



F3欲借广州车展 冲击月销4万辆目标

本报综合消息 2009年11月24日,第七届广州车展即将开展,四大展区、15个展馆、15万m²的展位比上届全面升级,各车企均推热门车型悉数亮相,自主品牌代表比亚迪旗下多款畅销车型悉数到场。创下30008辆销量记录的经典车型——比亚迪F3,欲借势广州车展,冲击月销4万辆的目标。

F3领跑车市 亮相车展成焦点

今年以来,国内车市在政府频出利好政策的刺激下,F3这样的热门车型月度销售纪录不断刷新。8月F3劲销24685辆,勇夺国内轿车月度销售冠军,9月,F3以27350辆的销量蝉联上述称号。

10月,F3以30008辆的销量创历史纪录,销售冠军的门槛由此被抬高至3万辆级别,这也是国内首个月度销量首次登上3万辆高度的车型。业内人士认为,3万辆的里程碑的奠定不仅刷新了行业产销纪录,更重要的意义在于,F3正在开启一个功勋车的辉煌时代,其在车展期间的亮相,势必成为众人瞩目的焦点。

公开资料显示,1-10月,F3累计销售223138辆,已经超额完成全年18万辆的销量任务,四季度继续发力情况下,全年销量有望逼近30万辆,这将贡献比亚迪09年40万辆销售目标的75%。

欲借车展冲击月销4万辆

F3一举达到3万辆,不但表明F3已经得到了市场的广泛认可,而且也奠定了比亚迪在中系车中的霸主地位。在其他车型为进驻“2万辆俱乐部”而奋斗时,F3的目标已经指向月销4万辆。

回顾F3的发展历程会发现,F3已连续4年实现100%增长,创造了汽车行业神话。业内人士认为其完全有可能成为花冠、桑塔纳一样的车市长青树。

的确如此,随着市场保有量不断的增加,F3车型不断成熟,生产研发成本也会被有效摊薄,而维修、用车乃至采购成本也会有所下降,这一定程度上助推了F3全国范围内的热销。

从消费者的角度看,畅销车型大多是品质过硬的车型,而这一点形成口碑效应后,又将反过来拉动销售。目前F3正是进入了这样一个销量印证品质,品质驱动销量的螺旋上升的阶段。作为中系车的领跑者,F3有望带来更多的突破,4万辆的目标也许只是时间问题。



11月23日,2009年广州车展拉开大幕。作为岁末车市的压轴戏,广州车展历来被看做是来年车市的风向标,是厂商发布跨年度新车的主要舞台,至今已举办7届。虽然从影响力上不及北京、上海两大车展,但广州车展作为国内第三大车展依然不乏看点,其中首发车和新车总数将超过70款。

岁末车市上演压轴戏

广州车展新车争奇斗艳

SUV格外抢眼

虽然缺乏政策的扶持,且油价不断飙升,但我国SUV市场的表现却让人咋舌。特别是排量较大的SUV市场异常火爆。今年10月份,SUV产销分别达到69172辆和70614辆,同比增长81.3%和87%,增速位居所有乘用车前列。在SUV市场整体火爆的形势下,SUV成为了各厂家发布的重点。

广州车展上,奇骏2010款和逍客2010款全面亮相。其中,奇骏2010款分为2.0L和2.5L两种排量,厂家指导价格分别为20.78万-26.98万元。逍客2010款为2.0L排量,厂家指导价格为16.78万-21.98万元人民币。

雷克萨斯则首次在中国市场向全球首发一款中型豪华SUV GX 460,相比现有的GX车型,全球首发的新GX 460外观设计更加时尚、动感,而硬朗的线条会为车主带来更多的视觉享受。

奔驰旗下最具专业越野性能的车型莫过于G级,广州车展期间,全新G500车型让期待已久的国内潜在车主为之激动不已。据了解,G500的价位将有望在170万-180万元区间,相比目前的G55 AMG来说在价格上极具竞争力。

