

爸爸们为何对中高级车存有执念?

今年“马宝宝”扎堆,准爸爸们不但要赚奶粉钱,同时也纷纷开始购买新车,为迎接“马宝宝”做好准备。

近日笔者走访了省内多家专营店,发现店内不乏准爸爸在看车,而且大部分准爸爸都是瞄准中高级车型。为什么爸爸们都对中高级车型存有执念呢?即将在10月成为爸爸的温先生表示,“我上班经常要见客户,所以希望买一辆适合商务用的车,这基本上都得上中高级车型里选,而且家里宝宝马上就要出生了,买辆好一点的车也可以让家人出行的时候更加舒服和方便。”

从笔者访问的多位准爸爸来看,这些爸爸们一般都已经出来工作一段时间,购车不得不考虑商务需求,同时由于“马宝宝”的诞生,舒适的乘坐环境也是准爸爸们非

常重视的参考因素。既能满足商务需求,也能符合家用需要,难怪准爸爸们购车都直奔中高级车型了。

商务需求换言之即是外观尊贵大气,乘坐舒适,而家用需求一般而言就是大空间和乘坐舒适,可见乘坐舒适性无论对于商用还是家用而言都是非常重要的。提到舒适性,不得不提到东风日产天籁品牌。历来在舒适方面有口皆碑的天籁品牌,近期新推出的新世代天籁·公爵荣耀版。

新世代天籁·公爵荣耀版拥有2900mm的同级最长轴距,带来750mm的超大后排膝部空间,且其官方售价仅为23.18万,处于中高级车的价格区隔之内,既满足了准爸爸们家商两用的需求,也没有超出预算。

外观方面,天籁·公爵超过5m

的车身,让其更加豪华大气。而在细节处理方面,车尾及座椅上都有天籁·公爵特有的VIP标识,更为其增添了一份尊贵之感。在商务用途中,天籁·公爵凭借其大气的外观设计绝对Hold得住大场面,为车主“争面子”。

舒适性方面,天籁·公爵荣耀版得益于超长轴距带来的好处,拥有中高级车难与匹敌的后排大空间。商务上,客户坐在宽大的后排上,不会感到局促,可以随意伸展肢体,更显车主的大气。家用时,妻子孩子老妈妈同时坐在后排,都能坐得舒舒服服,谁都不用屈尊将就。

此外,天籁·公爵荣耀版更配备了零重力健康姿态座椅、EYE MAX超大全景车窗、全维超静音车体等豪华配置,使乘坐者坐在公爵车内,能够放松身体、放松眼睛、放

松耳朵。天籁·公爵在舒适性上做文章,这绝对是对准了爸爸们宜商宜家的购车“胃口”的。

针对家用的需求,“马宝宝”出生后,家庭出行将会有很多杂物需要随时携带,婴儿车、纸尿裤、奶粉、衣服等婴儿上街必带物品缺一不可。这时候便要求车辆必须拥有足够大的储物空间。为满足准爸爸们的储物需求,天籁·公爵荣耀版行李箱容积达到500L,能够轻松放入三个24L的行李箱,容量充足,让准爸爸们无需再为一袋又一袋的婴儿杂物而烦恼。

同时,考虑到“马宝宝”长大后的需要,天籁·公爵更配备了ISO-FIX儿童座椅安全固定装置,全面保障孩子的乘坐安全。



目前,国内大部分家庭都是一家一小孩,很多时候生活中的方方面面都是围绕着小孩在转,汽车作为家庭出行的常用工具,其设计上对小孩的用心也越来越多,越来越人性化。而中高级车作为各位爸爸们的购车首选,其在家用和商用方面更需多花心思。天籁·公爵宜商宜家的设计,正好符合了“奶爸们”的切身需求,赋予其一个“奶爸车”的封号也不为过。(陆小虎)

致炫成年轻一族购车新宠

广汽丰田致炫自去年年底上市以来,一直热度不减,成为了许多年轻人的购车首选。据乘联会数据显示,截止至今年5月底,销量突破3万辆。为什么致炫会成为都市年轻一族的购车新宠?笔者近日走访了几家广汽4S店,从几名致炫车主口中了解到了他们最终选择致炫的四大理由。

时尚设计引领潮流

虽说汽车对于消费者来说仅仅是个代步工具,但是时尚的外观设计及创新的内饰造型肯定会令驾驶者在每天的使用中倍感愉悦。致炫作为2013年底上市的全新型号,凭借霸气十足“大嘴”前脸、凌厉醒目的鹰眼大灯、俊朗的车身腰线、前卫的悬浮式车顶等大胆而炫酷的造型设计,一举赢得了北京国际设计周组委会颁发的“2013北京国际设计周-汽车设计奖”,其外观的时尚魅力,可见一斑。

灵活空间多变布局

在尺寸方面,致炫的空间跨越优势非常明显,2550的轴距长度明显优于其它竞争对手,4115×1700×1495mm的宽大车身,后排空间前后距离663mm,即使3个1.75米的大个子坐上去也不会感到拥挤。致炫的行李厢容积达到326L,与同级对手不到300L的行李厢相比,致炫完全超越了A0级车型的标准,甚至接近A级车马自达和福克斯的行李厢空间容积。所以不难看出,致炫在尺寸上已经相当接近A级车型,是一款介于A0与A级车之间的跨越大两厢车型。

