

第三排之战

——寻找真正的大7座SUV

国内大中型7座SUV群雄逐鹿，竞争可谓激烈异常。定位于7座的SUV产品，普遍在产品力方面也不差，每款车型均有各自的杀手锏，这让消费者在选择时不知如何是好。作为“大中型SUV王者”的全新一代汉兰达，正所谓王者自有王者范，凭借对车内空间艺术的独门绝技，自上市起，便俘获了消费者的心，更是将竞争对手远远甩在身后。

第三排不再是摆设 全新汉兰达完美诠释空间艺术

如今的市场上，我们越来越多地见到了7座SUV产品，它们在保证了良好的产品性能的同时，提供了相比紧凑级SUV更宽大和实用的车厢空间，满足了一家人出行的多方位要求。在这一市场上，涌现出很多新产品，比如福特锐界、全新胜达、道奇酷威、索兰托等，都希望以大空间分市场一杯羹。

汉兰达作为这一市场最具代表性的车型，自从上一代开始便牢牢占据了市场的王者位置，而全新一代汉兰达，更是凭借在第三排空间艺术上的超高造诣，进一步拉开了与对手的差距。由于后悬挂采用特殊双叉臂设计，对尾部空间的干涉减小，全新汉兰达的第三排座椅不但横向长度增加了110mm，座椅编排的自由度也得以提升，可以6/4分拆折叠，且头部空间、腿部空间和视野方面均得到多方优化，靠背倾斜度也由上代的106度，调整到现在的118度，这使全新汉兰达的第三排座椅可以真正供成年人使用，成为这个级别SUV的最大亮点。

与传统7座SUV第三排座椅通常只能坐两位儿童相比，全新汉兰达的“无敌”第三排座椅，无论在腿部空间，头顶空间还是横向空

间，都完全是为成年人使用而设计，是真正意义上的大7座SUV。在北美，全新汉兰达是2+3+3的座椅布局，第三排座椅可坐三个人，国产后座椅保持原设计，完全可以容纳8人，所以汉兰达的大7座其实还只是保守说法。

实用性再度升级 空间设计满足各类需求

说全新汉兰达是空间“艺术家”毫不为过，在保证乘坐舒适度这一传统优势的前提下，全新汉兰达对空间利用率进行了全面升级。作为一款“好用”的车，全新汉兰达可以说适合所有用户群体，不管你懂不懂车、需求如何，全新汉兰达都是“懂你的那一款”。

全新汉兰达在空间编排方面，第一排座椅可前后滑移260mm，第二排座椅可前后滑移150mm，三排座椅的靠背都可以作倾角调节。此外，全新汉兰达行李箱纵向长度，与上代相比也增加了155mm，可以放下一架婴儿车或一个硬壳高尔夫球袋，同时，第二排、第三排座椅都可以做到像MPV那样完全折叠放平，具有超高的空间利用率，这也是同级别SUV不能比拟的优势。

细节方面，前排超级中央扶手箱下面是一个硕大无比的储物仓，对于大多数女士的随身挎包，都可以轻松放置进去，塞进去一个电脑

包也未尝不可。手机、卡、票据、钱包等都可以放置在多功能收纳台内，如果要充电的话，收纳台上还专门开了一个孔可以穿过USB线，防止线束凌乱。至于水杯一类的小物品，三排座椅都有属于自己区间的杯架，全车共14个杯架，储物空间很丰富，就连尾箱掀开尾板，也能发现暗格用来放置雨伞、鞋子等，各有所归且显得异常整洁。

越级豪华享受 设计与功能完美配合“寓美于能”

全新汉兰达的内厢，遵从“Functional Beauty寓美于能”的设计理念。一个功能至上的内厢，难免出现沉闷，一个美感至上的内厢，难免牺牲实用，全新汉兰达的设计师把功能和美感完美融合。最有说服力的亮点，是中控台下沿那个曲线优雅的多功能收纳台，它和仪表台自然贴合，挖掘出黄金位置处大容量的储物空间，还一点不影响乘坐空间，这种新颖且让人眼前一亮的功能，顿时让全新汉兰达内厢极具艺术魅力。

“寓美于能”的设计，其实体现在内厢各处。摸摸这些手或身体经常触到的地方，不难发现，全新汉兰达在方向盘、换挡杆、各排座椅等处，使用真皮包裹等高档材质；仪表台、门板等多处使用柔软的搪塑材质，而车顶内衬和四周则



