

标致301年底引入 海外热销有望催热国内市场



预计年底,东风标致301将正式登陆中国市场,作为品牌刷新后首款全新产品,东风标致希望它成为品牌销量倍增的引爆点,成为践行“升蓝计划”的重要一步。回顾标致301在全球的战绩,东风标致301将更令人期待。

上市半年多,标致301有两个成绩特别值得一提——在土耳其301销量坐稳TOP 25,1到4月助标致品牌在土耳其增幅超过30%;在阿尔及利亚,301已经是该国第二畅销的车型。PSA(标致雪铁龙集

团)力图通过全球战略摆脱企业的低迷,301与208两款全新车型的全球表现,给品牌发展注入了强心剂。

站在“3系”肩膀上放眼全球

如同福克斯之于福特,卡罗拉之于丰田,高尔夫之于大众,“3系”是认知标致品牌的窗口。细数3系车型百年间的辉煌,80年前301老爷车首开先河,最早使用了接近现代汽车的设计和制造工艺;上个世纪30年代,303在勒芒大放异彩;70年代的304将

汽车工业领进了4门时代;离我们最近的307,曾数次站上WRC冠军领奖台上。今天,采用标致全球最高标准的生产技术的全新301,半年间已经投放全球30多个国家。3系车型以累计1200万台的销量,让标致更有底气将全新命名下的首款全球车型301投放到中国。

面向全球市场的标致301,继承了3系车型的可靠性和安全性,注重产品的高性能和高品质,将标致品牌严谨的一面表现得淋漓尽致。

立足于全球车型,致雅的外观设计更让人眼前一亮。全球市场对301表示了认同。除去土耳其与阿尔及利亚之外,标致301还分别在俄罗斯、以色列、摩洛哥、乌克兰等全球共三十多个国家先后上市,均有不错的销量。接下来它要来到中国,也就是标致屡次重申的“最重要的市场”。

全球车型如何聚焦中国

虽然是3系家族的最新成员,然而作为首款以“1”为结尾命名的车型,是一款真正意义上的全新产品。对于一款新车,特别是像301这样一款定位全球的战略车型,如何融入不同的市场不仅要考验它产品本身的水平,其对于各地消费者的理解同样至关重要。

东风标致301基于标致A级平台研发,所以将和很多中高级车型一样更具配置容量的电子电器构架。然而完整的车型信息我们还需要等待,不过上海车展上可以看到,首发的东风标致301将欧洲版本的前碟后鼓的刹车系统升级成了四轮碟刹,车顶后风挡玻璃上方不符合中国消费者审美习惯的天线也被取消,整车的中国味道更浓,相信这也是东风标致为了延续301在欧洲的成功,顺势而为的改变之一。

使命召唤:

东风标致301新时代



中级车市即将迎来新的挑战者。今年4月,东风标致301亮相上海车展,并将于四季度上市销售。但迄今为止,关于301车型详细信息,东风标致始终保持缄默。这不禁激起了国内媒体及消费者的强烈好奇心:301价格配置如何?将对中级车格局带来怎样影响?……带着这些问题,我们不妨先行理清一下301的历史与未来使命,便与大家了解。

昨日辉煌

时间回到80年前,欧洲大陆还笼罩在全球经济危机的阴影之中。标致品牌推出欧洲最早期的量产301车型,逆势而上成就了标致汽车欧洲第二大汽车生产商的辉煌。

301的横空出世奠定了标致3系车以设计、操控、安全为三大核心的制造理念,其后的每一辆3系车都诠释着品牌对操控性和安全性的追求,这种造车理念一直持续到今天。作为有着80年历史的车型,301的经典设计至今仍享誉世界,依据空气动力学原理设计的汽车外观,更接近现代汽车的设计理念。早期大规模的量化生产,更是巩固了标致品牌在汽车工业中的先驱地位。

对于当时的欧洲汽车工业而言,301的诞也是一针强心剂。大规模的量化生产取代手工生产,使标致品牌在追求设计师和工程师双重专家的路上迈出了重要一步,成为真正的工业时代的“工程师”,每个消费者都可以在更短的时间内,得到质量均衡、价格合理的汽车产品。得益于301的成功,标致品牌及旗下3系车型完成一次历史性的飞跃。

未来使命

如今的车市与彼时的欧洲,已时过境迁。但标致对301寄予的厚望与使命并未改变。去年,标致品牌公布了全新命名体系:首个数字代表车型级别,尾数分为“8”和“1”两种,“8”是现有成熟产品及其换代产品,“1”则代表针对全球市场开发的全新产品。

