

启辰纯电动车晨风强势出击2014

1月13日,东风日产在襄阳市交付30辆启辰晨风电动车,这是继广州、大连启动示范运营后,短短一个月内的第三次大批量交车。不仅如此,2014年东风日产也将正式进军纯电动车私人市场,正式推出启辰晨风。

新能源车或成马年车市亮点

马年车市,新能源汽车似有成为“主角”的苗头。日前,工信部发布报告预计,2014年,中国汽车产销量可能有所回落,但新能源汽车有望成为新的增长亮点。业内预测,随着新能源汽车补贴政策落地,以及限购、治霾、政策影响,2014年新能源汽车的销售会明显提速。

“可以预见的是,未来几年中国新能源汽车将加快发展。车企

有责任和政府一起推动整个产业的变革,东风日产希望通过在公共领域和私人领域双线并进,起到带头、示范的作用。”就目前新能源汽车市场的发展趋势,任勇认为,东风日产坚持提前布局循序渐进的战略规划,迎来了极好的发展机遇。

据任勇介绍,未来一年,还将有超过1000台启辰晨风纯电动车陆续交付全国多个城市,让逾2500万的市民提前感受纯电动车带来的零排放绿色汽车生活。

启辰纯电动车加快商业化进程

早在2009年,东风日产便先知先觉,提前部署,启动“绿色城市计划”。2011年起,东风日产纯电动汽车也先后在武汉、广州、大连投入示范运营。截至2013年底,

东风日产纯电动汽车累积无故障运行已超过百万公里,用户使用情况良好,无发生一例安全事故。

过去一个多月,启辰纯电动车大动作频频:2013年12月13日,120辆晨风交付广州市花都区政府;2013年12月30日,136辆晨风驶入大连;2014年1月13日,30辆晨风交付湖北襄阳。除了在公共领域与政府合作展开示范运营,东风日产还将在北京、上海、广州、深圳四地启动面向私人用户的试点运行。在这四个城市,启辰晨风将接受普通消费者预约试驾。

回顾东风日产电动车布局战略,不难发现其清晰的战略布局和推进节奏。整体上,东风日产的纯电动汽车推广遵循“以点带面,纵贯南北”的原则,通过小范围示范带动大规模投放,同时南北兼

顾,全面布局。另外,在推进节奏上,东风日产也循序渐进,通过“三步走”实现商业化普及。2014年,启辰晨风将正式走入私人消费市场,东风日产纯电动汽车事业的步伐将迈入新篇章。

启辰晨风 为现实而生

这是一款什么样的车?东风日产副总经理任勇认为,“启辰晨风是一款为现实而生的未来座驾,我们在它身上可以体验到超乎想象的全新感受,而且它也是最能满足当下消费者需求的一款电动车。”他表示,今年晨风将正式量产,并投放私人市场。

正如任勇所说,东风日产启辰晨风代表着当前全球纯电动车的领先技术水平,是一款为现实使用而生的量产车型。外型设计

上,晨风采用温和、流畅的线条和曲面,是一款富有时尚魅力而又让人倍感亲和的座驾,打破了对电动车前卫、夸张造型的固有印象。同时,启辰内饰也采用务实而不乏科技元素的设计风格,让习惯于驾驶传统汽车的用户很容易适应。

在实际的应用中,综合工况下,启辰晨风充满电后可连续行驶180公里左右。在快充模式下,启辰晨风只需充电5分钟就能持续行驶60公里,30分钟便可充电80%。同时,通过电池逆变器和电机实现了最高车速145km/h,0-50km/h为4.4秒,百公里耗电为14.6度,完全能够满足城市用车需求。同时,其日常使用成本仅相当于同级别获得燃油补贴汽油车型的1/7,经济性更优越。(未然)

东风日产新一代奇骏春节后上市

2013年广州车展,携多款重磅新车而来的东风日产抢尽风头。不过,在SUV展车序列,已经在海外亮相的新一代奇骏,并未如预想中的在车展上有所动作。但东风日产很快通过官方证实弥补了车展“跳票”的遗憾。近日,东风日产正式宣布,新一代奇骏将于2014年春节之后马上上市,并将成为2014年的首款重磅新车。

全新换代全面进化 新一代奇骏值得期待

广州车展上,东风日产以旗下NISSAN、启辰双品牌全车系强势出击,可谓满载而归。对消费者而言,已经在海外惊艳亮相的新一代奇骏并未在车展上出镜虽略显遗憾,但东风日产官方确认,新一代奇骏将在春节之后马上上市的消息却让大家为之一振。



