

# 丰田汉兰达国产

开启“豪华城市型 SUV”市场



左起：江积哲也、葛原徹、权藤宪治、冯兴亚、胡苏

“豪华城市型 SUV”开创了“强悍、灵活、自由”的三大标志性维度——富有肌肉感和力量感的外型，使汉兰达扑面而来的强悍激起一种男性的共鸣；灵活、实用，宽敞的载客载物空间，可针对不同情境做出各种适应性的变化，轿车化的舒适性与随心所欲的操控性的最佳组合，让人车共臻从容之境。

丰田汽车公司汉兰达首席工程师权藤宪治先生解析了汉兰达诞生的背景：在汉兰达推出之前，在豪华轿车与专业级 SUV 市场之间，仍有一块空白地带，还可以打造一个需求量更大的豪华城市型 SUV 车

型——在保留 SUV 通过性优势的同时，强化其在各类公路用车环境下的操控性能，同时营造豪华细腻的驾驶感受。

## 强大阵容与领先配置诠释豪华

此次导入的汉兰达，共有 3.5 升和 2.7 升两个排量 10 款车型。其中，3.5 升排量的发动机被装配于全时四驱的车型上，搭配五速变速箱，分为“至尊版”、“豪华版 Navi”、“豪华版”、“精英版”共四大车型，2.7 升排

量发动机被装配于前置两驱的车型上，配备新型六速变速箱，在以上四个版本的基础上，增加了两排座椅的运动版和精英版，共有六款车型。

汉兰达 2.7 升搭载的是丰田 2008 年推出的最新一代四缸发动机的集大成之作。采用的双 VVT-i，进气歧管长度可变系统不仅提高了发动机的效率，内置的平衡轴还实现了极高的静谧性。丰田悉数将这些最先进的技术导入到了汉兰达上。另外，在新设计的六速自动变速箱的和谐匹配下，不仅达成了低速到高速的低油耗，而且还实现了高加速性能。

## 超群品质续写全球辉煌

丰田对消费者实际需求的准确把握和卓越的产品品质与服务，让汉兰达在北美市场长盛不衰，屡屡创下销售奇迹。2001 年汉兰达甫一推出，便在竞争最激烈的北美车市势如破竹，睥睨群雄，并刷新多项销售记录，连续多年畅销美国。数据显示，2001—2008 年汉兰达在北美市场累计销量达到近 102 万辆，最高年销量超过 13 万辆，2001—2008 年底，汉兰达在全球累计销量超过 115 万辆。如此显著的销售业绩迅速让汉兰达在北美乃至全球名闻遐迩，足令业界称道。

## 中国汽车销量连续超过美国引发外媒评论

本报综合消息 中国汽车销售连续三月超美，成为全球季度销售冠军。但外媒却并没有送来鲜花和掌声，一席“昙花一现”、“丰产不丰收”的评论，给汽车行业浇了一盆冷水。

英国媒体昨晚在题为《中国汽车 3 月销量创历史新高但可能丰产不丰收》的评论中称，当一些海外车厂努力摆脱困境时，中国汽车行业第一季度报出亮丽销售业绩。这是否意味着中国经济已经复苏？汽车上市公司盈利前景能否好转？答案可能会令人失望。

报道援引业内人士的说法称，一季度汽车市场的快速增长，大部分因为产业政策的刺激，其他大多行业尚未见到好转迹象，因此目前断言经济复苏尚为时过早。

报道同时指出，一季度微型车和经济型轿车增长最快，这些车型价廉利薄，很可能造成部分汽车企业增产不增收。

### 成了销售王 也进不去欧美市场？

美国《华尔街日报》昨晚也表达出与路透相同的担忧。报道指出，虽然 3 月份乘用车销量较上年同期增长 10.26%，但商用车销量下滑了 5.29%，至 337,400 辆。

另一家美国媒体也指出，中国成为全球汽车第一市场的事实似乎已经毋庸置疑，但是，中国强大的销售数字后面掩盖了几个事实，不容忽视。

该媒体分析称，首先中国的汽车制造商有数十个都是小型的，却要服务于主体区域市场，结构不合理。

其次，到目前为止，中国没有一个汽车制造商的产品成功地符合美国严格的安全标准。

第三，大多数中国汽车都只能出口到别的发展中国家和地区，如拉丁美洲和非洲，根本进不了欧美以及日韩的市场。

### 靠沾光合资品牌 是销售保证？

美国哥伦比亚广播公司 CBS 昨天晚间新闻报道《在中国，购买美国车依然能引起共振》称，汽车卖得好就能起飞全球汽车业务了吗？大错特错。

报道称，美国市场的疲软加上中国狂飙的销售数字，确实使中国成了目前世界上最大的汽车销售市场。但中国的汽车销售火爆异常的原因却在于政府的刺激计划影响，使得小型车、廉价车供不应求。



业内追访

## 关注利润车企 也“瘦身”

昨天上午，著名汽车行业分析师贾新光认为，今年销售增量明显的车型主要集中在微型、微轿等交叉型乘用车，这些车型利润率较低。而像 SUV、MPV 等高端车型销量严重下滑。一些车企早已注意到这种情况，并在产能方面进行了调整。