301作为新命名体系下的首款全球车型,在标致品牌突破的关键时期,开辟“8”时代之外新的历程,担负着重塑经典,开拓全球新兴市场的特殊使命。301全球车型的重磅回归,并在世界范围内30多个国家成功投放,将成为标致汽车战略转向的里程碑。

在国内,2013年正是东风标致品牌成立十周年,也是品牌发力上升的关键期。301车型作为东风标致“升蓝计划”重要的一款全球产品,传承“严谨、激情、致雅”品牌基因的同时,也将承担起完善中级车细分市场覆盖,开启东风标致301新时代的历史重任。

虽然截至目前,东风标致301车型还未揭开面纱,其能否在国内车市竞争最烈的中级车领域开疆扩土,也需等上市之后才见分晓。但就目前标致3系车全球1200万销量,以及东风标致307、308在国内市场表现来看,未来301全球车型市场潜力不容低估。

揭秘东风标致“1”密码 时空切换后的角色变化

成功之前的拐点,往往是痛定思痛之后的转型和厚积薄发的升华。区别于现有以“7”或者“8”为结尾的产品,东风标致即将在中国市场投放首款全球车型——东风标致301,从命名来看,这并非简单的数字变化。这款以“1”为尾数的全球车型身上,承载着更深远的现实意义。

透过命名体系读懂东风标致301

1932年,受全球经济危机波及,整个欧洲大陆沉浸在一片灰暗之中。标致品牌推出欧洲最早期的量产车型——301,在困境中逆势而上,成就了标致汽车欧洲第二大汽车生产商的辉煌。

301老爷车的经典设计至今仍享誉世界,依据空气动力学原理设计的汽车外观,更接近现代汽车的设计理念。早期大规模的量化生产,更巩固了标致品牌在汽车工业中的先驱地位。在全球经济危机的非常时期,301的横空出世奠定了标致3系车以设计、操控、安全为三大核心的制造理念,其后的每一辆3系车都诠释着品牌对操控性和安全性的追求,这种造车理念一直持续到今天。

1932年301的诞生也为发展中的欧洲汽车工业注入了一针强心剂,大规模的量化生产取代手工生产,使标致品牌在追求设计师和工程师双重专家的路上迈出了重要一步,成为真正的工业时代的“工程师”,每个消费者都

可以在更短的时间内,得到质量均衡、价格合理的汽车产品。

显然在1932年这个里程碑式的拐点上,301帮助标致品牌及旗下的3系汽车完成一次历史性的飞跃。汽车消费市场风云变幻的今天,作为标致新命名体系下的第一款全球车型——全新301重磅回归,已经在世界范围内的30多个国家成功投放,今年底,东风标致301也将乘兴而来,登陆中国。

去年,标致品牌公布了全新的命名体系——首个数字代表车型级别,中间数字保持为“0”不变,尾数分为“8”和“1”两种,“8”是现有成熟产品及其换代产品的尾数代码,“1”则代表针对全球市场开发的全新产品。作为全新的产品,历史再次赋予了301特殊的使命。301作为新命名体系下的第一个全球车型,在标致品牌向上突破的关键时期,开辟“8”时代之外新的历程,定当不辱使命,重塑经典。

区别于尾数为“8”的车型,全新命名体系中的“1”车型,更注重车型的全球化。东风标致301将秉承这一变化,成为与东风标致“8”时代共同闪耀的“1”时代的领军角色,同时在标致品牌新301的全球化过程中成为主角。

东风标致301将坚持3系产品对操控性和安全性的不断追求,在外观设计上使用标致品牌最新的设计语言,为中国用户诠释全新驾驭体



同样的使命 不同的角色

今年正值东风标致品牌成立十周年,正是品牌发力上升的阶段。东风标致301作为“升蓝计划”重要的一款全球产品,融合“严谨、激情、致雅”的品牌精神,在品牌发展的重要节点上,承担着重要的历史使命。

东风标致301厚积薄发,与80年前的301老爷车问世一样,都诞生于品牌发展的关键时期,80年前301扮演了一个拯救者的角色,80年后,东风标致301更多扮演了一个顺势向上的开辟者。尽管时间穿越了将近一个世纪,但是让更多的消费者享受到标致301所赋予的内在价值,恒久不变。