豪车比拼软实力

今年豪华车市场看似平淡同样暗流涌动,各豪华品牌都欲在中国市场上分一杯羹。而广州车展无疑是年底前最好的展示机会。

梅赛德斯-奔驰在本届广州车展上首发上市了全新E 200、E 260轿车与全新E 260 4MATIC两厢车。全新E级搭载CGI涡轮增压发动机,并采用一系列BlueEFFICIENCY(蓝色效能)综合环保科技,不



仅可以实现更高燃油经济性,并且代表当今环保科技最高水平。这也是梅赛德斯-奔驰首次将该环保科技引进中国市场。

一汽丰田此次发布了搭载2.5L和3.0L两款发动机的车型,以“大器 至所不至”为广告语的4.3L V8车型将亮相广州车展,预计12月中旬公布价格。

刚于法兰克福车展发布的5系Gran Turismo也在广州车展上正式引入中国。由于车身达到4998mm,在所有宝马车型中仅次于7系,因此后排空间将成为5系GT车型的优势。

两厢车大行其道

近年来,中国的两厢车市场正在逐步

走向成熟,销量也在逐年提升,与此同时,消费者对两厢车安全性、舒适性和品质感的要求也越来越高。在本届车展上,两厢车也成为了汽车厂商们发布的重点。

处于断货状态的马自达3两厢,终于等来了再次上市。随着11月底亮相广州车展,新马自达3两厢开始进入销售倒计时。

备受关注的别克英朗也在广州车展正式发布,这款全新的5门轿跑车定位在凯越与新君威之间,矛头直指新上市的一汽-大众6代高尔夫。而它的具体上市时间则要明年。

广州车展上,上海汽车携MG品牌先于欧洲市场发布了全球车MG6。上海汽车集团全球资源推出的MG6是一款面向全球

市场,为年轻消费者制造的新一代轿车。与此同时,MG展馆首度启动全球换标,揭开MG品牌标识的神秘面纱,并以震撼性手段展示“新基准轿车”MG6。

长城汽车的重头戏在于其旗下标杆车型凌傲的发布。作为长城汽车的一款全球战略车型,凌傲参照欧盟标准开发,预计价格在7万-10万元之间。

作为东风风神的首款自主品牌衍生车型,风神S30的两厢车型在广州车展上首次亮相。风神S30外观由意大利设计公司搭载,而两厢车型的发布则由东风乘用车技术中心的设计师完成,车头与前脸都与三厢车型保持一致。

自主品牌剑指高端

瑞麒G5在广州车展推出量产版车型,而正式的上市可能要等到12月初。首批上市车型为2.0T车型,匹配6速手动变速箱。另外,麒麟销售公司总经理杨波表示,在明年3月还将推出瑞麒G6车型,并且最先上市的车型为自动挡车型。

吉利则发布了吉利帝豪EC718-RV和EC715-RV,这两款车分别为1.8L和1.5L排量,EC718-RV将作为EC718车型的两厢版,该车外形相对于三厢版在细节方面有些许改动,使这款车更偏向运动设计。

比亚迪首款高端MPV车型M6,在车展期间成为众人瞩目的焦点。据了解,M6将在年底上市,此次参展是上市前的最后“定妆”。M6上市后将在3个销售渠道A1、A2、A3网中同时销售。

M6是比亚迪M系列的第一款车型。从外形上看,比亚迪M6放弃了传统MPV过于保守和古板的车型设计,动感的前脸造型和流线型车身相得益彰,整体风格大气而不失时尚。(本报广州电)

瑞麒 X1 城市迷你 SUV 11月29日举办海南上市签售会



本报讯 我们期待已久的瑞麒X1城市迷你SUV终于到来了,11月29日(本周日)海南瑞麒X1上市签售会将由海南瑞麒汽车4S店隆重举行,这次瑞麒X1海南上市签售会上将为广大客户精彩准备别具一格的签售会:1、海南首次户外情景上市签售会,让您和车与大自然完美结合。2、冷餐会、户外烧烤、多彩节目、农家乐试驾游、精美礼品等您来共享。3、现场特别推出5台特惠车。4、本次签售会是在户外举办,需持邀请函入场,现在获取邀请函的方法就是提前电话报名,到店领取才行!喜欢瑞麒X1的朋友现在就得赶紧行动起来!

