甲醇汽油成本低,使用费用高

# 东营甲醇汽车起步早难题多

本报4月12日讯(首席记者 聂 金刚) 工信部拟启动全国甲醇汽车试点,重点推广新能源运用。12日,记者调查了解到,此前全国多个省市已先后启动了低比例甲醇汽油的试点,但均为省级层面。东营的甲醇汽车一直发展缓慢,虽然

起步较早但发展中遇到了瓶颈。

12日,记者从质监部门了解到,东营市甲醇汽油很早就已经起步,并且有专门的厂家参与过试点研究,不过最终却因为遇到的难题太多而中途"夭折"。出租车师傅李志伟告诉记者,平范围租油成本低,不过由于没有大范围推广,仅改装一项的费用就已经很大,真正上路所需的费用更大。

李师傅说,现在油价不断上涨,他也曾考虑过使用甲醇汽油,不过跟使用天然气相比,还是天然气更加便宜,而且天然气的充装更加方便,配套设施也较完善,所以现在大多数出租车都选择"油改气"。"甲醇汽油还是新鲜事物,敢于尝试的人很少。"

李师傅告诉记者,由于甲醇没有统一的国标,目前几乎所有的企业都按自己的标准生产。市场上的甲醇汽油质量参差不齐,尤其是最核心的添加剂使用很混乱,这些问题让原本的价格优势逐渐丧失,车主也对甲醇汽油失去了信心。

尽管作为新能源项目,甲醇汽油在多年的技术发展之后,能够以高比例同汽油进行混合使用,并且使用性能,尾气排放等各个方面与原先的汽油性能指标不相上下。但是甲醇有剧毒的这个特殊属性并没有得到根本解决,这也成为东营乃至全国推广的一大难题。

记者了解到,甲醇汽车已有多年的应用实践,但甲醇燃料及汽车客观上还属新兴领域,油与车的适应性有待进一步检验和提高,甲醇燃料和汽车的安全性有待在实践中进行全面验证,甲醇作为车用燃料,在加注、汽车运行等过程中对人体健康的影响还需要做进一步评估。

#### ●相关链接:

工信部发文表示,2012年 工信部发文表利用工作要 完 利用 甲醇汽工作要点 知 是 到 展 甲醇汽车试点:印发开展甲醇汽车工作的通知, 召 全国 用 再 武 上海市, 部署 指 导和 推 进 山 后 动 点 工作, 静 西 省 编 制 工 作 , 积 极 稳 妥 推 进 甲 醇 汽车 试 点 工 作 的 开 展。 积 极 积 开 展。



甲醇汽油:甲醇俗称"木醇"或"木精",用甲醇代替石油燃料在国外已经应用 多年,甲醇汽车控制系统技术都已经很成熟,近年来由于石油资源紧张,汽车 能源多元化趋向加剧,甲醇汽车又提上议事日程。

## 汽车跨界营销典范 长安欧诺借势锦江之星开拓新商务市场

人住锦江之星的朱先生意外获得了一辆长安欧诺车,从此他将过上有多能商务舱陪伴的幸福生活。近日,"锦江之星携手长安欧诺,豪礼赢不停"活动首位长安欧诺中奖者交车仪式在武汉隆重举行,这不仅表明长安欧诺与锦江之星的跨界合作取得了一个良好的开始,同时也标志首个商务车与商务酒店联合营销案例成功诞生。

#### 跨界合作 开创汽车营销新模式

强强联合的跨界合作现今已成流行趋势,在汽车行业中也并不少见。例如,男装极品Zegna与跑车凯迪拉克XLR的合作,奔驰与乔治?阿玛尼的合作,宝马mini与运动品牌服饰彪马的合作。而商务车与商务酒店的合作在汽车行业内却是首

次,长安欧诺与锦江之星跨界合作可说是开创了汽车营销的新模式。

'作为一款战略性产品和一个 全新的品牌,我们希望欧诺在营销、 宣传和调研方面都会有一些新的实 践。"长安汽车总裁张宝林在欧诺的 上市会上如此表示,而长安欧诺与 锦江之星的合作即是这个创新的体 现之一。长安汽车之所以选择与锦 江之星开展针对长安欧诺的跨界合 作,是因为经过考察发现锦江之星 和长安欧诺的目标人群都定位于广 大商务人士,具有良好的共同目标 市场基础。而作为长安商用首款进 入新商务车领域的开山之作,长安 欧诺是长安汽车为新商务市场量身 打造的一款精品,它满足该市场对 于商务用车的所有需求,是一款极 具吸引力的产品。因此以长安欧诺



作为大奖奖品,无疑会在广大商务出行人士中大大提升人住锦江之星连锁酒店的吸引力。在用户群上默契的重合,使得长安欧诺与锦江之星的合作成为一种必然。而这种跨界营销的开展,无疑是对"双赢"营销模式的优秀注解。

据悉,截止3月31日,长安欧诺与锦江之星合作开始后仅一月就受到了社会各界高度关注。在这一个月里,有近200万人成功接触到长安

欧诺信息;搜集到有效客户信息超过三万人;这些数据充分说明了这次长安欧诺与锦江之星的跨界合作无疑是成功的,该活动为长安欧诺迅速得到市场认可,快速打开市场局面起到了推波助澜的作用。

