

广州车展还未开幕,许多参展新车已经迫不及待地涌进了4S店,让我们一起——

掀起新车的盖头来

□记者 许晓洁 文/图

那边广州车展还没“开锣”,这边已有不少参展新车迫不及待地涌进了4S店。近日,记者对这些刚刚登陆洛阳的新车进行了探访,并从中捕捉到了一些车界的流行趋势,未来,“家族化战略”“国产化”“运动气息”“挤占价格空间”或将成为车界的关键词。

关键词

家族化战略

提起“家族化”,我们很容易想起大众的“家族化脸谱”,通俗地说,就是大众车的前脸都长得差不多。但是这一次,大众将“家族化”的概念从旗下车型的外观设计延伸到具体的车型上。据了解,在广州车展上,上海大众携多款新车亮相,其中包括郎境、朗逸运动版、郎行运动版、朗逸蓝驱技术版,再加上朗逸和朗行,“朗逸家族”就此形成。

近日,记者来到上海大众洛阳众捷4S店,看到朗逸运动版和郎境已经到店,前者是在朗逸基础上改进的运动版车型,后者则是一款兼具轿车、越野车特点的跨界车。

该店的工作人员说,朗逸是大众专门针对中国市场设计、生产的车型,很符合中国人的审美观,并适合中国的路况。上市多年来,其销量已经足以说明这款车型的成功,此次上海大众推出多款“朗逸家族”的新车,这些车型在核心部件——发动机、变速箱、底盘、悬挂上都保持一致,很容易被中国消费者接受。新车上市为消费者提供了更多的车型选择,扩展了朗逸的价格区间,增强了上海大众的整体竞争力。 (下转D02版)



绘制 闵敏