为都市年轻时尚一族量身打造的数字精品小瑞麒M1上市以来,销量稳步攀升,其1.0/1.3车型一次次掀起热爱的浪潮。瑞麒M系列的车型能够在竞争激烈的车市市场大放异彩,充分说明了消费者对瑞麒品牌品质的认可。

而此次瑞麒即将推出的全新车型X1在今年上海车展的首度亮相又一次吸引了所有到场观众的惊羡目光。炫酷的时尚外形加上超大的驾驶视野和强大的越野通过性能,全方位诠释了城市迷你SUV的概念。它不仅拥有轿车的驾乘舒适性和操控灵活性,还具有超强的通过性能。

相比起瑞麒M系的同门师兄兄弟,瑞麒X1拥有更大车身,更大的驾乘空间;特有的高坐姿设计,使整车驾驶视野更加宽阔,有效地避免了行车中的视线死角;此外,180mm的离地间隙让X1拥有更好通过性能。同时,迷你二字让X1与有着相同称谓的主流SUV车型相比显得更有个性。

迷你SUV的个性化设计正好与80后的购买特点相吻合,瑞麒品牌成功地在小车上找到了一个新的契机。

这就是瑞麒X1的神奇之处,这款即将上市的城市迷你SUV以自己独特的定位和雄厚的实力在小车市场开辟了一块蓝海,年底的小车市场将是一片风起云涌之势。

猎豹CS7 专业级时尚跨界车

My City My Style

猎豹CS7 全国闪耀登场



ART 艺术



SPORT 运动

猎豹CS7荣膺“09年度消费车型评选盛典”最佳SUV

优雅、激情、艺术、运动……集多种city style于一身,引领都市跨界潮流。猎豹汽车的全新力作——猎豹CS7,将轿车与SUV完美融合,充满都市感的时尚外观、惬意舒适的人性化配置,匹配专业级的通过性及安全性,令您尽享城市激情!

感受更多city style,敬请莅临当地长丰汽车经销商。

11月23-30日,欢迎莅临2009广州国际车展2B07长丰汽车展位。



制造商:湖南长丰汽车制造股份有限公司 服务热线:400-8877-186 网址:www.cfmotors.com
经销商:海南鑫鑫汽车贸易有限公司 地址:海口市南海大道151号 销售热线:0898-68655830

2010款雪佛兰景程跨界树立新标杆

国内目前家用市场车型按照价格大致有这样几个分类,在10万元以下的车型,算是入门级家轿A0级车,10-15万元属于主流中级车,也可以称之为A级车,而15-20万元作为中高端家轿和部分商务车,即B级车。车市随着时代在不断地发展着,A级车出于空间和舒适性考虑,逐渐放大了尺寸;B级车出于环保及能源的责任,有了降低排量的想法,简单的A级车、B级车的划分,似乎就有些跟不上时代了,而10-15万元这个价格区间却一直是国内车市不变的必争之地,或许我们可以称之为A/B级车市。

在这个价格区间的消费者,往往是上下左右地轮着对比和考证,尤其是为了挑一辆各方面“品质优越”的理想用车,换言之,是一辆拥有B级车的尺寸和性能,同时拥有近乎A级车价格的理想车,这样的车,可以称之为A/B级车吗?对于理性买家,“理性价值”或许是在10-15万元区间中级车市场能够脱颖而出的关键因素。设计+性能+空间+配置+科技,去比购买和使用成本,这个综合考量结果才是“理性价值”的衡量标准,而A/B级车正是这种“理性价值”取向的最好体现。