#### 用户需求为导向 欧诺全面满足市场需求

"当时一住酒店我就对这个车很感兴趣。看它的资料,感觉这车样子很大气,空间也够大,我就想参加活动试一试,运气不好没中到奖就去买一辆。但是没想到运气还真好,居然还中了一台。"获得欢乐大奖的朱先生在提车时,惊喜之情溢于言表。

欧诺作为长安商用首款进入新商务车领域的开山之作,亦是其掌握消费者需求,顺应社会进程和经

济发展对新商务的重新定义,从而开发出的新产品。"欧诺这款产品有MPV的舒适性,有SUV的通过性,有轿车的时尚性,把几种车的优势都集中在了一起。而这种优势恰巧是符合新商务环境下的中小企业客户群和多人的现代大家庭的"长安欧诺总设计师在其上市会上如是说。正是因为长安欧诺拥有强大的多能性,才使得该产品迅速获得了广大消费者的青睐,并且吸引到类似朱先生这样的锦江之星住客参与到跨界营销活动中。

以共同的目标市场为基础,以优秀的产品为核心,长安欧诺携手锦江之星开展的这场跨界营销活动,相信将为更多新商务市场客户带来全新的品质生活享受,同时也为长安欧诺在该市场打下良好的市场基础。

# 引领2012运动A级车潮流风尚——Mazda3星骋斩获多项人气大奖

"最值得期待国产新车"、"最佳人气中级车"、"年度人气营销大奖"、"最具人气中级车"、"最受欢迎中级轿车品牌"、"中国2012年国军评选之实力车型"、"2012全国年度如此多殊荣于一身呢?没错,是公自达全新的"弯道舞者"Mazda3星骋——自三厢车型去年9月、两厢车型今年年初上市以来,迄今为止这款"新运动美学领军座驾"在国内已斩获30余项重量级奖项,多项人气大奖更彰显出Mazda3星骋引领2012年A级车风潮的气势。

作为马自达宣布"新千年计划"、

主推"Zoom-Zoom"品牌理念的首款 A级车,自2003年6月第一台量产车驶 出日本防府工厂,Mazda3在全球范围 内先后分别由日本防府工厂,长安福特 马 自 达 南 京 工厂 以 及 泰 国 Auto Alliance三家工厂生产,在全世界约90个国家和地区销售,赢得超过124项权威奖项,成为当之无愧的"世界级轿车";2011年5月26日,Mazda3系列车型的全球累计产量达到300万辆,创下马自达在售车型中产量突破300万的最快纪录,成为"马自达汽车90年来最引以为傲的车型之一"。

相关调查结果显示:Mazda3星骋的车主群体普遍心态年轻、运动时



尚、精力充沛,并且眼光独特、追求品位、对消费品牌的价值认同有很高的要求,或者可以说,Mazda3星骋独特的产品魅力和明显区别与同级车的特质;迎合了车主理性和感性层面的双重需求。调查显示、绝大多数车主对Mazda3星骋的产品亮点了然于心,进化"Zoom-Zoom"理念引领的革新

设计下,Mazda3星骋有着同级车难以 企及的精准操控性能,而"欧美双五 星"安全评级、丰富的人性化配置和 超越进口车的工艺品质,也都是打动 他们内心的重要因素。

Mazda3星骋不仅只是在设计上,其车身颜色提供了马自达风格的玄云白、雅士黑、格调灰、星空银、晴空蓝和炫耀红等六种色系,其中晴空蓝和炫耀红最为显眼,突显了年轻时尚的风格。至于操控,那更是Mazda3星骋的强项,在同级车中也最能体现"人车合一"境界。究其内因,是Mazda3星骋在动力总成、底盘悬架、车身刚性上进行了升级,首次

推出的6前速手动变速器和5前速手自一体变速器组合,获得了驾驶达人的一致推崇;还提升了四轮全独立悬架对国内路况的适应性,这不仅保留了Mazda3作为"弯道王"车身整体感强、弯道性能表现出色、循压力转向,换挡拨片等先进技术装备下驾乘舒适性也提升不少。此外,Mazda3星骋的3H高刚性车身中多处关键位置使用了超高强度钢材,在ABS+EBD+BA+DSC等先进电控安全装备下,在欧洲NCAP和NHTSA都取得"五星安全"碰撞评级,一举迈人"全球最安全车型"行列。



### 北海威旺

一年之计在于春,旺运好礼迎春季。作为 "CCTV-7农业频道2012春耕 行动独家冠名企业", 北汽威旺始终以打造高品质微客为己任,坚持为 中国亿万百姓"引领幸福未来"。值此"春耕行动"中国行隆重启动之际, 北汽威旺特送千万重金好礼,助力千家万户,喜创美好年景!

北汽威旺306乐业型:原价¥39,800 现价¥36,800北汽威旺306兴业型:原价¥42,800 现价¥40,800

北汽威旺306兴业型:原符字42,800 现价字40,800北汽威旺306旺业型:原价字46,800 现价字45,800

东营丰润汽车销售有限公司 东营市黄河路 13854602817

北汽威旺招商火热进行中 招商热线 010-85235200

威旺贵宾服务热线:400-800-1888 www.baicmotor.com 北京汽车股份有限公司 销售本部