近日,东风日产正式宣布新一代奇骏已经确定加入东风日产产品序列,并将加快导入速度,2014年春节之后马上上市。同时,东风日产还表示,关于新一代奇骏的相关产品信息还无法公布,但可以确认的是,作为2014年的首款重磅新车,除了全新形象之外,新一代奇骏将配备众多全球领先的先进科技以及更加强悍的

越野和公路性能,值得消费者期待。

新一代奇骏海外车型的发布进度,吊足了国内市场的“胃口”。2013年9月法兰克福车展,新一代X-Trail奇骏正式亮相。随后在美国加州举办的Nissan360活动上,日产公布了新一代奇骏美版车型Rogue的部分技术资料。2013年10月底,在一次东风日产例行媒体活动中,新一代奇骏国产车型初见端倪。结合此前广州车展的亮相传闻,以及春节后马上上市的官方消息,新一代奇骏国产车型已经进入上市倒计时。

有备而来 主流城市SUV再添悍将 与现款车方正的硬朗外形不

同,新一代奇骏在外观上的变化堪称脱胎换骨,大量运用流线、曲线以及折线元素,整体造型更加流畅,时尚且不失凌厉,与日产此前展示的Hi-cross概念车如出一辙,颇有英菲尼迪的神韵。不仅如此,新一代奇骏还有着点睛的棱角设计,看起来凹凸有致,霸气犹存。

从海外版透露的数据来看,新一代奇骏的空间优势将非常明显。4630mm的长度与2705mm的轴距这两项关键指标,在同级车型中力拔头筹。尤其是后排空间的针对性拓展,更是显而易见,不出意料将成同级车型最佳。考虑到中国特色的导入战略,新一代奇骏的尺寸可能还有拓展空间,这将更加强化其空间竞争力。

众多高科技配置,是新一代奇骏的另一大看点。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,如果能顺利的在国产车型上得到兑现,新一代奇骏加冕“技术帝”将实至名归。

不仅如此,新一代奇骏的越野能力并没有丝毫弱化,依然搭载智能全模式四驱4×4i,提供2WD、AUTO、LOCK三种驱动模式切换,在不同行驶路况,前后轮扭矩分配可自动调整至最适合的比例。无论日常道路还是湿滑崎岖道路,都能确保车辆行驶达到近乎理想的状态。配合B-LSD电子中央差速锁,30万以内首屈一指的越野性能,并未受到影响。(小庆)

和悦A30热销 新春回馈进行中 “轩逸时代”来袭 “舒适风”燎原中级车市

在春节购车热潮来临之际,各大汽车品牌纷纷出招,笔者走访发现,江淮和悦A30一马当先,成为春节家庭购车的热点车型。近日,笔者从江淮乘用车了解到,和悦A30在刚刚过去的2013年12月里销售表现优秀,累计销量成功超越8000台,并将在农历马年春节到来前突破10000台大关,实现“马上破万”。和悦A30的热销,除了由于其自身产品力之外,更有“年度中级车”桂冠带来的口碑效应。此外,江淮近期推出的“黄金购车季 合家幸福年”全系购车回馈行动让和悦A30性价比进一步提高,为有意购买和悦A30的消费者再添一个出手的理由。

自2013年11月初正式上市以来,和悦A30的市场表现一直很亮眼。不仅在上市首日就实销破千台,在其后的时段里也依然热度不减。作为江淮乘用车二代平台的首款家轿,和悦A30在各个方面都有不错的表现。在回馈活动期间,即1月31日前,消费者到店购买和悦A30都能提前享受



3000元节能惠民补贴,以及5年20万公里超长保养期。江淮还为和悦A30的车主提供发动机、变速箱、车身3大总成5年20万公里超长质量保修,以业内少有的售后保障力度显示其“敬客经营”的诚意。此外,江淮同时推出的还有全车系“暖冬服务三重礼”,包括全车免费健诊检测,防冻液五折特惠更换,以及进店加入“江淮一家亲”微信平台即获赢取50元工时券的机会。(舒丹)



中级车市三连冠,单月销量首破3万台、车市销量榜亚军、累计销量突破30万台……近期东风日产新轩逸以惊艳的市场表现,强势引领中级车市迈入“轩逸时代”,堪称“中级家轿第一车”。“轩逸时代”的开启,不仅标志着新轩逸的销量达到前所未有的高度,更说明中级车的消费观念和购买方式进入全面升级的新纪元。新轩逸所代表的“舒适风”在中级车市愈刮愈猛,将成为2014年中级车市的发展趋势。