使用高级针织材料。这些更高级的材料，加上精细做工和温馨配色，营造出媲美豪华车的内厢氛围。

需要说的是，仪表盘的镀铬饰条，采用真铝加工，以增加仪表的美感和精致度，包括座椅皮料的选取、按键的质感、旋钮的大小位置等，都经过无数次的人机功能测

试，以达到最优操作体验。

全新汉兰达开发总工程师后藤贵志说，“一部车的内厢就像客厅一样，精致豪华的装潢体现主人的品位。这就是为什么要把全新汉兰达内装推向豪华的原因。”

(宇轩)

1000台车背后的1个承诺

江淮山东区域瑞风S2/第二代瑞风S3双千台交车侧记

从安徽开始、到浙江与河北的千车交付，再到近日山东区域瑞风S2/第二代瑞风S3双千台交车，江淮以“缘聚 同行 共精彩”为主题的交车活动在全国逐渐蔓延。这场自去年S3上市不久开始，起源于山东的活动，又一次来到山东。

韩杰

一切为了车主的微笑

10月25日，在青岛国际会展中心广场，及济南、潍坊、烟台、临沂等山东17地级城市和寿光、滕州等部分县城经销商门前，瑞风S2与S3身披红花，整齐划一的排列着。车主们在经历一个翔实而隆重的仪式后，就要将它们开回家。

这些车辆是最近一周刚刚从安徽合肥出发，历经2天抵达山东的。为了山东2000名用户能尽早用上车，在保证品质的前提下，江淮全力推动提升瑞风S2和第二代瑞风S3产量，以满足客户对提车的迫切需求。这只是江淮在全国交车的一部分，由安徽、浙江、河北三省率先举行千车交付车主活动，随后山东进行瑞风S2与第二代瑞风S3“双千台”交车。其后，类似的交车活动还将在全国更多省份展开。为了尽快实现车辆交付用户，江淮的员工加班加点工作，并将产能提至最大。据悉，由于瑞风S2和第二代瑞风S3的产量需求远超供应商协议允许的20%浮动，这超出部分所追加的成本都将由江淮承担。除此之外，江淮还在物流上付出重金，日夜兼程将车辆送到全国各地。

提车、运输、交付。这并非江淮服务的最终一环。在江淮经销店内有一个“三位一体”交车流程，这是一个涉及车主、销售顾问与服务顾问三方，由数人共同完成的仪式，从销售到服务，实现无缝对接。

在江淮山东区域瑞风S2/第二代瑞风S3双千台交车活动上，这样的程

序同样需要走一遍。车主的感受是最真实的。“今天的场面太隆重了，我还是第一次享受到这么高的待遇。我提的是瑞风S2，本以为要等一段时间，没想到这么快，还这么隆重！”菏泽车主赵明亮说：做江淮的车主，不露！

从山东走出去的价值认同

“缘聚 同行 共精彩”，这是2014年江淮乘用车营销公司在山东举行“千车交付”仪式上的主题。没想到的是，这一主题后来在江淮厂里被频频使用。江淮大大小小的会议与活动，它都是见证。

“说实在的，在芸芸众车中挑花了眼，但最终我选中了江淮的产品，这无疑是一种缘份，一种与江淮产品、江淮人的不解之缘。当然，我更希望这辆车能成为我的伙伴，伴我同行，去演绎精彩的未来。”在双千台交车活动的青岛现场，瑞风S2车主王先生如是说。

其实，“缘聚 同行 共精彩”折射出的不仅是江淮“敬客经营 服务销车”的理念，同样也是其在山东区域发展的最真实展现。

2002年，江淮开始在全国设立经销店。彼时，江淮品牌就“缘聚”了济南金万通、青岛圣豪、烟台华宇、临沂金瑞等一批忠实合作伙伴。如今，这些经销商均建立了多家标准4S店。即使曾在经销店服务过的员工，在创业的道路上很多人也依然选择了江淮：泰安金瑞店的贾伟曾是济南金万通的一份子，如今他的江淮店开到了菏泽、泰安、滨州和潍坊等地；德州和兴店的程玉新，在离开山东8年后，又回到故乡德州做江淮，开始了自己的创



