

悦享羽球,全新爱丽舍邀你共创球王传奇

由东风雪铁龙冠名,中央电视台体育频道和中国羽毛球协会联合主办的第二季“谁是球王——中国羽毛球民间争霸赛”,在经历了三个月紧张的初赛之后,于今年开春进入复赛赛程,全国八大赛区、六个项目组的百余名选手将在为期一个月的时间里角逐入围全国总决赛的名额资格,与此同时,东风雪铁龙2014年体育营销活动的序幕也就此拉开。

全球同步: 全新平台下的战略车型

资料显示,全新爱丽舍是标致雪铁龙集团全球同级最新平台EMP1的首款产品,也是标致雪铁龙在全球化市场战略中的重要车型。EMP的全称是Efficient Modular Platform,中文是“高效模块化平

台”。EMP1平台通过各组件的标准化和模块接口的一致性实现了车辆生产的高效模块化,是目前最新、最先进的模块化平台。

据介绍,EMP1平台采用轻量化设计,部分零件以铝材和钢材的复合材料打造,车身重量减少15.5公斤以上,从而带来更好的燃油经济性和性能表现。在低阻力轮胎、三元催化优化等技术的辅助下,EMP1平台可以为消费者带来更好的驾乘体验,同时将二氧化碳排放减少20%-30%左右,达到国五/国六标准。

以人为本: 改写“新三样”的市场格局

依托EMP1平台,全新爱丽舍以“品质高、空间大、配置全”在同级产品中脱颖而出,成就了“高大全”的



产品形象,与全新捷达、全新桑塔纳等“变脸”之后的老对手再度同台竞技,改写“新三样”的市场格局。

由于EMP1平台在动力总成以及加工工艺方面的大幅度提升,全新爱丽舍能够搭载全新的EC5 1.6L CVVT高效发动机,其86KW的最大功率超越同级;仿人体行走频率1Hz的非对称底盘设计也为消费者带来更舒适的驾乘体验;最新

版本ESC车身稳定系统、超大尺寸四轮盘刹、EPS随速可变电子助力转向等组成的主动安全系统和HIB激光焊接高强度车身、头胸一体式安全气囊、EPP颈部保护头枕等组成的被动安全系统全方位呵护消费者的安全。尤为值得一提的是,

全新爱丽舍还经历了一系列严苛的实验室测试项目及全球同级车中最长的600万公里全时全路况实车测试,并以各种极限实验室工况和极限路况条件下的出色表现,为自身做了最有力的背书。

月销破万: 全球战略在华迎来开门红

2014马年春节假期刚刚结束,东风雪铁龙公布了一月各条产品线的销量,其中2013年9月上市的全新爱丽舍延续节前的良好形势:1月总体交付达到11364台,在马年实现开门红,以破万的销量跻身入门级中级车主流阵营,成为东风雪铁龙中级车矩阵中闪耀的明星车型。

作为这一大型民间体育赛事的冠名赞助商,东风雪铁龙长期致力于羽毛球、乒乓球等运动项目的民间普及与拓展,就本次与“谁是球王”项目的合作,其市场部相关负责人在接受采访时表示,这一类体育运动项目具有广泛的群众基础,而对中国羽毛球运动的大力支持,也体现了东风雪铁龙践行社会责任的态度与担当。(旖旎)

相时而动 小型车市场的“华丽”转身

时尚动感的造型总能轻松俘获消费者的心,这已经成为中高级车制市场的一大杀手锏。在稍显滞后的的小型车领域,这一现象也随着新生代骊威、致炫等代表车型的上市渐露端倪。2014年新瑞纳、新飞度等靓眼新车也将逐一亮相,小型车市场将一改原本中庸、单调的面目,愈加时尚动感、靓丽多姿,完成一次“华丽”转身。

80后成消费主体 “年轻态”席卷车市

购车人群的年轻化,直接推动着汽车产业的更新换代。为了迎合年轻消费群体的审美,几乎所有的汽车品牌都把造型“年轻态”当作一个很重要的命题,越来越多针对年轻人开发的全新车型推向市场,其中不乏豪车,如凯迪拉克、奥迪等。不仅如此,经典款也开始了年轻化的探索,如代表车型轩逸不断创新升级,日益时尚靓丽的造型博得年轻一族的一致青睐。此外,SUV也集体图变,除了老款车型焕新颜外,昂科拉等新晋明星也凭借个性动感的造型斩获诸多关注。

面对汽车行业越刮越猛的“年轻态”风潮,业内专家表示:“随着80后成为社会消费的主体,各个消费领域随之升级。造型更‘年轻态’的车型风靡车市,正是汽车市场消费升级的必然结果。可以预见的是,‘年轻态’还将长期引领车市。”

顺势而为 小型车市完成“华丽”转身

作为小型车“年轻态”大幕的开启者,新生代骊威展现出前所未有的年轻活力。新生代骊威运用日产全新的“V-Sharp”设计理念,在外观造型上多处融入“V”形元素:高质感的V型镀铬前格栅、刚劲有力的车身、巧妙的V型尾灯……处处彰显个性、凌厉动感。更惊艳



的当属新生代骊威·劲锐,远超同级的车身尺寸,配上动感顶置的行李架、运动包围组件、16寸六幅动感轮毂,再辅以代表户外越野的多种车色,极富运动气息,非常符合崇尚自由随性的年轻人的口味。

