

4月1日起增值税税率调整,部分汽车品牌下调价格

# “官降”助力,齐鲁车展再现购车良机

4月1日起,我国增值税率下调新政将正式实施,政策一经宣布,汽车品牌纷纷宣布下调售价,豪华品牌率先吹响“官降”冲锋号,合资品牌紧随其后,汽车市场新一轮价格战打响。

汽车“官降”,受益最大的莫过于消费者,这一轮官降恰逢齐鲁春季车展,这个4月注定会成为2019年上半年的买车良机,4月11日—14日,济南高新国际会展中心,齐鲁春季车展等您来。

文/张雪

## 豪车品牌率先吹响“官降”冲锋号

3月15日晚,奔驰宣布,AMG车型最高降幅达6.4万元,迈巴赫车型最高降幅为6万元,奔驰车型最高降幅4万元,smart车型最高降幅7000元。

宝马(中国)和华晨宝马紧随其后。16日,两者联合宣布,下调在中国销售的汽车产品的厂家建议零售价,此次价格调整包括宝马在华生产的国产车型。16日下午,捷豹路虎官网公告,下调在华销售的捷豹和路虎品牌全系车型厂商建议零售价。

同在16日下午,沃尔沃汽车宣布从即日起下调中国地区在售全部车型厂商建议零售价。其中,旗舰级豪华SUV XC90最高降幅达6万元。17日,林肯加入降价大军,下调全部在售车型建议零售价,最高降幅达2万元。随后奥迪也宣布下调全系在售车型的官方指导价,大部分车型的降幅在2万元左右,最大降幅达5.5万元,豪华车品率先吹响了汽车“官降”的冲锋号。

## 紧跟政策 合资品牌纷纷“官降”

在豪华品牌宣布“官降”之后,合资品牌不甘落后,也纷纷推出“官降”政策。3月26日晚,一



汽-大众宣布,自3月27日0时起下调大众品牌全系在售车型官方指导价,最高降幅达8000元,一汽-大众大众品牌成为第一个响应增值税下调而宣布官降的量产合资品牌。

随后,上汽斯柯达和上汽大众也加入了合资品牌“官降”的行列。3月27日,上汽斯柯达宣布旗下数款车型正式降价,幅度从3000元到15000元不等。同一天,上汽大众也通过官方微信公众号宣布旗下数款车型降价,幅度从2000元到20000元不等。

3月28日,上汽通用宣布下调旗下三大品牌车型厂家建议零售价。调整涉及旗下别克、雪佛兰、凯迪拉克三大品牌在售的11个系列、39款车型,覆盖从高端豪华车到经济型轿车,以及MPV、SUV等多个细分市场,最高下调幅度达2.5万元。

丰田在华两家合资车企业相继表示,下调部分在售车型厂商建议零售价。其中,一汽丰田下调旗下参与降价的车型包括普拉多、奕泽、荣放以及卡罗拉等多款热销车型。随后,广汽丰田也宣布下调厂家建议零售价,旗下汉兰达、C-HR、雷凌以及致炫致享等多款车型也参与降价。随着合资品牌“官降”的启动,国内汽车市场新一轮的价格战开启。

## “官降”助力齐鲁车展 购车绝佳时机

齐鲁春季车展遇到汽车“官

降”,双重的利好面前,注定了这个四月会成为各汽车品牌激烈交锋的时节,即将开幕的齐鲁春季车展成了汽车厂家和消费者共同期待的一场汽车盛宴。

齐鲁车展已经走过了20个年头,销量大,品牌全、价格优,如今已成为山东车市的一块金字招牌,多年来,齐鲁车展为广大消费者提供了看车、买车的购车平台,“买车就到齐鲁车展”深入人心。

本届齐鲁春季车展,国内外汽车厂商携各类首发和上市新车诚意亮相,德系、美系、法系、日系、韩系以及合资品牌、自主品牌更是齐聚一堂,集体发力,不断升级参展阵容,携手打造一场汽车盛筵。

本届车展一改高新国际会展中心和舜耕国际会展中心两馆同展的状况,改为济南高新国际会展中心为唯一展馆,豪华品牌同合资品牌、自主品牌全部聚集在一个展馆,避免了消费者两个展馆来回奔波的烦恼。

本届车展,优惠力度空前,除了参展商提供的优惠外,主办方为消费者准备了丰厚好礼。凡在齐鲁车展现场购车的客户,即可获赠价值5980元的购车大礼包(不含工时费),新车贴膜、新车除甲醛、新车记录仪等多项装具大礼免费赠送。同时还有订车抽奖活动,小家电、精美厨具、车载用品等惊喜好礼等您拿。还有价值5999元的港澳双人游,让你在买车的同时,再来一场说走就走的旅行。4月11日-14日,齐鲁车展等您来。

## 野马汽车智美旗舰SUV博骏上市

3月27日,“野马汽车战略启动暨博骏上市发布会”在成都举行。野马汽车正式发布了“万马奔腾2025战略”,现场还发布了博骏、EC60两款战略车型。

野马汽车启动的“万马奔腾2025战略”,提出了“到2020年销量超过15万台,2025年销量超过70万台”的目标,并部署了六大战略支撑。发布会的另一个主角当属野马博骏,一款基于CEEAA平台打造的智美旗舰车型。新车提供1.5T+CVT、1.5L+5MT的双动力组合,与全球顶级调教团队英国米拉合作打磨出操控精准的底盘,售价为5.78万到8.98万元。

