

明星车型

老板不一定非要坐第二排

艾力绅让你“宽享全座舱”



6月7日东风Honda旗下首款高端MPV——ELYSION艾力绅正式发布,并于7月初在全国各东风Honda特约店上市销售。全系标配2.4Li-VTEC发动机,VTi舒适版、VTi豪华版和VTi-S尊贵版三款分别售价28.38万元、29.38万元、31.98万元。

据了解,东风本田对于艾力绅这款车型的调研工作在3年前就开始进行了,通过对竞争对手的分析和潜在消费人群的调查,制定了相关的研发和推广策略。相比同级别的进口商务MPV,艾力绅在性价比方面更胜一筹,在提供豪华舒适的乘坐体验的同时,下探到30万元以下的售价明显更具吸引力。



作为东风Honda首款MPV,ELYSION艾力绅也是本田、丰田、日产三大日系品牌在华首款国产高端MPV,对MPV市场格局发展具有重要意义。目前国内日系高端MPV均以进口方式销售,且价格在50万元以上。相对而言,ELYSION艾力绅具备更高的性价比优势。

东风本田的CR-V在SUV市场的

光辉业绩是有目共睹的,东风本田副总经理刘洪表示,力求通过5年的时间,将艾力绅打造成为MPV市场中的CR-V。

东风本田总经理水野泰秀表示,ELYSION艾力绅为新世代精英而生,这款Stylish MPV不仅体现了国内MPV市场的主流价值,还以追求驾乘乐趣为原点。它不仅强调大气外观和质感内饰,还打造出凌驾于现有MPV之上的“宽享全座舱”,全面满足新世代精英人士需求。

作为ELYSION艾力绅的最大亮点,“宽享全座舱”的理念实现了宽敞舒适的乘坐空间和动感敏捷的驾驭性能的二者兼顾。全三排七座沙发座椅呈现极佳的乘坐享受,多种座椅组合方式营造舒展的驾乘空间。

在发布现场,水野泰秀表示:“ELYSION艾力绅就是要让大家知道,老板不一定非要坐第二排。实际上,我们的第一、二、三排都很舒适,我们要让老板也能感受到驾驶的乐趣。”同时他希望更多年轻人能够驾驶这款MPV。

通讯员 王晓媛

加大号“城市代步家轿”
2012款景逸舒心更安心

从万达风行专营店了解到,山东风行1-6月份销量过万。在占领细分市场赢销量的今天,定位“城市代步家轿”的风行景逸,旗帜鲜明地提出,其定位于“加大号”和“城市代步”。定位精准的风行景逸在去年以超过7.4万辆的销量成绩赢得自主品牌大两厢家轿市场冠军。今年,风行汽车再次对风行景逸进行了省油、安全、配置、性能、舒适方面的5大升级,共计29项优化,作为家用车,升级后的2012款景逸具有更多的优势。

首先,定位于“城市代步家轿”的景逸车型,从价格和油耗上,对于那些购车用于代步的家庭来说,完全可以接受。由于景逸主要使用以省油著称的三菱发动机,因此油耗经济性表现出色,尤其是2012款在增加了源自BOSCH博世全球技术的自动起停系统(STT),并加装了电动助力转向系统(EPS)后,2012款景逸的综合油耗低至6.2L/100km。

其次,不少热衷于风行景逸的购车者看中它的重要理由,就是“加大

号”的空间,全家老小都能舒适地乘坐,“城市风格家轿”景逸LV,“加大号”的车身尺寸,让高矮胖瘦的驾乘者都能获得舒适坐姿,对于三四个人的家庭来说,非常实用。

2012款景逸还实施了NVH降噪工程(NVH是噪音(Noise)、震荡(Vibration)和平稳性(Harshness)的简称,它直接影响汽车乘坐者的舒适度),使怠速噪声降至40dB(A),这使得车内空间,除乘坐舒适外,更加静谧。

此外,2012款景逸还配备了制动力辅助功能(BA)、新三幅方向盘、迎宾踏板、电除霜后视镜、不锈钢装饰亮条等高性能配置,更显时尚和尊贵,为消费者带来更大的心理满足感。同时,发动机悬架刚性、车身顶棚



横梁工艺的改善,也提升了整车的安全性。

据介绍,全能大两厢景逸是主打二、三线市场的家用代步车品牌,去年以来一直稳居细分市场销量冠军,业内普遍认为风行景逸作为热销车型,此次推出“品价比”全面提升的2012款,必将加速风行汽车全年销量目标的实现。

通讯员 刘晓芹

贺风行山东区域1-6月销量过万
菱智M5奥运版9.89万元清凉上市

近日从烟台风行华路得专营店了解到,“为了庆祝山东区域1-6月销量过万,特推出菱智M5奥运版9.89万元的车型,回赠客户,优惠幅度高达万元”,风行汽车山东区为庆祝销量逆势脱销破万,迎接龙年奥运,各大城市将陆续展开“龙年新风行 风行迎奥运”菱智M5奥运版9.89万元清凉上市