B级车, A级价——定价依旧是理性购车的基础

10-15万元,尽管我们为此次较圈定了范围,但能吸引大部分消费者的还是全面车系的定位格局,正如山姆大叔道理一样,舒适顺能到达人家基础版的价格,自然优势就更为明显了。比如2010款雪佛兰景程1.8L,其宽大而得体的形象,4820/1807/1450mm的三围,接近B级车最大极限的车身尺寸和内部空间,再加上上海通用汽车成熟的制造工艺和服务体系,造就了中级车的新典范,钟情于新景程的用户,普遍是务实、理智的一群,他们对轿车的核心价值有着清醒的认知,新景程正是符合他们需求的一款车,而且在市场上很长一段时间内,很难找到第二款和新景程尺寸、价格或性价比相近的对手车型。

而2010款景程以全新的动力系统升级上市,定价为10.88-16.18万元,对于新一代中级车而言,此定价优势程度颇为明显。2010款景程1.8L瞄准的正是那群务实、精明、成熟的买家,其中或许有创业初期的企业家,或许有企事业单位的中层管理人员等等,升级的动力科技,下探的价格策略,怎么会不打动人心呢?

空间和配置——凸显“理性价值”之内涵

男人看重性能,女人看重外观,但中国人更看重车的空间,以大为美,至今仍是国内消费者的选车理念。从技术角度讲,外观长短并不关键,轴距才是决定性的法宝。2010款雪佛兰景程仍保留了原有的外形及内饰设计,2700mm超长轴距加上1802mm的车身宽度几乎达到中级车设计标准极限,空间优势在10-15万元市场中更无“车”可及。

除此之外,倒车雷达、香空气清新净化系统、恒温空调和智能行车电脑,你会发现景程15项实用配置可以说没有一项是多余的。其实对于大多数精明一些的人来说,这个价位的车型配置有限,若采用诸如无钥匙点火或是“记忆座椅”之类的“锦上添花型”功能就必然侵蚀一部分“理性价值”,反而得不偿失。这更像是鲁迅先生所谓的“拿来主义”,好的,优质统统拿来,可有可无的一边去,别忘了这些都是成本,而景程在配置实用性方面确实做得无可挑剔。

动力科技升级——提升驾趣,降低油耗

新景程搭载了全新一代的1.8升Ecotec DVVT发动机,最大功率和最大扭矩分别达到了105kw和177N.m,升功率高达58kw/L,动力科技上的进步显而易见,能为消费者提供更更具乐趣的驾驶体验,而S6六速手自一体变速箱更是如虎添翼,对于动力输出以及燃油经济性而言,提升效果自然不言而喻。创业不易,这个观点是所有事业发展中人士的中肯感悟。买辆车,购车成本固然重要,而油耗这类使用成本,对于这个价格区间的购车人来说也是必须考虑的因素。有人说

美国车是气派的象征;日本车是经济的典范;德国车是综合技术的体现。那么,如果我们贪心点,有没有集三种优势于一体的车呢?2010款雪佛兰景程确实是在向这个目标迈进。

金领结服务——“购买”保障之美德

“养车很难”,换言之,油耗之外售后服务更是百废待兴的内容。买车不仅仅要买得起,还得修得起,不仅仅要修得起,还得修得专业、修得安全。

说回到2010款景程吧,在养护维修成本上仍保留原款的价格优势,常规保养情况下更换机油机件,总配件价仅150多元,而更换三滤总配件价也就300元左右,应当说是相当实惠了。

雪佛兰品牌售后网络目前已开设192家,买车可以享受9项终身免费检测以及24小时紧急救援服务,难怪J.D. POWER在近年几次评比中,雪佛兰CSI售后服务两次进入前三,除去豪华品牌,在同级别车中成绩要属“优等生”了。总之还是那句话,对车好一点更对自己(的钱)好一点。

小编思考:

其实,无论是“理性价值”还是“性价比标杆”,真正意义上是无法准确界定的,更多来自于接受者的心理承受能力。不过,对于好的事物多多益善,来者不拒这句话,想必谁都不愿意去反对。2010款雪佛兰景程兼具了价格、配置、空间、油耗、售后诸多优势,10-15万元的价格区间,对于徘徊在A级车还是B级车的准车主,景程应该可以作为一个理想的选择。

海南安祥汽车销售服务有限公司
地址:海口市南海大道116号
电话:0898/66805556