发布会上,野马汽车还推出了博骏纯电动版车型



EC60,拥有460KM超长续航里程,并且可以根据路况变化切换多种驾驶模式,个性节能,高效环保,售价为15.98万元和18.98万元。

从心出发的发展战略,智美非凡的新款SUV和新能源车型,在焕新升级的道路上,野马汽车已经展现出了足够多的惊喜和进步。着眼未来,积极创新,不断进取的新野马,必将给市场和消费者带来更高品质的购车选择和出行服务,并为实现汽车强国梦想做出非凡贡献。(张永森)

## 加大的不止是空间 东风风行T5L新车品鉴会开启

近日,以“欢聚家大号”为主题的东风风行T5L新车品鉴会正式开启。现场数十家主流媒体通过动态及静态等一系列抢先试驾直观体验,深入了解这款10万级中型7座SUV带来的“岂止于大”的产品魅力。感受大家庭出行、日常上下班代步及购物时,对“加大号空间、加大号颜值、加大号智能和加大号安全”的需求,让欢聚成就美好旅程。

作为东风风行3.0时代的又一力作,风行T5L是基于对汽车市场和务实派新中坚消费群的深刻洞察而推出的。风行T5L的推出代表着东风风行对大家庭出行、日常上下班代步及购物等对大空间和灵活便捷性的需求,相信该车将会成为东风风行2019年推出的又一款重磅产品。

当下,自主品牌SUV车



型目标人群更多向三四五线市场倾斜,相比一二线市场用户,他们更关注产品质量、舒适性、动力、配置及价格等优势,他们对基础功能的追求比感性的、个性化的需求更强烈。

基于此,东风风行T5L以“加大号智汇7座SUV”作为产品定位,以“欢聚美一程”作为产品主张,旨在通过汇聚“加大号”的产品优势,给消费者带来欢聚在一起、共享美好的用车体验和幸福生活,让风行T5L成为承载路途中舒适、幸福、欢笑、精彩瞬间的乌托邦。(eleven)

售价9.98万-18.28万元

## 吉利高端家用MPV嘉际济南上市

3月31日,首款高端精品家用MPV——吉利嘉际在山东济南出众上市,推出涵盖传统动力、轻混、插混4种动力组合共11款车型,售价区间为9.98万-18.28万元。作为专为新生代多人口年轻家庭打造的精品MPV,嘉际凭借潮范、暖心、智能、驾控的出众硬实力,满足家庭全员全时、全域、全场景的用车需求,以“MPV变革者”姿态,树立家用MPV细分市场的新标杆。

作为中国第一款上市的插混MPV车型,嘉际PHEV也将为限牌限购城市年轻家庭带来更多样的动力选择。在地补未实施的城市,吉利汽车决定由厂家先行补贴。综合补贴后,嘉际PHEV全国市场指导价为15.98万-18.28万元。此外,2019年6月30日前订购



PHEV车型的用户,还可参与吉利嘉际“PHEV插混无忧”计划,获赠价值4000元的充电桩和首任车主动力电池的电芯终身质保,享受电机电控系统8年或15万公里超长质保。

为了让广大消费者轻松享受到节能电气技术带来的超值体验,嘉际还推出了“MHEV轻混升级”计划,凡是2019年5月31日前,订购嘉际1.5TD+7DCT车型的用户,将获得赠送价值5000元的48V BSG轻混系统,尽享免费升级礼遇。(戚淑军)

## 人眉新柳叶,马色醉桃花

### 长安马自达CX-8新国风文化体验季启程

春分时节,桃花绚烂。长安马自达“Mazda CX-8新国风文化体验季——驾享风雅颂·桃天篇”在有着“西藏江南”之称的林芝拉开帷幕。

林芝,雄壮瑰丽的自然环境造就了林芝“藏上江南”的奇景。在试驾活动中,一众参与者从容驾驭Mazda CX-8,或在青藏高原自然的越野路段,或在云蒸霞蔚的桃花源,深度体验Mazda CX-8的全能角色和优雅格调,书写现代“驭马者”的别样风雅。

本次活动,长安马自达为Mazda CX-8和参与者精心设计了结合公路、土路、砂石路等多种极具考验的自然路段试驾路线,令挑战者们在一览春季高原和雪山壮丽景致的时候,尽情感受这台新驾享主义大7座SUV的全能实力和极具驾驭乐趣的公路驾驶体验。

作为长安马自达首款7座旗舰SUV,傲视同侪的豪华空间和智能科技让当下的精英家庭拥有了全新的“奢享”选择。虽然是一辆车长接近5米的大7座SUV,但Mazda CX-8却拥有同级绝无仅有的敏捷平顺的操控性能。搭载“i-ACTIVSENSE马自达智能安全辅助系统”,Mazda CX-8囊括了360°全景摄像头、盲点监测、车道偏离警示、行人探测功能等一系列先进主动安全技术,在复杂的高原路段中,能够帮助驾驶者准确识别道路危险,让驾驭更加轻松。无论何时何地,均能闲庭信步的卓然风姿不仅是Mazda CX-8的实力展现,更是驾驶者人生从容风度的彰显。

本次试驾会,来自全国各地的Mazda CX-8用户代表汇聚一堂,讲述自己眼中的长安马自达和爱车。随着2019年全新品



牌沟通主题的发布,长安马自达再度向格调拥车生活方式品牌全面进化,“用户+”思维也得到了更多创新活动的支撑。在Mazda CX-8成功上市之后,“新驾享主义”的产品理念,“魂动”设计的完美进化和匠心轻奢的设计,为原本冰冷的机械制造,赋予了一份优雅和格调。无论是产品本身,还是品牌营销活动的触达,都是长安马自达在消费升级时代的大背景下,通过品牌、产品与用户的沟通,对生活方式以及生活态度的一种理解与探讨。