

越野“精兵”报到

——2014年新上市SUV重磅车型抢先看

刚刚过去的2013年中国车市，成为又一个SUV大年。中汽协数据显示，2013年1-11月SUV热销267.39万辆，同比增长49.11%。2014年SUV市场热销势头依然强劲，将有超过10款重磅新车陆续上市。豪华SUV阵营即将迎来宝马新X5、宝马X4、奔驰GLA、揽胜加长版等几员“猛将”；自主品牌长安CS75车型、长城哈弗H2还有MG将推出的全新SUV蓄势待发；而合资品牌方面，东风日产新奇骏，标致2008以及马自达CX-7这三款车型将在今年与消费者亲密接触。以下几款车型作为年后第一波报到的“新兵”，最值得抢先关注。

□晓宁 整理



宝马X4

亮相时间：2014年4月

全新宝马X4将在四月开幕的纽约车展全球首发，该车将高度忠实于上海车展发布的X4概念车，基于X3研发，但比X3更注重动感。据了解，宝马X4将与宝马X3共享动力系统，其中入门级车型预计将搭载2.0升排量直列四缸涡轮增压发动机，最高输出功率240马力，最大扭矩200牛米。而旗舰车型则将配备宝马3.0升排量直列六缸双涡轮增压汽油发动机，最高输出功率达到了330马力，最大扭矩400牛米。未来宝马还将为消费者提供xDrive全时四轮驱动系统。

东风日产新奇骏

上市时间：2014年2月

新一代奇骏，外观上与日产Hi-cross概念车如出一辙，整体设计更加流畅时尚，一改现款车方方正正的造型，显然更符合主流审美观。空间尺寸上，超过2700mm的轴距，宽大的第二排空间，多变的行李箱，完胜目前主流城市SUV。出众的技术配置，将是新一代奇骏征战主流城市SUV市场的“杀手锏”。日产全球最新开发的Nissan Connect多媒体系统，带移动目标检测功能的环视显示器，盲点警示系统、车道偏离警示系统、前部碰撞警示系统，带自动轨迹控制、自动引擎制动和自动载波控制的集成动力控制模块等一系列高科技配置，让人叹为观止。



长安CS75

上市时间：2014年上半年
预计售价：9.68万-18.38万元

从CS75的命名体系已经可以看出，这是一款定位目前CS35车型之上的SUV。在加上此前亮相的CS95概念车，长安汽车也将逐步构筑自己的低中高级别SUV车型阵营。长安CS75采用了全新的设计，视觉效果更加沉稳。作为紧凑型SUV，CS75拥有4650/1850/1705mm的身材，轴距则达到2700mm，绝对属于同级车的实力派。另外，从前后灯组、雾灯等细节方面，我们也能看到长安CS75精致化的一面。长安CS75有望搭载1.8T涡轮增压发动机或2.0L自然吸气发动机，匹配6速手自一体变速器。



标致2008

上市时间：2014年4月 预计售价：10万-14万元

作为小型SUV市场搅局者，东风标致2008吸引了不少人的目光。据悉，该车将有5种车身色彩供选择，包括白、多瑙蓝、新波尔多红、岩石棕、鲨鱼灰等。车身尺寸方面，整车长度达到4159mm，比概念车的4140毫米稍稍提升，车身宽度控制在1739mm，而轴距则达到了2538mm。国产标致2008最大亮点在于拥有大尺寸的全景天窗(不可开启，带半透明电动遮阳帘)。动力方面，东风标致2008将搭载1.6L自然吸气发动机，搭配5速手动和4速自动变速器，其最大功率86/6000kw/rpm。



沃尔沃全新S60L

售26.99万-38.49万元



日前，沃尔沃全新S60L轿车在北京正式上市。新车分为智行版、智进版、智远版、智驭版和智越版5款车型，售价26.99万-38.49万元。

作为全新沃尔沃汽车的第一款国产车型，沃尔沃S60L将有力提升沃尔沃汽车在最具增长潜力的主流中高

级豪华车细分市场的竞争力，其简约有格调的北欧设计，舒适贴心的豪华配置，人性化的智能安全科技，高效过滤PM2.5的车内空气质量系统以及对于高档环保材质的精心选择，也正在让消费者越发深刻地体会到沃尔沃汽车“以人为本”的品牌承诺。(本记

昂科拉“新年嘉年华”热动青岛



日前，由别克山东营销中心举办的“新年！一起玩转昂科拉”嘉年华活动在青岛举行。本次活动分为多个板块，除了试乘试驾让参与者体验昂科拉的小巧安全等特性之外，另有趣味试乘、极限问答、保卫气球、争分夺秒、投篮机以及酒吧派对等环节。据悉，

昂科拉是基于通用小型跨界车平台研发打造，具备SUV罕有的轿跑风格设计及高效节能的动力性能的全球车型。此次活动为所有年轻及拥有年轻心态的新老客户献上了一份新年大礼，同时向新老客户展现了“年轻！就要跟昂科拉混圈子”的理念。(小墨)

