

SUV市场或现“独木桥”效应

2013年上半年,中国汽车市场整体继续盘整,“微增长”时代不可逆转。但在SUV市场,却是另一番风景,虽然不复动辄100%的几何级增长,但销量整体增速仍然大幅跑赢“大盘”。汽车厂商推出SUV车型的热情与力度不减,又有不少新丁杀入本已车型云集的SUV市场。中国SUV市场的盛世似乎远未终结。

“纺锤形”格局趋稳定 后进入车型上位成疑

随着产品不断增多,国内SUV市场的竞争格局看上去像一个中间大,两头小的“纺锤形”,而“纺锤形”的中间部分——12万到30万元这个价格区间,聚集了逍客、CR-V、途观、ix35、RAV4等十余款主流车型,竞争十分激烈。而2013年将上市的中型SUV的数量几乎与前两年的总和相当,让这块细分市场的战况更加复杂。

面对价格更容易被接受,外形更时尚精致的中型SUV,消费者显然也表现出了非常大的兴趣。但别克、马自达、标致、福特等汽车品牌相继推出SUV,甚至连原本只做跑车的兰博基尼在近年也推出了SUV车款,不得不让眼花缭乱的消费者考虑,自己到底需要一款什么样的SUV,所以入手也开始变得谨慎。

三大流派鼎足三分 “独木桥”效应显现

东风日产逍客上市多年来,以优异的成绩位列20万元级别SUV的销量冠军和价值



标杆。数据统计显示,2007年至2011年,逍客连续5年蝉联欧洲市场销量冠军,并以近两倍的成绩超越销量第二名,毫无悬念地稳居冠军宝座。2012年,更以全球344045台的成绩,再次刷新了销量纪录,显现出逍客对SUV市场发展方向的深刻理解和把握。

随着2013年多款SUV新品相继登台,一场血雨腥风的厮杀在所难免。但“千军万马”并非都能挤过“独木桥”,日趋成熟、理性的消费者并不会对所有SUV车型悉数照单全收。SUV市场反而因产品增多,在市场增量幅度抵不上上市新品增量幅度时,竞争会更加惨烈,生存也更加艰苦。

领袖Crossover风潮 逍客“智”造典范

作为中国首款Crossover跨界车型,逍客锁定都市时尚跨界人群,主打时尚潮流。逍客拥有一颗坚强的“芯”,搭载MR20DE引擎最大功率为106kW,最大扭矩为198N·m,并采用C-VTC连续可变气门正时智能控制系统。此外,CARWINGS智能行车服务,CVT智能无级变速器等先进智能装备,同样是同级别车型中绝无仅有。

全新调校的XTRONIC CVT智能无级变速器,辅以最新研发的“Eco Drive节能驾驶助手”,通过智能化动力总成控制,在提升起步的顺畅性和行驶稳定性的同时,实现低油耗行驶,使得整车的燃油经济性比传统AT节省约15%。逍客不仅动力性能

杰出,在操控上也十分突出。四轮独立悬挂系统,均配备宽大的稳定杆,对底盘起到良好的加固作用,可以完美过滤不平顺路况带来的颠簸感,同时在高速过程中抑制车身不必要的摇晃,消除过弯时的车身倾斜与内侧轮胎打滑现象,实现平稳驾驶。

从城市SUV中第一个使用XTRONIC CVT无级变速器,到第一个使用AVM全景式监控影像系统、第一个使用CARWINGS智能行车服务,再到Eco Drive节能驾驶助手等,实现平顺、畅快的源源动力,也带来了更加优异的油耗表现,为全球超过100万的车主带来智尚跨界生活。

(天骥)

传承雪铁龙百年DNA

全新爱丽舍成就新一代传奇

当22岁的安德烈·雪铁龙获得一份用于加工人字形齿轮的切割专利时,没有人能想到,这会是一个百年豪门的起点。从全钢车身、前轮驱动,到后轮随动转向、主动液压悬挂,近百年来,法国人以其天赋的浪漫、热情,取得了无数设计理念的大胆突破与革命性的技术创新,打造出B10、2CV等一代代传奇车型。而全新爱丽舍的推出,更是延续了雪铁龙的百年光辉,成为继爱丽舍后的新一代传奇。

