

景逸SUV主打代步车市场

现在已经开始接受预订,预售价为8.69万元—9.89万元

本报记者 孙芳芳

随着油价的攀升,小排量全能实用型家轿,越来越受到市民的关注。它们不仅车内空间绰绰有余,还通过巧妙的发动机搭载为“大块头”车身提供了充沛的动力,同时又充分体现了小排量车型省油的优势。景逸家族因为具备高性价比受到了越来越多烟台市民的青睐,记者从风行汽车烟台万达专营店了解到,主打代步车市场的景逸SUV目前正在火热预订中。



景逸SUV在今年春季车展上的上市发布会现场。

1.5L风格家轿

高性价比抢占家轿市场先机

“在1.8L排量的景逸城市风格家轿风靡车市后,东风风行又推出了风格家轿1.5L系列车型。”风行汽车烟台万达专营店副总经理周玉华告诉记者,风行再次将宽适的空间享受与都市的活力生活以更高的性价比承载在这款景逸新车上,为消费者带来更均衡的城市风格家轿体验。

“在油价高涨时代,景逸充分考虑到了广大准车主最为关心的节油问题。”周玉华介绍,景逸“城市风格家轿”1.5L版进行了车型结构的轻量化设计及应用三菱全球最先进的小排量发动机,使其节油性更出色,而其排放更是达到

了欧IV排放标准,节油的同时也实现了环保的目的。“这也使得景逸‘城市风格家轿’更具保值性。”

同时,景逸“城市风格家轿”1.5L版选择了高效能的三菱4A91发动机。这款1.5L全铝发动机,实现了轻量化设计与充沛动力的完美结合。三菱MIVEC可变气门正时技术的运用,为其打造了一流的加速性能与燃油经济性,其最大功率为88kW,最大扭矩为143N·m。这一数据意味着,在功率输出上,三菱4A91甚至超过了当前一些1.8L排量的发动机,完全能够满足日常出行甚至是长途旅行的需求。

主打代步车市场 景逸SUV火热预订中

在几年前,国内消费者如果想买一款10万元以下的SUV车型,几乎是不可能的事情。SUV乃至越野车型都是少数人能够选择的第二台座驾。但是记者从风行汽车烟台万达专营店了解到,风行汽车为计划首次购入“城市代步车”的消费者设计的SUV车型——景逸SUV在春季车展上首次亮相,现在已

经开始接受预订,预售价为8.69万—9.89万。

“厂家对于烟台春季车展十分重视,将本来定于北京车展上市的景逸SUV放在烟台春季车展上进行首次亮相。”周玉华介绍,景逸SUV是风行汽车专门针对购买“家庭第一辆车”的消费群设计的,具有同级车型无可比拟的经济性,让初次计

划购车的消费者也能将SUV列入购买清单,挑战了SUV只能作为“第二台车”的观念。

“为了免去消费者头脑中使用SUV就会带来高油耗成本,不适宜代步的后顾之忧,景逸SUV采用搭载MIVEC技术的1.6L三菱4A92发动机,能提供90KW的最大功率和155N·m的最大扭

矩,而其百公里综合油耗仅为6.6L,不足传统SUV的70%。”周玉华说,景逸SUV完全达到了国家节能惠民补贴的标准,预计将成为国内首款可以享受国家节能惠民补贴的SUV车型。“这大大降低了车主的使用成本,契合了以‘代步’为主要用途的消费者们对车辆的需求。”

为回馈消费者 车展优惠将持续到本月底

风行汽车烟台万达专营店在春季车展上取得了近百台的销售成绩,周玉华告诉记者,为回馈烟台广大市民,特将店内的车展优惠延续到本月底。

“只要在月底前到店内进行预订,我们将继续提供车展上的优惠价格,除了3000元的现金大礼外,还有大礼包相送。”周玉华说,自2011

年建成4S店以后,风行汽车得到了越来越多消费者的青睐,去年店内的销量更是达到1300台。“将优惠活动延续,就是为了将最大的优惠

让利给消费者。”

据周玉华介绍,除了店内的优惠活动外,本周六店内还将组织意向客户进行景逸SUV的试乘试驾活动。

东风日产实现齐鲁车展大丰收



轩逸:油耗低、质量好

齐鲁车展首日,记者在东风日产展台遇到来自长清的王先生一家。王先生告诉记者,自己做生意,平时经常来往于济南和长清之间,需要一个质量有保证,油耗经济的家轿。询问几个朋友之后,大家一致推荐买轩逸,所以带着一家人来车展看轩逸。

