



2015年市奥斯卡车型榜

2015年度最受欢迎新车

# 长安铃木维特拉

- 生产厂家: 长安铃木
- 上市时间: 2015年11月30日
- 长/宽/高(mm): 4175/1775/1610
- 排量: 1.4T+6AT/1.4T+6MT/1.6L+5MT
- 售价: 9.98万~15.98万元



成为他们的好选择。

长安铃木维特拉采用“T”形中控布局,配备有8.7英寸中控触摸屏,方向盘采用三辐样式,双圆盘仪表采用蓝色背光,中央空调出风口中间设有钟表,自动空调系统具有独立显示屏。配置上,新车豪华型及以上车型标配LED自动感应前大灯、前大灯载荷感应自动调节功能、雨量感应式自动雨刮等,旗舰车型还配置前排座椅加热功能。另外,新车还延续了配备全尺寸备胎的优良传统。

安全配置方面,长安铃木维特拉全系标配ABS+EBD+HBA、TCS牵引力控制系统、HHC斜坡起步辅助系统、第九代BOSCH ESP车身动态稳定系统、TECT高强度安全车身、四门高刚性防侧撞钢梁等配置。从精英车型开始,维特拉更标配了6

安全气囊+侧气帘以及倒车雷达。此外,如前置雷达、斜坡防滑装置等同级别车型中较为罕有的配置也在维特拉身上出现。

动力方面,长安铃木维特拉将搭载1.6升或1.4T发动机,其中1.6升发动机最大功率122马力,1.4T发动机最大功率达到140马力。传动系统方面,1.6升车型将匹配5速手动变速器,1.4T车型将匹配6速手动或6速手自一体变速器。值得一提的是,维特拉全系标配发动机智能启停系统,官方给出的其百公里综合工况油耗最低仅为5.6升。此外,旗舰车型还将搭载ALLGRIP智能全时四驱系统。

以“敢行我路I'm VITARA!”为品牌主张,满含青春正能量的“时尚Icon”维特拉正强劲成为年轻消费者的专属新宠。

## 获奖理由

长安铃木维特拉自2015年11月30日上市起至今,短短一个多月时间,订单量迅速突破五千台,成为当下城市SUV市场炙手可热的明星车型。作为铃木全球战略车型,维特拉一经上市即凭借靓丽的外观、逆天的配置和性能以及亲民的价格受到市场热捧。得益于其精准的产品定位和越级的价值优势,不仅与年轻消费者形成了强烈的情感共鸣,还印证了长安铃木对市场需求的准确把握。



采用“T形”中控布局



维特拉搭载的Apple CarPlay系统

## 精致诠释品位 解读2015款迈腾



### 因实力成就一代名车

在中国B级车市场,迈腾无疑是极具竞争力的车型。迈腾2015款承袭德国大众原汁原味的技术和品质。依托强大的科技实力和卓越的安全性能,使它在短短几年内就汇聚近百万的用户,成为一代名车。外观造型传承大众品牌顶级轿车辉腾设计元素,舒展、大气,极具豪华感。内饰方面,无论是中控台的时钟设计还是仪表台真桃木与真铝装饰的采用,都极大提升了车内的精致度和品质感。超长轴距带来的超大车内空间、EURO-NCAP五星级安全评价、HSB超高强度车身、澎湃的动力,同时搭载XDS动态电子差速锁、可视倒车影像、EPB电子驻车制动系统、全方位安全气囊等多项安全配置,为乘员带来全方位的保护。

### 因不凡持续引领车市

近年来,B级市场风起云涌,竞争日趋激烈。面对众多竞争对手围攻,作为德系B级车代表的迈腾,始终保持着领导者地位。数据显

示,2014年迈腾全年销量超20万辆,再创历史新高,细分市场占有率达14.3%。一直以来,迈腾始终保持强大的市场号召力,销量更稳居细分市场第一阵营。强者恒强,2015款迈腾的上市,在传承一汽-大众高品质的产品基因基础上,其新增的多项越级高科技装备,在将B级车的标准推向新高度的同时,也给竞争者带来了极大的压力,展现出“大设计”、“新科技”和“高品质”的强大产品力。

### 因越级尊享C级礼遇

迈腾之所以能够重塑B级车市格局并始终“笑傲”市场,究其原因,在于迈腾始终是“一款按照C级车标准制造”的汽车。从诞生起,迈腾一直引领着业界的科技潮流。优化的PQ46平台、TSI+DSG黄金动力组合确保了迈腾在核心技术上的领先。不仅如此,迈腾还装备了大量比肩C级车的先进配置,Lane Assist车道保持系统、Auto Hold+EPB自动驻车功能+电子手刹系统、Side Assist变道辅助系统、第二代ACC自适应巡航系统、第二代Park Assist自动泊车系统……将行车安全性和驾驶舒适性推向全新高度。(沐风)

## 纳智捷五年发展 厚积薄发 后发先至



2015年12月,东风裕隆正式成立五周年。五年来,东风裕隆纳智捷在预先设想超越期待的品牌理念指引下,以打造备受尊重的华系车为使命,依托全价值链差异化战略,不断夯实发展基础。

### 五年精进

### 智慧产品引领时代发展

从“世界首部智慧科技车”——纳智捷大7 SUV诞生,到MASTER CEO、大7 MPV、全新纳5、优6 SUV的相继问世,以极强的跨界整合研发能力和创新潜力,不断精进,快步发展,形成了涵盖轿车、SUV和MPV等车型的产品矩阵。纳智捷品牌产品从2012年首次突破3万销量到2015年即将突破6万销量,纳智捷用5年时间完成从品牌到销量的全面飞跃。

车联网被消费者看作是未来汽车生活的风向标,而在这一领域,纳智捷已经走在了行业的前端,创新的Think+2.0智慧互联系统除了基本的影音、导航、安全等服务之外,还支持Android与IOS两大手机系统,轻松实现车机与手机的互联,让生活与车的沟通方式无限延伸,给消费者全新的汽车科技体验。

### 客户为尊

### 差异化售服超越期待

在服务方面,纳智捷以主动服务带给消费者“超越期待”的价值感受,将智慧、豪华的品牌DNA融入产品和服务之中。纳智捷创新在业界推出“汽车生活馆”,为客户提供一个智能、人性化的细致服务。纳智捷业界首创6年6大系统不限里程保修及五年或10万公里超长免费保养政策,推出服务新标准,再次刷新行业新高度。

### 驾趣新生

### 打造乐趣与舒适兼具的产品

2015年,纳智捷从消费者的驾驶感受出发,在“GTR之父”水野和敏“以赛道为师”的开发理念下,将乐趣和自由的驾乘体验导入到产品之中,切中消费者的驾乘感受,加速纳智捷产品力的提升。未来,以水野和敏为首的开发团队,在“以赛道为师”的开发理念下,将打造让普通消费者体验更多的驾乘乐趣,实用与乐趣兼具的好车。据了解,纳智捷即将于2016年推出首款10万元以下A-级轿车,以满足更多市场消费者的需求。(晓丽)