为历史喝彩 承优异品质

雪铁龙2CV以时尚、适用、先进、亲切等优点,成为与大众甲壳虫、菲亚特500齐名的全

球三大国民车之一,累计销量超过500万辆。2CV的设计理念和风格,对爱丽舍产生了深远影响。ZX是雪铁龙公司花费58亿法郎,历时4年之久雕琢而出的精品,为雪铁龙夺取过无数拉力赛冠军。2CV的设计理念,ZX的优异性能,孕育了广受赞誉的爱丽舍。

配置上,全新爱丽舍在强调现代感和舒适感的同时,也在努力满足不同消费者的需求。据介绍,欧版的全新爱丽舍除搭载带有数字显示屏的空调、后停车传感器、巡航控制/限速器和一个带有蓝牙免提零件的MP3汽车收音机外,还会根据各国的实际情况加以针对性的调整。在俄

国或乌克兰,欧版的全新爱丽舍可装备加热挡风玻璃。而在气候炎热的国家和地区,欧版全新爱丽舍则会努力放大空调的功能。在未来几个月,欧版全新爱丽舍还将增加包括触屏GPS定位系统、倒车影像系统、免提访问和启动等在内的高科技功能。中国版全新爱丽舍也会根据中国消费者的习惯加以调整,增加高科技功能的比重,以更加人性化、科技化的设计赢得中国消费者的青睐。

东西交融勾勒传奇魅力

从整体设计来看,全新爱丽舍更是无愧于雪铁龙百年的深厚积淀。法兰西的浪



铁龙百年豪门的骄傲;发动机舱盖线条简明清晰,尾部线条灵韵动感,隐喻出风驰电掣的快感;精制镀铬防擦条与全新15寸涡扇式铝合金轮毂的组合,充满时尚与艺术气息;鹰眼前大灯与鹰翼组合式尾灯的前后呼应,更是法兰西设计大师的点睛之笔。

全新爱丽舍传承了雪铁龙的百年造车精髓,其可靠品质更是经过了全球高达600万公里的实时实车全路况测试的严苛考验,无愧传奇美誉。

(海莉)

第三届东风Honda全国销售精英大赛省赛将在济南大友开幕

导航版上市助艾力绅领衔“最佳商务头等舱”之争



近日,东风Honda多功能MPV艾力绅全新导航版正式上市济南大友店,豪华导航版和尊贵导航版的官方指导价分别为30.98万元和33.58万元。艾力绅全新导航版进一步提升了产品价值,并携手已有舒适版、豪华版以及尊贵版三款车型,以更丰富的配置选择满足不同客户的用车需求。

王者交锋,艾力绅赢得“最佳商务用车”之争

空间实用性方面,艾力绅凭借二、三排可折叠及推移的灵动空间组合更具载人载货的双重优势,而“优享三排座”的核心优势可说是其商务属性的最大资本,MPV车型大多只重视第二

排的乘坐舒适性不同,ELYSION(艾力绅)以人性化设计充分考虑到每一位乘坐者,保证全三排座的乘坐舒适性和空间舒展感。

档次感方面,艾力绅简洁干练的前脸,宽大的四层式镀铬前格栅贯穿整个中网,在细节之中突出高端品位。相比于其它车系仅高配车型配备单侧电动滑门,艾力绅全系标配双侧电动滑门,不仅为车辆乘坐者带来了尊贵享受,更与一体式镀铬门把手的设计完美搭配,凸显了车身档次。大面积深色后玻璃,配合尊贵车身则增添了严谨的商务气息。

经济性方面,艾力绅凭借动力与油耗的高效平衡性调节,辅以ECON智能节能系统,在车重多了100Kg的情况下,综合油耗反而要比其它车系低1L,节能优势明显。而且得益于本田对发动机的调教优势,艾力绅动力性非常出色,搭配领先于其它车系的四轮独立悬挂底盘设计,整车驾驶乐趣堪比轿车。

为回馈消费者,济南大友活动中精心准备了包括八万份店头闯关大礼、豪华泰国清迈之旅等多份好礼,只需要轻松参与活动便有机会获得!