近日，一汽大众就要求经销商全年的销量中，速腾加迈腾必须完成总销量的 35% 以上，捷达比例必须小于 40%，才能考评合格。

## 工信部吹响电动汽车产业发展“集结号”

苗圩表示，将加快推进电动汽车和关键零部件产业化示范技术改造，积极支持电动汽车相关企业加强技术研发，组织实施关键核心技术产业化示范工程。以电动汽车整车及电机、电池、新型动力系统等关键零部件为重点，加强统筹规划，组织实施一批重点技改项目，为电动汽车大规模示范应用和商业化推广奠定产业基础。重点建设一批具有核心技术优势的研发基地，规划布局和扶持一批电动汽车产业园区，形成具有竞争力的产业集群。

工信部将强化标准管理，建立电动汽车公告管理体系。电动汽车的大规模推广应用应离不开标准体系的支撑。要结合电动汽车产业发展需求，加快制定电动汽车生产、安全检验、充电设施等一系列技术标准。进一步严格标准管理，做好标准与规划、产业政策的协同，促进国家标准与国际标准的衔接。要加快建立电动汽车公告管理体系，把

力量，共同推进。

虽然与会专家和部分企业代表对我国大力发展电动汽车还存在不少分歧，但是，亚洲制造业协会首席执行官罗军却认为，有争议是正常的，如果始终在争议中徘徊会错过良机。他在接受记者采访时指出：汽车厂家不要只顾埋头拉车，还要抬头看路。电动汽车代表了世界汽车发展的未来方向，这是不容置疑的。谁落后谁就会在新一轮竞争中淘汰出局。我国彩电企业的教训是深刻的，80 年代，彩电厂家都一心思要全球最大，到了 90 年代，当长虹、康佳、TCL 都做到全球老大的时候，等到他们命运的却是当头一棒：显像管时代几乎是一夜之间就退出历史舞台，液晶时代提前来临。到今天为止，我国彩电企业都还在苦苦挣扎。而今天，电动汽车的技术市场和国际空间都已经成熟，我们应该充分利用全球金融危机这个时机，加快产业结构调整，实现战略转型。



## 长安汽车 3 下乡 产品服务响当当！

### 产品下乡

携国家指定的 3 大系列、300 多种

长安精品汽车全面下乡！

### 补贴下乡

国家发补贴、长安再补贴，最高补贴 1 万元！

### 服务下乡

长安汽车 1 万个服务网点为乡村提供更方便、快捷、实惠的服务！

## 长安汽车 3 下乡 产品服务响当当！

### 补贴下乡

国家发补贴、长安再补贴，最高补贴 1 万元！

• 国家汽车下乡补贴：2009 年 3 月 11 日—12 月 31 日，国家给予购买 1.3L 及以下非增压型轿车的农民用户 10% 的购车补贴；对购买三轮汽车或低速货车或购买微型载客的农民用户给予 10% 的新车补贴和 2000 或 3000 元报废车辆补贴。

• 行业先峰，长安再补贴：长安积极响应国家政策，继续开展“亿元补贴行动”，1 月 1 日—6 月 30 日购车最高还可补贴 5000 元。

### 产品下乡

携国家指定的 3 大系列、300 多种长安精品汽车全面下乡！

• 中国驰名商标，长安汽车品牌价值 212.16 亿元；

• 长安之宝荣膺《中国汽车报》2009 年度评选唯一“年度封面车型”称号；

• 微客、微轿、专用车 3 大产品系列，300 多种车型全面满足乡村用户需求。

### 服务下乡

长安汽车 1 万个服务网点为乡村提供更方便、快捷、实惠的服务！

• 修车不出县：遍布乡镇的长安汽车全国连锁服务店（火热招募中）

• 服务送上门：乡村流动服务、24 小时上门救援服务

• 品质有保证：修车不花钱+发动机只换不修

本广告最终解释权归重庆长安汽车股份有限公司所有



亲情服务热线：4008840066 023-67086666  
免费服务热线（座机）：8008070888 www.changan.com.cn

长安·亲情服务  
亲情 质量 规范 快捷

长城汽车

时尚 科技 精美

8.98万  
享受SUV生活  
哈弗H3亮剑登场

新哈弗 4G69、2.5TCI 优惠促销中

都市全能SUV新公式  
更高大+更开阔+更全能+更安全+更激情  
二哈弗H3

8.98 万，也许只是一部合资两厢小车的价格：8.98 万，也许只是一部国产三厢轿车的价格；而现在，只要 8.98 万，您可以拥有一部全面超越轿车的全能 SUV。新前脸，时尚外观、更激情；大空间、更宽敞、视野更开阔；德国博世 8.0ABS+EBD、TCS、双气囊、非承载式车身、96 位密码防盗，更安全；一车多用，更全能；让高高在上的感觉成为您的习惯。

哈弗H3 开启全民 SUV 新时代 网址：<http://www.gwm.com.cn>

隆重招商

长城汽车轿车/皮卡/SUV/MPV 火热招商，诚邀加盟，招  
商会于 4 月在保定召开。

加盟热线：0312-2197610 2197953

经销商

海南九兴汽车贸易有限公司 0898-68639559 68639622 68683605 68633821  
地址：海口市南海大道 233 号（秀英大道往老城方向 400 米）

三亚分公司 0898-88268541 13876291919

