

“宜商宜家”独特定位 “四大优势”创立标准

逸致引领多功能车进入高价值时代

继去年12月18日亮相和发布中文名字之后,广汽丰田于4月17日在上海正式发布将于今年年中上市的中国首款时尚多功能车——E'Z逸致。逸致是国内首款融合了中高级轿车、MPV和SUV三种车型特征的新型多功能车——FUV(Fashionable Utility Vehicle),它能够很好地满足国内消费者对多功能车的新需求,从而开创了一个新的细分市场。据了解,逸致计划在今年年中投入市场。作为一款“宜商宜家”的多功能车,逸致在如下四个方面创造了多功能车的价值新标准:时尚动感的外观和高品质的内饰,宽敞多变的空间,充沛的动力和出色的燃油经济性,顶级的安全性能。逸致在这4方面的领先性创立了新的产品标准,体现着新的消费需求潮流。

“四大优势”

全面领跑

多功能车市场

据了解,逸致拥有1.6L、1.8L、2.0L三种排量共计6款车型,提供了丰富的动力选择。其中1.8L分别设有5座版和7座版,在颜色上共有珍珠白、钨金灰、香槟金、云母蓝、水晶银和紫钻黑6种选择,可充分满足顾客的选购需求。

从外观内饰上来看,逸致整体风格活力动感,兼具豪华轿车的高级感。车辆前脸、外后视镜、门把手多处采用国内顾客喜爱的镀铬装饰,高级感倍增。车身两侧S型曲线营造出活力、动感的时尚气质。而灰褐色加米色的双色内饰设计,又很好的营造出温馨、高档的氛围,丰田擅长的静谧性在逸致车上也展露无遗,充分契合了国内用户的喜好。

在实用性上,逸致更充分体现了厂家对目标消费群体生活形态和使用需求的准确把握。考虑到用户在商务中的使用需求,逸致前后两排座椅距离最大可达975mm,为第二排乘客提供了舒适的乘坐空间;将第二排的中间座椅放倒可以当手扶箱使用,提供了媲美商务MPV的豪华感和舒适性。为了兼顾人们热衷的户外休旅需求,7座版逸致提供了6种座椅基本组合模式,灵活多变的乘坐空间,可以充分保障驾乘者的乘坐舒适性及载物需求。

凭借双VVT-i+CVT这一“铂金组合”,逸致在动力输出的顺畅性和燃油经济性上都拥有优异的表现。双VVT-i发动机与涡轮增压发动机相比,不存在涡轮迟滞,始终可以持续提供顺畅的驾驶感受。由于CVT可以在相当宽的范围内实现无级变速,在发动机工况及燃油



效率上获得最佳的状态。此外,逸致独有的“运动驾驶模式”,可以延迟升挡,利用发动机的高转速来获得更大的动力输出,充分满足驾驶员对动力的追求。尤为值得一提的是逸致卓越的燃油经济性,2.0L车型综合工况油耗仅为7.7L/100km,在该排量车型中表现相当出色。

作为一款兼顾商务及家用的车型,逸致在安全方面的配置水平更足以媲美中高级车,具有卓越的高安全性。除了标配ABS防抱死系统、EBD电子制动力分配系统、BA刹车辅助系统等常规安全配备外,逸致还全系标配了中高级车才广泛使用

的VSC车身稳定控制系统、TRC牵引力控制系统和HAC(上坡起步辅助控制系统)。被动安全方面,除了采用丰田独有的GOA车身,逸致在所有车型中均标配SRS侧安全气囊和驾驶席膝部气囊,180G车型以上等级更配置了包括窗帘式气囊在内的7个气囊,完全达到中高级车的水准。

此外,丰富的高科技配置,同样为逸致的高价值增添重要筹码。逸致搭载了泊车雷达、防眩目后视镜、定速巡航、倒车影像系统等一应俱全,配置水平非常出色,再次体现了广汽丰田以客户为中心的造车理念。

“三车一体”

掀起时尚多功能车

新风潮

从2010年中国车市的发展来看,SUV和MPV的销量增幅,分别高达56%和59%。多功能车市场全面爆发,成为新的增长点,消费热点的转移也验证了这一消费潮流。各方专家一致认为,随着人们收入水平日益提高,汽车消费核心群体的外出休闲需求变得更具刚性,“小车上上班代步+大车户外休闲”的消费模式已经成为市场主流,而油价高企、限行限购、停车贵停车

难等现实条件,又在一定程度上制约了家庭购买多台车的需求。与此同时,“80后”生育高峰已经来临,他们普遍具有“4+2+1”的家庭结构,更需要一辆大空间的车型来满足日常的生活需要。因此,无论是在心理上还是在功能上,多功能车都很好地满足了顾客的需求。可以说,作为国内首个发布FUV车型的企业,广汽丰田在精准把握市场脉搏上抢占了先机。

“两大使命”

逸致担纲企业与

车市发展新征途

市场专家分析认为,逸致凭借“三车一体”的独特产品优势,将承担起行业与企业的两大“使命”。就行业而言,凭借FUV开山之作的先发策略和新车自身的“四大优势”,逸致必将在未来的多功能车市场中发挥潮流风向标的作用,尤其是将为培育和全面启动FUV市场发挥关键性作用,进而为中国汽车市场创造新的增长点和竞争点;就广汽丰田而言,逸致作为拓展产品阵容的又一重要车型,在丰富广汽丰田产品线的基础上,还将促进企业整体竞争力的进一步跃升,从而更好地为国内顾客提供更多优秀的产品和服务。(宇轩)