东风本田大友经十西路店
销售热线: 87566666
地址: 济南经十西路318号
东风本田大友省体店
销售热线: 68825678
地址: 济南省体育中心西北侧
东风本田大友章丘店
销售热线: 83385577
地址: 章丘市杨胡村委东临大友汽车城

明白消费季来袭,风行“关爱”再起航

正如绿树在盛夏撑起绿荫,微风在酷暑送来清凉,风行汽车对消费者的“关爱”总是在最需要的时候如约而至。为消除车主在售后服务中的诸多顾虑,建立公开、透明的售后服务体系,风行汽车于日前正式启动了“明白消费季”活动。借此活动的举行,全国风行汽车各大4S店的服务项目和收费标准将全部透明化,全面消除车主售后维修保养中的疑惑。

据了解,本次活动旨在为车主和4S店建立良好的沟通平台,为双方构建可靠的信任度。在明白消费季活动期间,风行汽车各大4S店都会对汽车维修保养的项目明细和价格做详细的解释和明确公布,让车主对常用配件的价格,甚至是维修某个项目的工时费

都做到心中有数;并且4S店还会为车主提供“定保常规项目手册”,让车主明确一辆车在各个阶段应该做何种保养,并且对未来养车成本有准确的预估;在具体服务环节上,风行汽车也对各项服务做了具体规定,对每一次汽车维修保养服务,风行汽车4S店都将详细解释收费构成,如涉及到更换零部件,风行汽车4S店还将展示更换下的零部件,让车主明白消费、放心消费。

一直以来,风行汽车秉承“专业的手,关爱的心”服务理念,将人性化的关爱融入到售后服务中的每一个环节当中,致力于售后服务水平的不断提升。2012年9月,风行汽车即对旗下全系车型,包括用车频率很高的商务车在内,实施5年/10万公里的超长质保期,树立了国内MPV市场售后服务的新标杆,赢得了消费者的一致肯定;另外,风行汽车每年都会推出“应季服务月”活动,为车主提供免费保养和优惠套餐;在服务保障体系上,风行汽车实行全天24小时响应,无论何时何地,车辆出了任何状况,检修人员都会及时到达现场处理故障。

多年来,凭借对售后服务水平的不断提升,对消费者“关爱”理念的坚持,风行汽车在消费者中赢得了良好的口碑,产品“高品价比”特性得到广泛认同,产品销量也稳步提升。今年1-5月,风行汽车连续蝉联国内MPV市场和自主大两厢市场的月销量冠军。可见,风行汽车凭借自身的优势和不懈的努力,正在朝主流车企稳步发展。

(王宏)

勇敢追求幸福生活

《新恋爱时代》小可“代言”东风风神A60

最近,在几大卫视热播的《新恋爱时代》,已经成为街头巷尾,引发观众热议。而同样受到关注的还有首次“触电”的东风风神A60。女一号邓小可(姚笛饰)开着“幸福座驾”A60,成为剧中的一道靓丽风景,同时也充分展现了其敢于追求幸福新生活的人物个性。姚笛的资深粉丝甚至在微薄上大赞:东风风神A60大气时尚,笛子与它特别般配。该剧,邓小可开着东风风神A60来到郑海潮创意工作室,两人因为之前的一些小误会,有所隔阂,郑海潮为重获小可的好感,把两人的经历转化为A60广告创意,小可感受到了海潮的真诚,原谅了他。当两人站在北京的天桥上,眺望他们亲手创意的A60广告片时,脸上都洋溢着幸福的笑容,爱情也开始在两人心中生根发芽。这一幅画面,这一个情节,深深地打动了观众。车如其人,人如汽车,什么样的人就选什么样的车。邓小可,在面对爱情、事业双重挫折时,依然坚持原则,不惧挫折,积极进取,最终收获事业的成功和爱情的真正归属。这也正如她在剧中的座驾东风风神A60,以进取之心、优质产品,带给消费者从容、幸福的高品位生活。邓小可的生活少不了东风风神A60,A60身上也打下了邓小可的标签。

(高能)



BMW 5系Li卓乐版闪耀上市

6月23日,华晨宝马限量发行的新作BMW 5系Li卓乐版正式上市,第一次将世界顶级品牌Bang&Olufsen音响引入该级别。BMW 5系Li卓乐版提供BMW525Li和BMW 535Li两款车型,旨在满足中国客户对车内音响的极致要求。除了令人艳羡的顶级音响,两款车型还具有醒目的个性化装饰,更丰富的装备和功能,并在535Li车型上提供顶级的Nappa真皮座椅,进一步提升尊贵性。作为华晨宝马十周年的献礼之作,两款车型共限量发行500辆。BMW 525Li卓乐版和BMW 535Li卓乐版两款车型的零售价分别为RMB 56.19万元和RMB 77.50万元。

(本记)