东风-雷诺国产促成“金三角”联盟

2013年12月16日，东风集团和法国雷诺汽车组建的合资公司——东风雷诺汽车合资经营合同签字仪式在武汉举行。对于这段迟来的合资，看好合资前景的东风集团董事长徐平表示：“东风雷诺项目的启动，标志着东风集团与雷诺-日产联盟全面合作的开始，是在经济全球化背景下在商业模式上创造性的探索和实践，也是东风集团加速国际化发展的重要举措。”根据东风集团与雷诺汽车签署的

合资协议，双方将共同投资77.6亿元人民币组建新的合资公司——东风雷诺汽车有限公司(简称东风雷诺)，其中双方投资股比各占50%。随着合资项目的启动，东风雷诺将在武汉建设生产和研发基地，该基地位于武汉经济技术开发区黄金口产业园，占地95公顷。据了解，东风雷诺合资公司的整车规划产能为30万辆，一期将先建成15万辆整车和15万台发动机生产能力，二期工程将依据市场情况而定。(本记)

关注“宽·容世界” 黄晓明成形象大使

东风日产第四届“明星公民”拉开帷幕

2013年12月26日，由东风日产与《南都娱乐周刊》共同发起的第四届“明星公民”启动仪式在上海丽思卡尔顿酒店隆重举行。

活动现场，《南都娱乐周刊》主编陈朝华宣布本届“明星公民”的年度关注为“宽·容世界”，并与东风日产领导一同宣布，天籁品牌代言人——黄晓明为本届“明星公民”形象大使。

对东风日产而言，这是继启用黄晓明为天籁品牌代言人，实现两者“化学反应”，并借由《宽·容世界》微电影将天籁品牌所倡导的“宽·容世界，人生从此大不同”进行深度诠释后，在娱乐营销领域的又一有力动作。

携手“明星公民”
倡导“宽·容世界”

作为在娱乐圈乃至整个公共领域传递“正能量”的平台，“明星公民”评选是由《南都娱乐周刊》在2010年提出并发起的，今年开展的为第四届。

“明星公民”评选旨在挖掘从事公益事业的娱乐明星、名人，以他们作为代表，为娱乐圈乃至所有公共领域树立起一种充满爱心、温情、善意的美好价值观。可以说，“明星公民”既是对获奖者在专业工作上的赞美，更是对他们人格、道德、形象的高度褒奖。

由东风日产携手《南都娱乐周刊》共同发起的第四届“明星公民”，则将“宽·容世界”作为年度关注。在当前社会人与人之间摩擦不断增多、社会戾气日益加深的背景下，东风日产携手“明星公民”倡

“宽·容世界”，希望凭借明星的影响力，有效传递宽容的价值观。正如本届“明星公民”形象大使、天籁品牌形象代言人黄晓明所言，“宽容，不是向这个世界屈服，而是为了更好地赢得世界。”

创新营销思维
实现“1+1>2”

随着中国汽车市场的不断成熟，汽车文化也越来越为消费者所关注。一贯关注市场变化并能迅速把握机会的东风日产，近年来十分注重品牌与消费者之间的互动交流，通过极具创意的营销活动，赋予品牌更多文化内涵，从而实现与消费者的彻底沟通。

早在广州车展期间，东风日产就正式宣布黄晓明天籁品牌代

言人，这是东风日产首次针对NISSAN品牌车型使用代言人。此举大幅提升了消费者对天籁品牌的认知度；同时，东风日产还推出了由陈可辛执导、黄晓明主演的《宽·容世界》微电影，在社会范围内引起广泛关注，影片中所传递的“宽·容世界，人生从此大不同”更是成为网络热词。

值得一提的是，与其他品牌单纯追求“明星效应”，通过明星广告片或明星站台博得短暂关注不同，东风日产更加注重在合作环节上的深度介入，并由此产生真正的“化学反应”：无论是广州车展上请来陈可辛与黄晓明这对“合伙人”共同为天籁品牌做背书，还是洞察到天籁品牌与黄晓明个人经历之间的契合点——宽容，从而邀请其

出任品牌代言人，东风日产以创新的营销思维，再次走在整个行业的前列。

此次与《南都娱乐周刊》合作开展“明星公民”，东风日产再一次显示出在营销创新方面的独特功力。作为国内最具责任感的汽车企业之一，东风日产正是瞄准“明星公民”对正能量的提倡，深刻洞察营销趋势，把握住其所带来的机遇。

截至目前，成功举办过三届的“明星公民”，已成为国内最具影响力的娱乐平台之一。东风日产与“明星公民”的深度合作，从长远来看，通过双方优势以及品牌精神的融合，不仅能够提升东风日产以及天籁品牌的品牌形象，更能将“宽容”的正能量辐射全社会。(陆小虎)