

# C4L热销 法系车逆袭

## 东风雪铁龙C4L上市不久 意向客户超两万三千人

又至年末,当一个个怀揣年终奖的消费者涌向各个汽车4S店的时候,高涨的购车热情也最终将2012年车市的增幅锁定在7.1%的水平,而赶在年底上市的几款新车更是得到了消费者的诸多青睐,东风雪铁龙C4L便是其中一款备受关注的汽车,截至目前,C4L的意向用户已达两万三千人,销售火爆。C4L的热销,使法系车呈现出逆势增长的状态。

在刚刚启动的C4L全国交付仪式中,东风雪铁龙已经将1000台崭新的C4L交付给了首批前期购车的幸运车主,并表示后续新车也将陆续到店进行交付,尽可能满足消费者节

前提车的需求。其中部分门店甚至出现了一车难求的局面。

谈到C4L的热销,不由的让人联想到目前一部票房大热的电影——《泰囧》。这部既没有大牌导演,又没有大手笔制作,更没有帅气靓丽明星的电影却在贺岁档异军突起,一举击败了冯小刚的《1942》,李安的《少年派》等热门影片。《泰囧》的成功,很对人都归功于它在恰到好处的上映节点为消费者带来了一部有别于他人风格的电影,在一个由《1942》、《少年派》、《王的盛宴》等营造出的让人感到略感沉重的贺岁档中,《泰囧》以一种完全不同的轻松风格打动了消费者。



而同样被认为上市节点选择恰到好处的C4L是否会取得《泰囧》般的成功,彻底改变中高端中级车市场格局?现在判断还为时尚早,不过可以肯定的是,C4L也将以其独特风格的法式大餐,吸引越来越多消费者的关注。

不可否认,作为全球车市

对车的理解,使得法系车的风格对于当时尚处于初次购车阶段的中国消费者来说过于独特,很难被接受。

而现在我们似乎终于看到了他们的改变,法系车企已经愈发重视中国市场,也开始倾听中国消费这的诉求。去年底开始,先后投放东风雪铁龙C4L和东风标致3008两款新车,分别发力A+级和SUV两个增长最为迅速的市场。此次东风雪铁龙推出的C4L就可谓诚意十足,不仅为中国消费者带来了雪铁龙压箱底的动力配备——与宝马集团联合研发的1.6TGP涡轮增压直喷发动机,以其1000转涡轮增压介入,1400转达到扭矩峰值,号称

“起步就有”的T动力体验,彻底满足了人们对法系车动力的期待。更是通过2710mm的超长轴距,后排空调出风口,29度的亚洲人最佳靠背倾角和航空睡眠头枕等领先优势,充分照顾了中国消费者对于后排舒适性的严苛需求,营造出了堪称同级最舒适乘坐空间。而雪铁龙独步全球的底盘调教技术更是得以充分的体现,让C4L在运动和舒适之间,寻找到了绝佳的平衡点,再加上其精致的内饰和考究的用料,无不传达出对中国消费者需求的理解和尊重。就不难解释,年底吹起的这股法系新风,为什么能得到消费者如此热烈的反馈了。(晓宁)

### 上海大众荣耀历程30年 诚挚感恩回馈百万信赖

# 上海大众汽车全系迎新钜惠

随着春节临近,龙年的脚步日渐行远,而作为中国汽车企业的龙头,上海大众汽车也在龙年的结尾,交上了一份令人惊喜的答卷。

2012年,上海大众汽车全年累计销量达到了1050005辆,成为第一个年销量破百万的单一乘用车品牌,以“舍我其谁”的态势,继续把持着“国内最大乘用车品牌”宝座,这一辉煌的历史时刻将作为中国汽车工业史级事件,永远的载入史册。

如此荣耀加冕,正是由于广大消费者对上海大众

VW品牌的忠实拥趸,感恩,已迫不及待。上海大众VW品牌喜悦分享,推出迎新钜献,让您优惠享不停。

**至尊享礼: 新帕萨特**

Passat品牌一直是国内B级车市的代表,2012年更是Passat品牌全面收获的一年,全年销量达到23万辆,始终稳坐细分市场终端销售冠军宝座。

现购新帕萨特,荣耀感受至尊豪礼,享购车3年0利率,尽显领袖之风。

**乐家享礼: 朗逸**

在全新朗逸的率领下,朗逸品牌销量节节攀升,



2012年累计销量达25万,上升之势不可阻挡。作为专为中国用户量身定制的高品质轿车,朗逸品牌依托精湛的造车工艺,赢得广大消费者的青睐,令征战A级车市多

年的同级车型难以望其项背。

作为家庭最钟爱车型,钜惠怎能含糊,让购车家庭体会真正经济实惠购车。现购全新朗逸尽享1年0利率,

首付30%起;或享5050购车计划,畅享半价购车。

**风尚享礼: Polo**

Polo家族自进入中国市场以来就深受年轻消费者的喜爱,成为最受欢迎的A0级品牌之一。2012年,Polo全年销量超过18万辆,遥遥领先于竞争对手。Polo车型充满时尚感,备受都市年轻人群的推崇;先锋跨界的全新Cross Polo以自由不羁的个性得到前卫青年的追捧;2012年9月份刚刚上市的高性能运动型小车Polo GTI,凭借堪比赛车制造工艺的过硬品质,迅速成为精品运动

车型典范。

车型有范,优惠更风尚。现购Polo,狂享2年0利率,首付30%起;或5050购车计划,半价购车;亦或享3年低利率,首付30%起,每种优惠方案,各种不同风尚style,任您随意选择。

