

选车真经

如果您有购车需求,请将您的姓名、年龄、职业、爱好、购车用途及对车的性能要求等信息发送给我们;如果您有好车推荐,请将车型信息发送给我们。
邮箱:258533797@qq.com 晚报车友QQ群:336160699

价优性能良 国货魅力难挡

推荐3款15万元左右的自主品牌中型轿车

□刘晓宇 文/图

这几年,自主品牌在技术方面的进步可以说是有目共睹。长期以来,配置高、价格低是自主品牌共同拥有的优良品质。公车改革后,许多公职人员都在考虑买一款空间够大、外观大气、经济实惠的车。本期,笔者就推荐3款拿得出手的国货。

吉利博瑞

去年11月初,笔者刚刚试驾过吉利博瑞,出色的用料、精细的做工和豪华的配置,令笔者印象深刻。

由前沃尔沃设计师彼得·霍布里操刀的吉利博瑞,外形动感十足,长、宽、高分别为4956毫米、1861毫米、1513毫米,轴距达到了2850毫米。这些数据相比凯美瑞、迈腾等畅销的合资车型,有过之而无不及。也正因此,博瑞的空间十分宽裕。在内饰设计方面,博瑞走的也是简洁、大气的风格。在配色方面,博瑞有米色、黑色以及棕色三种主色调。

在配置方面,博瑞同样值得称道,并线辅助、车道偏离预警、预碰撞提醒、自适应巡航以及城市安全系统都有配备。不得不说的是,该车后排的“老板椅”,可以将右排座椅前后移动大约10厘米,也可以通过副驾驶座椅的“老板键”,将前排座椅向前移动。调整之后,乘坐者可以有更好、更舒服的姿势。

在动力方面,博瑞提供3套动力系统,分别是2.4升自然吸气发动机、1.8T涡轮增压发动机以及3.5升自然吸气发动机,所匹配的变速箱都为6速手自一体变速器。其中,2.4升发动机的最大功率为162马力,峰值扭矩为210牛·米;1.8T发动机的最大功率为163马力,峰值扭矩为250牛·米;3.5升发动机的最大功率为275马力,峰值扭矩达到了326牛·米。

博瑞是2015年最红的自主品牌中型轿车,从外观、内饰到动力系统,可以说代表着自主品牌的新高度。博瑞供不应求的市场表现,足以说明它的产品力。



荣威950



由于和别克君越采用了相同的制造平台,荣威950与君越的风格十分相似。在车身尺寸方面,荣威950的长、宽、高分别为4996毫米、1857毫米、1502毫米,轴距达到了2837毫米,绝对是个大块头。

荣威950的内饰和君越的风格相似,同样采用了环抱式中控台设计,仿皮+软性材质的中控台配以木纹饰板,能很好地营造出豪华感。

在空间方面,荣威950的表现可以参考君越。身高180厘米的体验者坐进前排,将座椅调至最低姿态后,头部空间达到了一拳。此时,该体验者来到后排,头部空间超过一拳,腿部空间则超过两拳,表现十分出色。

在动力方面,2015款荣威950共提供两套动力系统,分别为1.8T涡轮增压发动机和2.0T涡轮增压发动机,前者最大功率为185马力、峰值扭矩为290牛·米,后者最大功率为220马力、峰值扭矩为350牛·米。两款发动机均使用6速湿式双离合变速箱,以替代之前的6速手自一体变速箱。

和前面推荐的车型不同的是,荣威950更像一个混血儿,它依靠合资品牌的制造平台,又在这个平台的基础上做出了改变。从产品层面上看,荣威950各方面都很符合作为一款公务车的要求,如果价格上有优势,荣威950就值得推荐。

传祺GA6



传祺GA6的设计总监为在奔驰工作8年、参与过许多奔驰车型设计的中国设计师张帆,设计灵感源于广东的醒狮文化,看起来十分大气。在车身尺寸方面,传祺GA6的长、宽、高分别为4850毫米、1830毫米、1485毫米,轴距为2720毫米。传祺GA6的内饰设计同样值得称道,风格则是以年轻、时尚为主。中控台采用了大面积搪塑工艺软性材质,触感及视觉效果都不错。

在空间方面,身高180厘米的体验者在前排感受良好,后排腿部空间充足,头部空间仅有一指,十分紧凑。此外,后排中央地板有很高的凸起,这对后排中央乘客的乘坐舒适性有一些影响。

在动力方面,传祺GA6提供两套动力系统,分别为1.6T+5速手动变速器以及1.8T+7速双离合变速器。前者发动机的最大功率为158马力,峰值扭矩为216牛·米;后者发动机的最大功率为177马力,峰值扭矩达到了242牛·米。

坦白地讲,传祺GA6上市一年多来,在路上并不常见到它的身影,但这并不妨碍它是一款值得推荐的车型。轿跑式的外观设计是它的撒手锏,追求个性、对外观要求较高的消费者,有必要体验一下传祺GA6。

一周车评

今后,4S店模式或难一统“江湖”

□刘晓宇

本月初,滴滴试驾在北京的发布会上公布了其上线两个半月的成绩单,累计订单达到140万。对于大多数市民而言,都听说或使用过滴滴快车、滴滴专车等功能。或许您对滴滴试驾感到陌生,但这并不影响它存在的重要性。

2015年10月,滴滴试驾在北京上线,随后扩展到上海、广州等5个城市。目前,该软件和一汽丰田、奔驰、林肯、奥迪等19个品牌、93种车型展开了基于试驾的合作,为汽车厂家提供更加精准的意向客户体验式影响服务。对消费者而言,不必专程前往4S店也可体验上门试驾的服务,提高了汽车销量。对汽车厂家而言,滴滴试驾可以更精准地抓住潜在客户,甚至掌握潜在客户的消费行为和用车习惯。对汽车4S店而言,滴滴试驾则是汽车电商业务的切入,直接挑战了4S店的销售、体验功能。

我们再往前看,2015年12月,国内最大的经销商广汇集团宣布收购爱卡汽车,后者是中国受关注度仅次于汽车之家和易车网的汽车信息平台,这被认为是经销商集团尝试全新卖车方式的一个标志。2015年11月,阿里汽车与和谐汽车等经销商联手宣布将在“互联网+汽车销售及服务”领域开展合作,打破传统4S店模式,线上购车可在线下跨区域取车。2015年8月,阿里汽车联手永达汽车,在专营定制车销售、平行进口车销售、分时预约保养服务、线下连锁交车服务点、二手车业务以及汽车金融业务等方面开展全方位战略合作。

有些汽车厂家,也开始建造一些新型门店。像特斯拉这样的新型汽车公司,则把超级充电站、城市展厅变成了车主圈子的聚会场所,定期的车主聚会和分享已经成为上海等城市特斯拉车主的喜好。对汽车公司来说,实体店本身也需要改变。

除了售前业务遭到挑战,售后业务也同样四面楚歌。2015年年底,上汽集团宣布成立独立售后服务连锁品牌“车享家”,将在2020年开出1万家连锁汽车维修保养店,其中7000家是小型的社区店,常规的保养、维修都可以在这里完成。同时,率先布局的米其林快修品牌“驰加”和博世快直管维修店也没有放慢脚步,仍在快速扩张当中。

面对时刻变换的潮流,4S店模式还能存在多久?2016年,这个答案或许会更加明了。