

●滨州车市微调查

黄河十路由东向西方向

半小时共通过308辆汽车

其中大众品牌占多数,其次是别克

专刊记者 吝海滨

多数人的选择在大多数时候都是正确和明智的,选车也是如此。人们根据个人喜好、经济实力、用途等多方面考虑会选择不同品牌、不同价位、不同用途的爱车。所以在路上看到的汽车呈现出品牌、车型各不相同的现象。但是,即便是汽车品牌 and 车型的多样化,仍然有部分品牌成为了大家的多数选择。记者做了一项调查,1月28日上午8点10分至8点40分在黄河十路渤海八路与渤海九路之间路段,由东向西单行半小时内共通过308辆汽车。其中上海大众和一汽大众数量最多,达到81辆。这与大众品牌的德系名声和大众品牌旗下丰富的车型是分不开的。其次是别克,再次是雪佛兰、北京现代、本田等。



半小时内不同品牌汽车通过数量

品牌	数量/辆	品牌	数量/辆	品牌	数量/辆
一汽奥迪	14	广汽/一汽丰田	13	一汽奔腾	6
宝马	5	长安铃木	4	比亚迪	10
上海/一汽大众	81	长安/一汽马自达	4	长安汽车	4
奔驰	2	东风悦达起亚	6	长城汽车	2
凯迪拉克	1	长安福特	10	海马汽车	2
东风/广汽本田	16	上海斯柯达	2	江淮汽车	3
东风标致	2	北京现代	17	荣威汽车	1
通用别克	19	通用雪佛兰	18	奇瑞汽车	9
郑州/东风日产	11	东风雪铁龙	8	其他	38

注:以上数据因时间段和路段选择上的差异,存在偶然性,仅为参考数据

叫好不叫座

——评价较好车型也坐冷板凳

1月28日,记者做了一项小调查,在一个路段上,对半小时内单行通过车辆的牌数量做了较为详细的统计。大众、上海通用在过往车辆中仍然占多数。这也符合上海大众、一汽大众、上海通用三位以惯有的三足鼎立格局继续领跑中国车市的大局势。部分国人还是较为喜欢大众的,原因便是买的人多,自然好,这也成了一个惯性思维。再者,德系车与美系车高品质、耐用的口碑依然在吸引着多数消费者的眼球。这三位所占率在汽车市场中分得大蛋糕自然无可厚非了。

自主品牌在汽车市场瓜分蛋糕

糕行列中的优势越来越大。通过局域小范围内通过车辆的数量统计也可以得到一个模糊的概念,那就是在过往的308辆车中有60辆车为自主品牌,比亚迪与奇瑞一对绝代双骄支柱自主品牌这一大系列。同时,还有北京现代和日产,一个以更激进的市场营销策略见长,一个以多元衍生的细分市场策略著称,构筑了坚实的瓜分基础。

法系车,口碑不错,但记者也发现了一个比较有趣的现象,在滨州市上路的法系车并不多,是因为法系车外观注重生活理念所以不引人注意?还是其他什么原因?车系上的叫好不

叫座还不是特别明显,部分车型才是明显。记者在调查时总结了两款叫好不叫座的车型,如果觉得合适,还是很值得关注的。

歌诗图。如歌,如诗,如画。本田为这款跨界车型做出最美定义的同时也寄托了无限的期待,希望这款独特的跨界车能如诗歌画一样,获得消费者的认可与喜爱。只可惜,从2010年推出至今,歌诗图虽然一直享有不错的口碑与声誉,却没有获得相应的市场反应。不见起色的销量成了插入理想的尖刀,在诗画般的美好愿望面前显得颇为尴尬。

车如其名,歌诗图的确如诗歌如画一样让人过目难忘。外形集成了本田汽车的多种基因;内饰科

技感十足,空间实用富余,接近豪华车;底盘和发动机均沿用了雅阁上的配置,技术成熟有保障。在上市之初歌诗图只推出了3.5L车型,过高的油耗和定价让不少消费者望而却步,遗忘在市场的角落,饱含了叫好不叫座的无奈。好在2012年4月份,2.4L车型的正式推出,同样一款车,只是动力稍作修改便可以便宜近10万元,如此的优惠幅度让人很是心动。况且,歌诗图本身的造型、质量和品牌口碑都有过硬的保障,只要价格合适,拥趸自然蜂拥而至。

星骋。记得一位好友在和我讨论起心怡车型的时候,第一个提名的就是马自达3星骋。问及原因,答曰“广告做的不错,看起来很帅”。或许,这

也是主打运动感的星骋给大部分消费者留下的最深刻印象。动感饱满的外形搭配家族式的“大嘴”,十分亲切可爱;紧凑的线条非常流畅,也不乏力量感,在众多突出家用性的车型中颇为亮眼。而从“唯美汽车设计大奖”到“年度最佳时尚车型大奖”,再到“最具艺术气质大奖”等等,星骋的设计也受到了多方面的肯定。星骋刚上市的时候,“向完美说不”的口号获得了不少用户的关注,富有运动感的底盘悬架和左右各一套的方向盘换挡拨片也是主推的亮点。然而,这些都只为星骋带了关注的目光,并没有带来更多的销量。年轻的外观限制了星骋的消费群体,10.08万-15.37万的价格也超过了这部分购买人群的预算。从品牌来看,在日系品牌逐渐推出新品,恢复在华元气的时候,长安马自达还是一副不温不火的样子,降价不给力,宣传也颇不上心,老款马3更是减配销售,被消费者诟病已久。长此以往,星骋的前途更是难测。