凭借对高品质的执着追求,上海大众VW品牌实现品牌价值的向上突破,在激烈的市场竞争中摘得头筹。年销售百万辆是历史性纪录,也是全新的起点。在贺岁之际,上海浓情钜献优惠豪礼,让消费者尽享购车。(纬锐)

## 美系静谧VS德系精湛 凯迪拉克全新豪华车XTS 率先搭载BOSE主动降噪技术

作为汽车音响届的执牛耳者,BOSE与豪华汽车结下了不解之缘。从凯迪拉克到奥迪、保时捷、英菲尼迪以及玛莎拉蒂,众多豪华品牌不约而同成了BOSE音响的忠实粉丝,国内消费者最新接触到BOSE的两件“作品”是奥迪A8及凯迪拉克XTS。国产的奥迪A6L中的高配车型均采用了BOSE 4扬声器环绕立体声音响,凯迪拉克XTS更是全系搭载BOSE音响及ANC(Active Noise Cancellation)主动降噪技术,使得这两款豪华轿车在音乐品质上达到了更高水平。



▲全新豪华车凯迪拉克XTS

密切合作中,并借技术进步的契机,今天BOSE在汽车音响的领域上达到了一个新的高度,比如在凯迪拉克全新豪华轿车XTS的音响系统上,为了表现更加丰富、立体、逼真的音响效果,BOSE为其配备了14个扬声器,并定制了一套BOSE Studio Surround 环绕声音响系统。这套系统能够模拟360度环绕声场,通过新一代BOSE Centerpoint 信号处理电路增强了对音频分析和计算的能力,并能准确地转换成多声道信号。因此,不论CD机、MP3广播还是pod都能将声音准确地还原,营造多声道立体声的聆听环境。

**最新主动降噪技术——为汽车提供宁静音乐空间**

豪华轿车舒适性的一个重要指标就是车内的静谧性,为了降低车外噪音,除了采用更好的车壳隔音降噪设计外,凯迪拉克XTS还首次采用了BOSE的ANC主动降噪技术,进一步隔绝车外噪音。

ANC主动降噪技术可实时持续监测车内声音水平,分析环境噪音,随后自动调节音乐

中不同频率的输出(不仅仅是音量的调整),并做出反向波,抵消噪音的影响,为驾乘者提供更加纯净和舒适的听觉感受。这项技术如同BOSE享有盛誉的降噪耳机,即使在地铁、飞机等嘈杂环境下,打开降噪开关,便可还原宁静的聆听环境,带来私人音乐空间。更让人称赞的是,凯迪拉克XTS全系车型均标配BOSE这套降噪技术,配合定制的14扬声器的环绕声音响系统,音质达到了超越纯净的效果,使汽车从一个原本不适合听音乐的环境转变为地地道道的移动音乐厅。

随着技术的不断发展以及音响企业与豪华汽车品牌深入地合作,汽车正在逐渐成为移动音乐厅。相信不久的将来,更多车主在忙于繁重的工作的同时,还可置身于音乐的海洋,尽情享受惬意的汽车生活。



▲凯迪拉克XTS座椅上的BOSE音响

## 2012年一汽-大众奥迪销量突破40万辆



一汽-大众奥迪业绩沟通会高层访谈现场

1月17日,一汽-大众奥迪在全年业绩沟通会上公布继2011年销量首次突破30万辆之后,2012年,又一举突破40万辆大关,以10万辆的绝对领先优势再次拉大了与第二名的差距,进一步巩固了无可争议的领先者地位。一汽-大众汽车有限公司董事、总经理安铁成表示:“在复杂的

宏观经济和市场背景下,一汽-大众奥迪从容应对,逆势上扬,创造了各个方面的新纪录。”

会上还公布了名为“领先者战略”的全方位发展计划。根据该战略,到2020年,奥迪仍将保持中国高档车市场第一名的位置;到2015年,奥迪全系45款产品都将引入

中国,年产销规模要实现70万辆,经销商数量也将由目前的291家增至450家。

为达成这一目标,2013年,一汽-大众奥迪将在原有基础上进一步丰富销售服务模式,创建包括品牌综合体验馆奥迪世界和奥迪数字城市展厅Audi City在内的多种终端销售和服务模式,为消费者提供最尊贵的服务与品牌体验。同时,一汽-大众奥迪还将推出10款以上高性能、个性化和新能源车型,为用户带来更运动、更年轻、更科技的产品体验和品牌感受。在品牌形象上,一汽-大众奥迪将为170万用户打造从基本用户直至“奥迪英杰汇”的多层次用户形象,全方位展现奥迪品牌及用户群体的进取魅力。(晓宁)

## 克莱斯勒引入全新7座SUV新酷威



1月14日-16日,全新进口7座豪华跨界SUV新酷威亮相“越享大境界”全国媒体成都试驾会。刚刚荣膺“2013年度最值得购买车型”的新酷威以进口车品质、领先同级的最大车身尺寸、全方位越级配备、美国公路安全保险协会(IIHS)最高五星安全标准等全面领先价值,重树大7座豪华跨界SUV价值新坐标。全新进口酷威搭载了克莱斯勒旗下2.4L DOHC D-VVT发动机和6速手自一体变速器。同时,新酷威以同级车型中4910mm最长车身,2890mm最大轴距,配合美式硬朗的外观设计,形成鲜明个性。(本记)