消费理念升级: 需求价值化,舒适为目标

经过多年的濡染,国内消费者对汽车有了更深刻的认识,对座驾也有了更高的技术要求,更注重性能。如此一来,拥有过硬技术、卓越动力及灵活操控的大众系列车型就备受人们青睐,速腾、宝来等车型迅速成为市场翘楚。

与此同时,日系车锋芒初露,如轩逸、卡罗拉等,

它们虽未形成压倒性的优势,但其卓越的舒适性、先进的智能技术应用和时尚的外形为它们赢得了良好的市场口碑,为日后的大放异彩奠定稳固的市场基础。

目前,汽车已经成为人们生活、工作中不可或缺的必备品。但同时,汽车在实用性和技术应用上已经没有实质差异,产品的同质化更为严重。在此背景下,消费者的用车理念发生天翻地覆的改变,价值性消费成为人们购车的主导因素,尤其在竞争惨烈的中级车市,这种倾向最为明显。人们在选购车辆时更加注重体验和感受,主张“体验式消费”的轩逸、科鲁兹、福克斯等车型迅速抢占市场高地。新轩逸更是经过长期的市场积累,爆发出“中级家轿第一车”的巨大能量。

针对汽车产业十年来的巨大变迁,分析人士称:“从‘实用性’到‘技术性’、再到‘价值性’的‘三步走’,是中国近十年来,整体消费理念变革的

一个缩影。”

购买方式改变: “一步到位”风行,舒适是首选

据全球著名市场研究机构益普索调研显示,在实际增换购交易中,中级家轿的占比达到了60%以上,且舒适性是他们增换购时首要考虑的因素。如此一来,侧重舒适性能塑造的中级车轩逸、卡罗拉等就成为增换购消费群体的首选车型。尤其是去年全新换代的新轩逸,在今年大放异彩,备受消费者青睐。

除了市场日渐成熟,以及购车政策的影响,80后、90后消费群体的崛起也是“一步到位”购车方式盛行的一大助推因素。80、90后多为独生子女,从小就是家庭的核心,普遍接受过良好的教育,再加上受广告、互联网等传媒造势的影响,他们具有强烈的“享受生活”的意念,他们的消费方式也从父辈的“生存型”转向了“享受型”。买车时,他们往往“一步到位”,更钟情于舒适、享受类的时尚车型,如新轩逸这种极致舒适、时尚大气的车型就成为他们的首选。

关注“价值性”的消费理念和“一步到位”的购车方式,使得“舒适风”车型逐渐迈向中级车市的巅峰,而“舒适派”最佳代言人新轩逸的连续夺冠更增强了这一风潮的等级和力度。“轩逸时代”已经到来,中级车市的“舒适风”已全面进入爆发期,大有燎原之势。(天驷)

2014华晨中华万人团购会济南站落幕

1月12日,华晨中华汽车携手济南、泰安、聊城、德州、无棣等多区域多家经销商在济南国科国际温泉度假村举办了“千万钜惠齐鲁 半价抢中华2014华晨中华万人团购会”的活动。此次活动是华晨汽车厂家第一次直接给消费者的前所未有的优惠力度,厂家领导亲临团购现场,带来了史上超低震撼底价,现场实行优惠叠加的销售

政策,团购促销翻倍无底价,活动当天吸引了省内众多热爱并支持中华品牌的朋友们踊跃参与。此次活动为客户朋友们提供省时、省心、省力、省钱的便捷购车服务,将最大的优惠反馈给支持信赖我们中华品牌的消费者,让客户在最短的时间内购买到性价比最高的经济时尚、称心如意的爱车。(呓飞)

别克感恩,360天安全同行

1月18日,上海通用别克“别克山东感恩季 360天安全驾驶”普及活动签约启动仪式在济南和谐广场盛大举行,山东省公安厅济南交警大队领导与上海通用别克领导共同为本次活动揭幕,20余家省内核心媒体对活动进行全面报道。现场百名别克车主安全驾驶签约仪式将整个活动推至高潮。活动现场,上海通用别克及交警大队为大家带来了令人警醒的安全驾驶纪录片,在春节来临之前,为所有的车主安全教育上了真实的一课。车主刘先生非常激

动的接受了现场记者的采访,表示自己会加强安全意识,同时也将别克的安全关怀带给身边的家人和朋友,活动在一片感恩声中圆满落幕。

即日起至2月28日,别克山东区域“别克山东感恩季 安全驾驶三重礼”活动全面开启!活动期间,别克真情回馈新老客户,在别克关怀“四心礼”的基础上加推“360天安全驾驶三重礼”,将别克关怀“比你更关心你”的理念传播至齐鲁大地。活动详情请致电上海通用别克品牌当地经销商咨询。(小新)