宜家宜商,是东风日产轩逸重点打造的品牌优势,款待家人,也是轩逸刻意树立的品牌理念。开创精彩汽车生活已然是当今社会发展的主流趋势,更多的消费者尤其是已婚车主越来越渴望回归家庭,渴望享受家庭带来的人生乐趣。生活积极向上,家庭幸福和睦,孩子健康成长也越来越成为他们关注的主题,正是轩逸这种“款待家人”的品牌理念,引领中级车市集体“回家”,掀起了一股恋家潮。

新轩逸搭载2.0升MR20DE引擎与新一

代XTRONIC CVT无级变速器,两者完美结合,动力衔接顺畅之极,同时兼顾燃油经济性,带来“超技术体验”;在节能减排和油价不断上涨的背景下,轩逸搭载的CVT无级变速器比普通AT变速器节能15%,同时新增了1.6升手动挡,为消费者提供更多的选择。

骊威:空间大是首选

刘先生自己开了个商品店,做零售生意。这次来齐鲁车展,就是要挑一款空间宽敞,装载量大的小型家轿。这样,平时自己家用的时候,能够带着家人一起出游,如果遇到商用情况,还必须有个百变空间,满足多拉快跑的用途。骊威后备箱空间在同级别市场中最大,后排放倒之后,空间堪比商用车。正是因为骊威的空间优势,刘先生最终选择了骊威。

骊威采用日系车经典的设计理念,尤

其是改款后的新骊威家族在外观、内饰、配置等方面进行了全面升级,以其宽敞舒适且灵活多变的空间,大气硬朗且动感的外观,高效强劲的动力组合完美呈现了骊威“全时全能”的全优车型。并凭借超大非凡的空间感和“全时全能”的产品力,为车主提供了关爱家庭、感受家庭温暖的机会。

新骊威家族劲悦版、劲锐版、劲逸版三位家族成员共计12款车型,以“全时全能”的质感给不同需求的车主带来了更多安心保障和舒适实惠。劲悦版以其浓厚的动感风格,吸引着追求运动风潮的年轻一族;劲锐版凭借由外至内温情而时尚的元素,体现了悦人悦己的视觉效果;而劲逸版则利用7座MPV的精髓满足了旅游控们利用闲暇时间带上家人畅游神州大地的愿望。

阳光:公认的超高性价比

阳光是第一个将价格下探到8万区间

的合资品牌,将市场定位为给消费者提供最佳价值的“新生代中级车”,而目标消费者就是那些刚刚起步、为家人奋斗打拼,并与家人分享成功喜悦的年轻白领。

就职于某银行的李小姐就是典型的阳光潜在客户。平时出入各大企业之间,与企业高管接触,没有车,对李小姐工作极为不便。她在本届车展上选择了东风日产阳光。李小姐解释,阳光属于“成长型车型”,就像自己的事业一样处于成长期。这辆车肯定不是自己的最后一辆车,但是在目前这种阶段,是最适合自己的车型。

阳光在外观风格上就偏向于居家型家轿,线条过渡流畅,更显动感;内部空间十分宽敞,视野很开阔;搭载的HR15DE引擎,配合燃油双喷射系统,双C-VTC可变气门正时智能控制系统,加上与之匹配的5挡手动和CVT无级变速变速箱,在动力输出连贯性、燃油经济性等方面都有更好的表现。

为期四天的齐鲁车展已于上周落下帷幕。据东风日产车展组委会介绍,车展四天,展台成交突破600台,意向客户留档5000多。其中,轩逸、骊威和阳光组成了家轿三剑客表现更是抢眼,成为同级市场中销量最高的品牌之一。车展结束之后,东风日产专营店将组织“闭馆团购”活动,在车展上提交订单和意向强烈的客户,可以致电专营店,密切关注车展后续活动。

本届齐鲁车展,东风日产早在一个月前就开始着手准备。无论是促销政策、展台营销、团队培训和客户资料收集,都做足文章。“到齐鲁车展,就看东风日产”,成为现场观众随处可见的标语。在高新区进口最显眼的二楼广告位上,“东风日产好,关键是发动机好”的大幅广告,在网上成为网友热议焦点。