贴个好膜从容过夏



专业汽车美容产品

眼看炎夏步步逼近,很多不懂行的车主稍不谨慎就会贴到劣质膜,而劣质膜不但容易掉色,并且也没什么隔热隔紫外线效果,更严重的是劣质膜含甲醛,有刺鼻的味,贴上后全家受牵连。

这里专家从以下几方面提醒车主,牢记鉴别方法,肯定选不到劣质膜。

望:好膜清晰度高,无论膜的颜色深浅,劣质膜在夜间应该可以清晰看见6米以外的物品,而劣质膜看上去有一种雾蒙蒙的感觉。

闻:撕开保护层后,劣质膜闻起来有一股刺鼻的味道,而高档膜采用的是环保胶,基本上没什么味道,或是一股淡淡的胶水味。

摸:高档膜摸上去有厚实平滑感,劣质膜则很软很薄,缺乏足够的韧性,容易起皱。

擦:可以带一点酒精或是汽油,擦拭一下膜的表面。劣质膜一擦很容易褪色,高档膜则不容易褪色。

测:测试膜的隔热效果,隔紫外线效果。

可以采用一种测试方法来作比较:在一个碘钨灯上放一块贴着汽车贴膜玻璃,用手感觉不到一丝热的是优质膜,而立即有烫手感觉的则表明其隔热性能有问题。

选择膜的时候千万别贪图便宜选择劣质膜,贴膜最怕灰尘,所以一定要选择一家技术过硬的无尘施工车间的汽车服务商。济南至尊行·睿达车饰是3M官方挂名授权施工商(3M中文官方网站www.3M.com.cn)钛诺山东省总代理,车间全部配备德国进口喷雾除尘设备,降低贴膜车间的灰尘,增加贴膜车间的湿度,大大提高贴膜质量。特聘3M全国贴膜大赛冠军为本店施工技师,技术堪称一流。

此外,为庆祝睿达高新区店正式开业,现推出超值优惠酬宾:前30位拨入电话咨询的客户将享受3M太阳膜超低劲爆价:钛诺全车最低贴价仅为960元,全车质保6年,其他所有系列贴膜前挡送侧后挡,贴膜咨询电话:15866760870

一汽吉林春季“赢客” 诠释微车营销“新道”

第一季度,国内微车销量整体下滑4.43%,而一汽吉林则实现双重增长,销量同比增长近五个百分点,市场占有率进一步提升。第二季度一汽吉林继续发力,从品牌、产品、服务、渠道、市场、区域,管理七大方面全力出击,与经销商一同诠释微车营销的“新道”。

一汽吉林为“赢客之道”制订了周密的计划。在产品力方面,2011款佳宝V70于3月上市,市场快速升温。4月,一汽吉林的小马力佳宝车型将投放市场。一汽吉林为满足已购车用户的多种选择,推出原厂精品附件、二手车置换享实

惠等便利措施。一汽吉林还推出了专属的金融服务,贷款买车变得切实可行,方便消费者购车。

一汽吉林“赢客”期间,将继续深化“强网、扩网、靓网”工程,力求在第二季度末完成全年任务的80%,增加城市展厅40个、二级销售网点300家以及改扩建经销店面100家。此外,一汽吉林也快速布局服务网点,将建设售后服务便利店330家。一汽吉林精心准备了1000场巡展、500场定展及100场车展,实施有区域特色的各种活动,深入乡村方便用户购车。

(晋芳)

车市动态

济南东岳举办

斯柯达晶锐节油踏青行

4月17日,济南东岳斯柯达4S店举办晶锐节油踏青行,数十位晶锐车主和潜在客户参加了本次活动。4月17日一早,十几辆颜色各异的晶锐陆续集结,组成一支长长的晶锐车队,朝济南近郊著名景点红叶谷进发。晶锐迷们在陶冶自然的同时,也进一步体验到了晶锐操控卓越、省油省油的特点。据济南东岳斯柯达4S店相关负责人介绍,随着晶锐销量逐步提升,保有客户越来越多,大家对晶锐的认可度也越来越高。齐鲁春季车展上,晶锐四天拿下近百个订单,成为同级市场中最畅销的车型之一。(郭鹏)

比亚迪厂商携4200万钜惠齐鲁父老乡亲,车展特惠延续至5月3日!



全新G3R1版

惊爆价:5.99万元! 超大 超省 超安全

焕新悦变



全新G3数智11版
优惠加补贴:5.59万元起!
一键启动数字生活

比亚迪汽车钜惠齐鲁 车展政策延续至5月3日,4月30日-5月3日举办专场试驾团购会,敬请光临!

享受3000元国家补贴(1.8L车型及以上车型) 热烈庆祝比亚迪、奔驰合作成功!

A4 销售网 M6 G3R1 F3R ...

济南东岳汽车集团运发汽车贸易服务有限公司
地址:济南市二环南路7136号(济南大学西校区东南门对面)

销售热线:0531-82765137/82765166