观以上两款车,都是在现实的市场竞争中曾经落魄或正在受挫的车型,但这并不能证明它们不是一款好车。相反,它们都有自己的优势,也有明显的劣势。不过,人无完人,车也没有完车。理想中的目的地并非遥不可及,只要有足够的实力与明确的方向,总能走出实现通往理想的大路。

(专刊记者 吝海滨)



新BMW 7系试驾有感

1月26日,滨州宝通汽车销售服务有限公司举办了一场高品质、高品位的BMW 7系媒体试驾会。专业的讲解,豪华的内饰,高品质的服务,让人总有为宝马写些什么的冲动。

7系作为BMW倡导创新、梦想与责任的最佳载体,优雅的运动风格配合先进的动力传动技术,奢华的舒适性搭配人性化的驾乘体验,给记者留下了深刻的印象。7系一直都是豪华车领域甚至汽车行业的巅峰之作:从1977年保养间隔提示率先被引入豪华车领域,到1987年V12发动机与豪华车的首次联姻;从1995年防爆胎成为豪华车安全性的象征,到2002年电子气门技术开创豪华车节能环保的先河;从2007年氢能7系为豪华车零排放迈出的第一步,到2009年整体主动转向技术树立豪华车灵活性的新标准。今天,新7系的诞生又为我们开启了豪华车的新纪元。在这个新纪元中,750Li xDrive更是BMW为中国市场量身打造。

动感的线条和实现完美平衡的车身比例依旧是眼前这台750Li xDrive保持运动优雅的精髓所在。新型LED大灯是新7系最为吸引眼球的外观配置,独特的光冠圆环和设计巧妙的饰条确保新7系在夜间也同样散发着独具特色的高贵气质。9根格栅条取代了前代车型的12根格栅条,结合重新设计的前导流板,

使新车型与前代车型从外观上明显区分开来。

坐在750Li xDrive的驾驶席,全新设计的真皮座椅在提升驾驶舒适性的同时并没有忽略对驾驶者的横向支撑力。眼前的10.25英寸可编程全彩色液晶显示仪表盘(选配)取代了传统的仪表盘,选择不同的驾驶模式,还会呈现出不同的颜色,除了颜色不同之外,其显示内容还会根据所选驾驶模式发生变化,展现在眼前的将是匹配当前驾驶模式的行车数据;全彩色平视显示系统能提高清晰度的同时提供了更为详尽的驾驶信息。

从2002年第四代7系为我们开启了iDrive时代,到今天新7系带来的第三代iDrive系统,iDrive的更新总是和7系的升级不谋而合。全新3D显示效果呈现在高精度显示屏上,新iDrive系统能够为驾乘者提供耳目一新的视觉享受。新iDrive系统拥有200G的车载硬盘,除存储3D导航地图之外,其中20G用作音乐文件的存储空间。为中国地区量身打造的高分辨率手写输入板位于加大的iDrive控制器旋钮上方,中文输入导航地址变得更加便捷。然而,另一种“输入方法”比手写来得更为准确快捷,这就是BMW ConnectedDrive互联驾驶。科技感十足,让人很难不被它的魅力所吸引,这就是750Li xDrive。(专刊记者 吝海滨)

一种生活一种理念

——东风标致3008 1月26日滨州狮瑞荣耀上市

人,应该怎样活着?人活着应该自信洒脱,尽情尽兴,活,该快乐!这就是3008,这就是一种生活理念。

1月26日,倡导都市新生活的高性能欧系都市SUV“东风标致3008”在东风标致滨州狮瑞4S店举办新车上市发布会。标志着有一股属于东风标致3008的都市SUV旋风即将席卷滨州市。

每天努力工作,为实现自我价值而拼搏,穿梭于都市的喧嚣之中,面对生活的压力与竞争;有时候我们会向往徜徉在峻岭溪水之间,感受城市与自然的交替,体会沉稳与狂野的转变。那么,“活着,就该快乐”就该享受生活,释放激情!东风标致3008搭载1.6THP涡轮增压直喷发动机+多路况适应系统,适应复杂路况,纵情都市内外。配备Mirage幻影式战斗机式驾驶舱,以及Hobby分体式尾门,无拘自由,乐享休闲生活方式,东风标致3008作为东风标致首款SUV,具有其非凡的意义。

发布会上,东风标致滨州狮瑞4S店将3008主张的“活,该快乐”的



东风标致3008上市现场。

生活状态以及“TMH”鲜明的产品卖点诠释得淋漓尽致。3008发布会吸引众多客户及媒体记者到场,运用多媒体展播技术,集合3008“活,该快乐”的全新宣传主题,充分体现3008作为东风标致首款战略SUV车型的非凡魅力。

本次活动现场气氛热烈,下午7个3008的订单,同时也获得了现

场朋友的好评。4S店负责人说到,东风标致3008首轮上市四款车型,分别搭载1.6THP涡轮增压直喷发动机及2.0L自然吸气发动机,配备6速手自一体变速箱或5速手动变速箱,车身颜色分为拉菲红、珠光白以及雨林棕三种颜色,价格涵盖15.97万至21.47万元。

(专刊记者 吝海滨)