强大动力超低油耗

致炫采用了丰田全新“NR发动机+i-Super变速器”动力系统。得益于NR发动机“三高、四轻、五低”优势,以及与“i-Super变速器”完美匹配,致炫致炫1.3L手动车型可实现百公里5.5L超低油耗,而1.5L自动挡车型也仅为5.7L,相比大多数车型的



百公里油耗都要低约0.5L,甚至比同级百公里油耗低1.1L。

如果一辆车行驶百公里能省下一升油的话,按照目前加油站93号汽油7.69元/升的价格计算,1年走3万公里,那么5年下来就能为你节省超万元。作为一辆10万元以下车型,也算是一笔可观的数目了。

可靠品质亲民售价

得益于丰田享誉全球的高品质标准,以及广汽丰田卓越的销售和售后服务,与凯美瑞共线生产的致炫性能和品质都相当可靠、耐用。致炫的GOA车身100%采用高强度钢板;其前防撞横梁采用了从瑞典进口的,抗拉强度高达1300Mpa的超高强度钢板,同级车中最强;门内防撞杆抗拉强度高达惊人的1600 Mpa以上(屈服强度1100Mpa以上),不仅同级车中少见,而且中高级轿车阵营中也相当罕见。

致炫的高安全性能可以满足我国C-NCAP五星标准要求,其行人保护能力更是达到欧洲E-NCAP五星水准。致炫全系车型装备了ABS防抱死制动系统、EBD电子制动力分配系统、BA刹车辅助系统等主动安全系统,足以应付日常安全行车需求。

致炫拥有炫酷的外观设计,大空间、低油耗、高安全等等核心优势,其售价却仅需6.98万元起。卓越的品质搭配亲民的售价,难怪致炫会成为年轻一族的购车新宠!

(孙亮)

江淮加码瑞风M5深化MPV优势



江淮近期迎来了建厂50周年庆典,使其成为国内少有的发展超过50年的汽车企业。这家以商用车以及MPV闻名业内的企业近年动作颇多,最近更是发布了十二五中期战略调整计划,其中提出了加强轻卡、MPV等核心领域的优势。于此相对地,江淮在MPV体系也进行了产品层面的梳理,最吸引眼球的是新瑞风M5推出后价格定位大幅下降。价格上的让利带来的是市场竞争力的明显提升,江淮也有望借此深化MPV领域优势,为下一个五十年的发展取得更强支撑。

立足十二五战略调整深耕MPV

在当前汽车行业新的发展态势与竞争环境下,江淮结合自身的实际,对“十二五”战略作出调整。在“做大做强商用车,做精做优乘用车”思想推动下,江淮在轻卡和MPV这两大传统优势领域着力提升竞争优势。与此同时,江淮“敬客经营服务销车”经营理念也进入了实施的深水区,消费者对于更高性价比产品的需求成为江淮的重要着眼点。瑞风M5飓风行动正是在这两大环境的推动下正式启动的。

众所周知,MPV领域一直是江淮的优势板块,瑞风品系用户已经超过50万。基于瑞风品牌的市场口碑,瑞风M5自上市以来,在高端MPV市场迅速建立竞争优势,成为自主高端MPV市场迅速建立竞争优势,成为自主高端MPV的热销车型。基于此,江淮以瑞风M5价格下调作为规划调整的第一大举措,更能快速提升MPV领域的现有优势。

产品力持续提升

要确实提升MPV领域竞争力,除了在营销层面的动作,江淮也在产品力层面进行有针对性的逐步提升。江淮对瑞风M5进行了全方位的升级,在性能、配置等方面都有了全新的亮点,满足了公商务人群的多元化用车需求。新瑞风M5产品力全面提升带来的附加价值,使飓风行动的实际让利远远超过了4万元,全面超越了消费者的期待。

新瑞风M5在进气格栅、前后大灯等几处进行改动,并配合内饰升级,提升了全车的档次感。在继承了原来的空间优势的基础上,新瑞风M5拥有3080mm超长轴距,中排座椅向后旋转,后排座椅还从五五分离式变成了折叠翻滚和拆卸式,空间的实用性大大增强。此外,新车搭载的是2.0T发动机,匹配6挡手动或5挡手自一体变速箱,驾控更激情。刹车辅助系统、车内氛围灯、行车电脑、三屏DVD等高科技装备的配置,让新瑞风M5驾乘更舒适,公商务价值更突出。

在近年合资品牌大规模下探的背景下,业内不少人对自主品牌信心不强,但事实上自主品牌面临比现在更严峻局面的时候也并不是没有过。经过多年的追赶,自主品牌无论是产品、渠道还是体系都已经有了和合资品牌竞争的基本实力,特别是江淮这样在细分市场有独特优势的自主品牌,只要能守住自身优势,并有效加强,就能够市场上立于不败之地。(韩亮)

途观全新到货
现车供应



感恩父亲节

新帕萨特综合钜惠
30000元

特价途观
现金优惠

真情团购会

2014款全新
Polo火热销售

地址:工业北路70号(恒大城西邻500米)

团购活动时间:2014年6月15日

销售热线:0531-81183999