在新生代骊威的带动下,丰田致炫同样以“年轻态”的造型敲开了消费者的心门。致炫的外观采用了丰田最新的设计语言,它一改雅力士圆润的造型思路,以夸张的前脸、低矮的车身走起了年轻时尚线路,俨然一副小钢炮的形象。

既有当家车型大放异彩,全新车型也陆续涌入。2014年即将上市的2014款瑞纳、新飞度等新车也陆续曝光,他们的共同特点就是外形上都采用或融入了最新的设计语言,更为年轻时尚、活力动感。随着更多新车型的加入,小型车造型“年轻态”展现出前所未有的风起云涌之势,小型车市场即将完成华丽转身。

更难能可贵的是,在新生代骊威等代表车型造型升级的推动下,小型车市场的造车理念也发生了质的变化,各车企更注重从消费者实际的用车需求出发,以及先进设计理念和先进技术的引入和创新。以此为契机,小型车的产品品质将实现质的飞跃,小型车或将再度迎来一个生机勃勃的春天。

(天骐)

中级车市重新洗牌 新轩逸引领价值升级

1月,东风日产新轩逸以25129台的骄人成绩,位居中级车销量领先之列。去年9月至12月,新轩逸连续四次问鼎中级车市冠军,并成功跻身车市TOP3集团,成为中级车市最为耀眼的明星。新轩逸2013年的完胜,也带来了中级车市的新一轮洗牌,“舒适派”与“操控派”的纷争暂时告一段落,中级车市正式宣告全面进入“轩逸时代”。2014年,面对更加激烈的市场竞争,新轩逸将以“舒适”为价值原点,引领中级车市全面价值升级。

车市洗牌 “轩逸时代”正在进行时

作为“舒适派”的巅峰代表,新轩逸定位“越级款待的旗舰家轿”,无论在空间、设计、配置还是动力系统调校上都极尽舒适,带来堪比中高级车的驾乘感受,可谓将“舒适”演绎到了极致。从综合实力来看,新轩逸和新速腾旗鼓相当,堪称中级车市冲冠的两位实力派选手。随着2013年新轩逸在销量上频频刷新纪录,问鼎中级车市冠军宝座,头牌之争也尘埃落定。这也标志着“舒适派”与“操控派”对标的时代告一段落,“舒适派”完胜,中级车市迎来全新洗牌。

在经历2013年深厚的市场积累,新轩逸累计销量近26万台,累计市场占有率约15%。凭借领先的市场份额,新轩逸已经牢牢掌握中级车市最高话语权,成为名副其实的“中级家轿第一车”。作为市场的领军者,新轩逸全面推进中级车市的时代之变,引领中级车市大步迈入“轩逸时代”。

2014年,“轩逸时代”正在进行时,由新轩逸主张并践行的“舒适风”将愈演愈烈。随着人们用车理念的不断进步和家庭观念的逐渐深入,舒适性将成为影响人们购车的关键性因素。



蓬勃发展 “产品价值化”大势所趋

市场蓬勃发展的同时,消费者的购车理念也日趋理性。从最初关注产品的技术性到今天聚焦于产品的价值性,消费者需求已经发生了颠覆性的改变。一辆家轿不再仅仅是“代步工具”,而是一种高品质生活的体现,它承载了更多的用车体验和情感满足,中级车市产品价值化大势所趋。

随着消费理念进入全新纪元,中级车开始向全面满足消费者价值演变。作为“先头兵”,新轩逸以“舒适”为价值原点,无论内饰设计、材质运用、空间配置、底盘调教还是动力系统的调教和匹配等,都充分考虑消费者用车感受,通过不遗余力的打造舒适体验,带来产品价值的最大化。

提供舒适体验的同时,新轩逸也充分考虑到消费者的情感诉求,提出“越级款待”理念,营造充满爱意的温馨氛围,潜移默化中将“家”的观念深深植根于消费者内心,“旗舰家轿”的产品形象也成功树立。

作为“中级家轿第一车”,新轩逸体会到消费者的用车感受,重视消费者情感的表达,诠释消费者与众不同的生活追求,成为产品价值化的最佳典范。它不仅为消费者带来了高品质汽车生活,还真正实现了消费者从汽车产品的“使用者”向“享受者”的蜕变。(木枫)

浙江吉利控股集团汽车销售有限公司 400-672-9888 | www.emgrandauto.com

帝豪 EC7 欧洲标准高性能中级轿车

中国品牌销量冠军 帝豪汽车送油补

本周日团购会 送全年8400元油补

6.38万元起

山东吉利超市·帝豪汽车五星级4S店

电话: 69927000 地址: 济南市经十路31210号

工业北路店: 88967667	匡山GEELY汽车超市: 85609366
山东帝豪店: 88986666	章丘GEELY汽车超市: 83795666
商河GEELY汽车超市: 84803033	济阳GEELY汽车超市: 83143999
长清GEELY汽车超市: 66581066	平阴GEELY汽车超市: 87883333
仲宫GEELY汽车超市: 86839888	售后服务热线: 87292210

二手车置换热线: 69920016 网址: www.stauto.net

GEELY | 快乐人生 吉利相伴 帝豪品牌旗下车型 EC8 EC7 EC7-RV