山东小车销量新赛欧夺冠领跑细分市场

近日，中汽协公布1月统计数据，单一车型销量排名较2011年有所更迭。其中，全民理想家轿新赛欧以月销2.14万辆的数据在轿车单一车型销量排名中位列第四，仅次于帕萨特、凯越和科鲁兹，比2011年国内单一销量车型排行第七的成绩又有进益，稳居国内小车市场头把交椅。作为雪佛兰品牌历来的重点销售大省，2011年新赛欧在山东省内全年销售2.7万辆，小车市场冠军地位稳固。在城市及城镇居民选购家庭第一辆车时，新赛欧的品质、空间、安全和燃油经济均领先同级，形成影响购买决策的综合优势。

有调研显示，以济南购车者为代表的山东小车车主，消费习惯颇具孔孟遗风，相对务实，重视实用性和口碑；购车时对安全和油耗因素最为重视。新赛欧采用1.4L S-TEC III和1.2L S-TEC II发动机，综合油耗低至1.2车型5.7L、1.4车型5.9L，多款车型屡次入围国家节能惠民名单。购车者不仅继续享受3000元购车补贴，更重要的是节约长期用车成本。在安全方面，新赛欧在同级车型中同样表现突出。全系按C-NCAP四星级安全标准设计，并全系标配后排儿童安全锁和后排ISOFIX儿童安全座椅固定装置，让家庭每一位成员都能得到全方位保护。

2010年1月，新赛欧以国内首款进入6万元区间的合资品牌车型的低调姿态入市，首开合资品牌价格下探先河，但完全不带“低质低价”的印记。新赛欧95%的零部件来自通用汽车全球体系，生产流程严格遵循上海通用的制造工艺和质量管理体系，凭借整车品质在同级别市场赢得出色口碑。在JD. Power公布的2011中国汽车魅力指数报告中，新赛欧荣膺细分市场魅力指数冠军车型。

除了在国内市场扎实布营，新赛欧还出口远销海外市场。在南美、非洲等多国，至今已有近4w个家庭得以体验这款来自中国的“幸福小车”。其中，在智利和秘鲁市场，新赛欧的占有率位于小车市场前两位，中国研发与中国制造的实力和品质得以印证。

车型点评：

几年前，随着经济发展，中国社会逐步走向汽车社会，国内家庭用车需求增加，汽车市场逐渐呈现从一线都市扩展到中小城市和城镇的下沉趋势。不过，一旦论及普通家庭期望的品质高、油耗低、价格可承受的经济小车，屈指可数。

两年前，雪佛兰新赛欧带着“属于你的幸福”品牌诉求上市，集品质、空间、油耗、安全与一身，在国内经济型细分市场树立了“价值”和“品质”的双标杆。这款“全民理想家轿”销量逐月走高，一度迈入月销2万辆俱乐部。

对很多消费者而言，新赛欧是一款颇有“人情味儿”的小车，不仅在于其对国内幸福家庭的生活和情感共鸣，还有背后国际品牌售后服务的支撑和保障。懂车更懂你，雪佛兰“金领结服务”为车主提供“以人为本”的主动式关怀，以及安心、妥贴的专业服务。

买车不贵，加油省钱，用车放心，“全民理想家轿”名副其实。 （谭立想）

润华雪佛兰菏泽广州北路店

销售热线：0530—5537000 服务热线：0530—5959299