业之路，如今生意也是红红火火。

这是江淮在山东发展的实例，也是江淮在全国发展的范本。特别自2013年江淮乘用车营销公司山东分公司成立以来，每年底的江淮年会上，山东的经销商是上台最多、拿奖最多、发言最多的典型代表。正如这在全国开展的“千台交车”活动，就是从山东走出去的。而今，它已不仅是江淮在全国推广的典范活动，同时也被其他品牌纷纷效仿。

江淮的“朋友圈”，全是“点赞”的

10月25日，青岛松日江淮4S店销售经理孙莉拍了一张“双千台”交车的照片上传至“朋友圈”后，下面全是点赞的。在这些点赞的人群里，除了公司与厂家领导外，更多地是她所销售出去车辆的车主。孙莉在网上卖车，一个月可以卖到20多台，这些车主通过网络与她认识，成为了江淮的车主，也成为了她的微友。

孙莉的朋友圈是一个小圈子。当天，在山东汽车行业的“朋友圈”中，江淮“双千台交车”的活动也刷屏了。江淮乘用车营销公司山东分公司总经理黄长江的微信里收到来自公司领导、同事、经销商伙伴、媒体朋友，以及客户的祝福。最令他高兴的是，许多从业同行也纷纷表示祝贺。

客户的“点赞”是对车辆与服务认可的。除了坚守在技术上不断引领行业外，对待客户用车，江淮也一直践行自2005年发布的“一家亲”服务品牌，并在客户中逐渐树立了“专业、快捷、保障、诚信、关怀”的良好口碑。其后，江淮又不断进行服务升级：推出诸如“一对一”专属服务顾问、三位一体交车、“亲情四季”服务活动等十项举措。

2014年9月，瑞风S3上市不足半月，威海首批车主王女士拨打了江淮400服务电话。因对某项配置的使用不熟悉，让她误以为车辆有问题。这是第一批江淮瑞风S3，它承载着市场反馈的重要责任。在接到求助电话后，江淮厂家从合肥紧急调集工程师，当天驱车千里前往威海的客户家中。问题得到很好的排除，王女士在略带歉意中，给江淮发来一封感谢信说：江淮是我一生的选择！

如今，只要加入江淮服务团队的成员，第一件事就是要熟记服务誓言。“我们谨对您庄严宣誓：坚持‘敬客经营’的营销理念，发扬‘一家亲’的服务传统，履行‘主动、专业、诚信、满意’的服务承诺，倾听顾客的诉求，捍卫用户的价值，忠诚服务不动摇！”

□记者手记

江淮人，江淮情

2014年10月18日，1000台江淮瑞风S3交付山东用户。时隔1年，我依然记得江淮汽车董事长安进站在台上目送车主离开时的表情。那场面，就像一个父亲在婚礼上，将女儿交到另一个男人手里时的表情一样。

那是个晴朗的黄昏，活动结束后，安进又在台上站了足足30分钟。车一辆接着一辆从他面前驶过，身边陪同的工作人员就跟他一起挥着手，没停过。都说“人老多情”，这个年近花甲的男人目光饱含深情。

1年之后，江淮千台交车已经在全国各地开展起来。安徽、浙江、河北……10月25日的山东，瑞风S2/第二代瑞风S3双千台交车再上一个台阶。

这场双千台交车交付活动中，那段庄重地誓言又在每一个地市的交车现场重复响起。

这段誓言从安徽的造车基地出发，越过高山大河、越过长城沙漠，横跨千里蔓延到全国的江淮经销店。每交付一辆车，就对车主进行一次承诺。

伴着此起彼伏的誓言，江淮历经了51年沧桑巨变。而我与江淮，仅打了5年交道，不足它成长历史的十分之一。但就在这短暂的时间里，却经历了江淮从1.0产品到2.0产品，以及营销方式与服务方式的多方面转变。在这其中，江淮也经历了市场给出的难题。但即使在最艰难的时刻，江淮人上下一心，也咬牙扛过去。江淮人在外人面前说的最多的就是“感谢”：感谢你们在最困难时候的帮扶。

从千台交车到双千台交车，从山东到全国，是每一个江淮车主给予江淮的信任和帮扶。它见证了江淮人自强不息、锲而不舍的造车精神和执着，也见证了江淮作为中国品牌的一份子，从诞生到壮大的成长历程。

经历了落魄，辉煌才弥足珍贵；品尝过无奈，惊喜才更加甜蜜。“双千台”交车是一次总结，也是一个起点。“路漫漫其修远兮”，祝福你，江淮！