



【车型篇】

一汽大众新捷达

新捷达自上市以来已有22年历史,230万辆的销量让人惊叹。今年3月,新捷达以全新的形象面市,上市9个月以来,月均销量突破2万辆。在动力技术上,新捷达采用了与高尔夫7一样的目前大众最先进的自然吸气发动机,手动变速箱增加了换挡提示,6挡自动变速箱带运动模式,在同价位车型中颇具竞争力;在安全性方面,该车整车10%采用热成型钢板,51%采用高强度钢板,并运用大众先进的激光无缝焊接技术,使其能承受更强的撞击力;在工艺方面,无焊接点的整体车门,强度大,更安全,采用双面镀锌、空腔注蜡技术的钢板及出厂时全系标配的底盘装甲,都能有效地防止生锈等现象,增强车型的保值性。



一汽丰田卡罗拉

作为一款畅销车型,卡罗拉永远知道您需要什么——经济的油耗、极低的故障率、良好的舒适性以及较好的保值性。

具体来说,第一,作为家用车的理想选择,卡罗拉非常省油,不少市民反映,该车在市区行驶百公里油耗仅7升左右;第二,该车故障率极低,3年的故障率仅为每台0.37次,在行业中处于领先水平;第三,悬架减震效果好,舒适性好,静谧性极佳,方向盘轻盈,油门响应灵敏,驾控灵活;第四,二手车残值高,保值性好。拥有这四大特点的卡罗拉是您出行的忠实伴侣,让您和您的家人能尽情享受快乐时光。



五菱宏光S

在“421家庭”日益成为社会主流的情况下,人们对7座家用车的需求也日益明显,越来越多的消费者意识到,需要购买一辆可以实现“一步到位”的7座车。这一需求促使五菱宏光这样一款紧凑型商务车成为经济车型领域的“明星产品”。

而五菱宏光S还进一步扩展了用途,可满足家庭代步、休旅出行和小型商务接待等多样化需求。该车所有的轿化内饰设计和多重配置提升,实现了从“宜商宜家”向“宜家宜商”的微妙转变。五菱宏光S外形时尚,搭载了通用P-TEC发动机,空间大而舒适,具备330升行李空间。



“新生代”购车观： 从性价比到质价比的悄然转变

□本刊记者 张小丽

几十元买一杯咖啡,不仅是为了提神醒脑,更是为了享受那一分惬意和优雅。现在,快节奏的生活方式让人疲惫,越来越多的“新生代”开始放慢脚步,去追求一种诗情画意的生活。在买车上,他们的观念也在悄悄发生着改变,不仅重视性价比,更重视质价比,即产品的品质、设计、服务与价格等方面的综合对比,他们除了关注实惠和性能,对汽车的个性及其传播的生活方式也格外重视。

这一特点在小型SUV市场上表现明显。这个细分市场的购买人群多为年轻人,这一人群往往选择不同于常规的生活状态以及消费方式,他们对价格的需求可能与大众需求呈反比,对公认的性价比并不那么看重,而趋向于考虑质价比,希望自己的每一次消费能够让生活更有品质感。

目前,在小型SUV市场,翼博、昂科拉等带有美式风情的小型SUV颇为流行。随着标致在这一市场的加快布局,明年,一款有着小资情调的小型城市SUV将上市,它就是标致2008。这款处处彰显法式风情的汽车,有着不一样的创作意图——载着您参加读书会,去

剧院听古典音乐,到郊外消遣,在快节奏的都市生活中,带您远离生活压力,享受自由休闲时光。

如同品味不同风味的咖啡,标准化的星巴克让人留恋,但是坐在独具风情的法式咖啡馆,聊天、享受休闲时光,似乎更能缓解精神压力。颇具法式风情的2008,就是要把这种法式的闲适感带给消费者。

对于很多“新生代”来说,汽车不仅是一个工业化的产业,更是一个陪着他们享受生活的伙伴。随着他们的购车观向质价比转变,新的市场潮流将汹涌而来。今后的汽车市场可能发生变化,如同小型SUV市场,拼的不是价格,而是哪一款更能满足“新生代”的调调,甚至是哪一款外观更顺眼。以标致2008为例,该车的内饰应用了新型材料,质感良好,同时保留海外版的全景天窗、高坐姿大视野等个性化优势,种种因素将有助于其在小型SUV市场上抢占有利地位,凭借高品质和独特的设计感拔得头筹,在SUV市场中建立更高的认知度。作为东风标致“升蓝计划”的重点车型,如何满足消费者不同的价值需求,如何用更加生活化的用车理念吸引消费者目光,这就要看东风标致日臻成熟的营销行为如何妙笔生花了。



12月21日,昌河铃木利亚纳A6新车上市发布会在洛阳亿国4S店隆重举行。江西昌河汽车有限责任公司河南大区首席石锋先生、河南销售经理王克先生、洛阳亿国汽车销售有限公司总经理卢利军先生及销售经理张迎伟先生莅临活动现场与洛阳广大用户及主流媒体一同见证了利亚纳A6在洛阳上市的荣耀时刻。

艳红 摄



22日,全新TIGGO瑞虎5洛阳上市会在奇瑞洛阳众瑞4S店成功举办,售价为9.39万元至15.09万元。该车配备了奇瑞2.0DVVT发动机,还带有手动变速器和CVT无极变速器;车身长度为4506毫米,轴距为2610毫米,内部空间宽敞;当发动机转速在2000转时即可达到最大扭矩的85%,在获得充沛动力的同时可达到降低油耗的目的。

小双 摄