精彩活动,烟台华路得风行汽车经销商正在举行菱智M5试乘试驾会。作为国内首款大空间全能商务车,菱智M5将以“奥运989”售价清凉上市,让广大客户都能轻易实现梦寐以求的“商务车生活”。

2012款菱智M5前大灯造型圆润,配以三条横幅式镀铬格栅,更显大气,新保险杠上的雾灯装饰条也注入了几分稳重气氛。尾灯采用红白搭配,中间用红色反光板将左右尾灯相连,使尾部更有层次感;尾部增加了人性化设计,新增的踏板为上下车和搬运物品提供很大方便。外观的升级使2012款看上去更宽大、更气派,再配以铝合金轮毂设计,不但给消费者带来更强烈的商务气息,整车也更显档次。

此外,内饰、配置及操控的升级,也使2012款的商务功能更加凸显。在内饰上,2012款重新开发了A柱、门踏板和地板后空调,同时优化了内饰做工,进一步提升了产品的商务属性。配置上,全系均配备了“套色车身+尾翼”,提升产品的商务感,同时全系标准轴距版车型都配备了五连杆后悬挂,具备了更优良的平顺性和舒适性。在操控上,2012款将地板直接操控变为轿车式中控台软轴操控,优化了变速操控,提升了驾驶感受。

伴随着“龙年新风行 风行迎奥运”菱智M5奥运版9.89万元清凉上市活动的展开,风行菱智M5不仅打造了“这车都卖10年多了,信誉好,有质量保证,而且大气尊贵,符合我们公司的形象”的良好口碑,随着菱智M5全新升级车型的陆续推出,风行汽车无疑将会继续其强势表现,收获更大市场。

通讯员 刘林辉

热点话题



资料片

油价下调
能否促进汽车销量增长

11日起,汽、柴油价格每吨分别降低420元和400元,汽油平均每升降价0.34元。这是否会对汽车销售有促进作用,总结自5月油价下调起,汽车产销较上月略有下降,同比继续保持较快增长。1-5月,汽车产销双双增长,总体呈现企稳回升态势,其中销量已由负增长转为正增长。

乘用车产销情况:5月,在乘用车主要品种中,与上月相比,运动型多用途乘用车(SUV)产销小幅增长,基本型乘用车(轿车)销量微增,其它品种产销有所下降;与上年同期相比,四大类品种呈不同程度增长,其中运动型多用途乘用车(SUV)增速最明显。

商用车产销情况:5月,在商用车主要品种中,与上月相比,客车非完整车辆销量微增,其它品种产销均呈一定下降;与上年同期相比,半挂牵引车和货车非完整车辆产销有所下降,其它品种各有增长。

事实上,中国的油价与欧美国家比较,差别不是太大。问题是油钱在国内占据了消费者的收入,比起欧美国家来说,比重要高得多。在当前经济疲软,汽车销售下滑的情况下,油价降低到合理水平,对于消费者购车的选择余地无疑是增大了不少。而且,如果油价进一步下降,不仅对购置大排量汽车的消费者产生有益的影响,也对徘徊着,正在思想斗争着,是否购买汽车的潜在消费者产生积极的影响。由此可见,油价很可能成为救车市的其中一个“救生圈”。汽车消费方面,购车成本已是大的支出,如果后期养车费用可以降低,那么无疑将是利好。

火眼金睛

车型猜猜看

你能看出图中是哪款车吗?凡回答正确的前十名读者均可获奖品一份,先到先得。本期奖品是由华泰汽车烟台华龙4S店提供的精美奖品。
竞猜热线:18353575825



(答案将于下期公布)
上期答案:荣威950

上期竞猜车型回顾:

荣威950售价在18.89-31.99万元之间,分为2.0L、2.4L、3.0L三种排量5款配置。

荣威950创新集成“TGI智能缸内直喷发动机”、“CONTI GEAR 6速丝柔自一体变速箱”、“四路多频CAN-BUS车身集成总线系统”以及“十位一体旗舰级安全系统”等引领全球汽车核心技术变革趋势的四大全球领先技术。

动力总成方面,荣

威950的2.4和3.0排量车型均采用引领全球发动机技术变革主流趋势的TGI智能缸内直喷发动机,变速箱拥有体积小、重量轻、噪音低、稳定性高、换挡流畅等众多优势。车长5米的荣威950在8.1秒内就完成0-100 km/h加速,等速百公里油耗仅为6.5L,实现动力性能和节能排放的和谐统一。荣威950以B+级车型的定位达到了行政级豪华车型的安全标准。

上期获奖读者名单:

程先生	139****3771	高先生	132****6881
刘先生	186****5896	谷先生	137****6023
王先生	186****3063	初先生	188****0311
张先生	155****2157	林先生	135****1881