

“人生就像是一个茶几，上面摆满了杯具。”消费者购买汽车时如果不幸挑选了一款不好的车型，那么只能遗憾地说这是个“杯具”。对消费者而言，选择一辆质量靠谱、品质过关的车型，远比选择那些花里胡哨的车要划算得多。鉴于此，我们推荐几款当前市场热销的高品质车型，希望在您购车时提供参考。

G3、科鲁兹、新凯越

三款品质车型推荐



数字职能轿车典范：比亚迪 G3
品质指数：★★★★★

作为比亚迪上市近半年的首款中高端中级车，比亚迪 G3 具备了高起点、高品质和高配置的三高特性，整车极富动感而又不显张扬。在动力方面，G3 搭载了1.5L、1.8L 两个排量的发动机，且都曾搭载在比亚迪的成熟车型上，强劲省油，颇具市场口碑；在配置方面，G3 配备多功能方向盘、DVD 导航娱乐系统、电动调节外后视镜、8 方向中文显示内后视镜等装置，凸显驾乘乐趣；安全方面，G3 采用 3H 高强度冲压侧围、搭配四轮碟刹、ABS+EBD、侧安全气囊和安全气帘，能给用户提供最大的安全保障，体现了比亚迪对用户的细致关爱。

比亚迪 G3 可谓是融合当前汽车设计的流行元素，汇聚六年研发经验而打造的全新产品。据了解，在开发 G3 之初，比亚迪厂家通过市场调研发现，当前中级家轿正在朝着高端、精品、智能化的趋势发展，于是比亚迪结合 IT 电子领域的优势资源，将 G3 打造成高端精品中级家轿的典范。

点评：G3 搭载了 Keyless 无钥匙进入和启动系统、Canbus 行车电脑控制系统、DVD 导航系统等主流中高级车配置，拥有这些配置的车型，身价基本都在 20 万元以上，而 G3 作为比亚迪 G 系车型的排头兵，以平易近人的价格入市，不仅实现比亚迪造好车、树立国际品牌的良好愿景，更成就了国人对于低成本享受高端精品中级家轿的梦想。

动感战士：雪佛兰科鲁兹
品质指数：★★★★★

作为国内中级车市中的新成员，科鲁兹长宽高分别为 4598mm、1797mm 和 1477mm，轴距更是达到了 2685mm，这样的身板给科鲁兹车厢空间的发挥提供了良好的基础。此外，科鲁兹在外观设计上也可圈可点：车身线条流畅，进气格栅气派，车身侧面弧线设计颇具跑车风格，而

尾部的设计比较厚重，与整车风格配合在一起显得冲劲十足。

动力方面，科鲁兹发动机采用较为先进的 DVVT 技术，能够提供充沛的动力。除了发动机的选择之外，科鲁兹同样提供了两种变速箱的匹配，分别为 5 速手动和 6 速手自一体，1.6L 版本两种变速箱都可以选择，而 2.0L 版本则只有手自一体变速箱的选择，高排量车型没有手动挡的选择不得不说是个遗憾。

点评：得益于上海通用强大的营销策略，科鲁兹上市后销量节节攀升，在激烈的细分市场取得一席之地。不过单就品牌知名度而言，面对朗逸、悦动等强悍对手，科鲁兹还征途漫漫。

均衡家轿：新凯越
品质指数：★★★★★

和老款性比，新凯越顺应潮流，应用了大型转角大灯、大嘴前脸造型等时尚元素。配置上，新凯越也有不少亮点让消费者有些心动。比如 E-TOUCH 多功能集

本报综合消息 近段时间，丰田召回风波闹得沸沸扬扬，不少人也在关注丰田在国内的市场表现是否会受影响，因此次丰田中国真正召回的车型只涉及到 RAV4。当大多数人都以为 RAV4 的销量近期或将大幅下降时，3 月中汽协最新发布的销量统计却让所有人大跌眼镜。

不降反升 超过 CR-V 约四成

中汽协近日公布的最新统计数据 displays：2 月份，中国国内汽车销量为 121.15 万辆，汽车产销量环比下降 27%，其中 SUV 主力车型销量也大多出现不同程度缩水。但一汽丰田却在 2 月份大势下滑的情况下保持了销量的稳步前行。尤其是列入本次召回车型的 RAV4 本月逆势上涨，销量达到了 8146 辆，并首超 CR-V（2 月份销量 5900 辆）约 38%，成为 SUV 细分市场销量冠军。

这也证明了 RAV4 充分经受住了市场的考验。事实上，RAV4 上市以来，就一直以优异的表现让业界惊讶。

公开资料显示，2009 年是 SUV 大发展的一年，而 RAV4 的表现，更是堪称年度最佳。一汽丰田原计划 2009 年 RAV4 国产后销售 5 万辆，但自从 4 月 10 日 RAV4 在北京国家体育馆正式上市起，当月订销量就将近 12000 台。2009 年上市不到一年，销售 6.82 万辆，取得去年国内合资 SUV 市场排名第二好成绩。

进入中国市场后，一汽丰田根据中国消费者的喜好对国产 RAV4 进行了多项优化，加

RAV4 成 2 月 SUV 市场销量冠军

系，成就了 RAV4 征战市场的“十大优势”——兼备城市行驶性能与越野道路通过性、灵活多变的宽大空间、优秀的操控感受、领先的安全装备、纯正 SUV 血统、无与伦比的舒适性、丰富的配置、出色的燃油经济性、卓越的品质，以及一汽丰田便捷贴心服务。

中美调查结果显示：“丰田品牌依然可信”

召回事件并未给 RAV4 的销量带来多大负面影响，其实源于广大车主能客观理性看待丰田品牌。中国和美国专业市场调研机构均显示，在召回事件后，“丰田品牌依然可信”。

早在 2 月初，北京益派市场调研有限公司就开始调查召回事件对于中国消费者的影响。该调查采用在线调查方式，目标对象 18-50 岁的公众，样本按照人口分布情况进行配比，从 2010 年 2 月 4 日开始，至 8 日回收有效样本 6021 个。

调查结果显示：“丰田品牌形象在中国大陆公众心中并没有出现一落千丈的情况。有接近两成的公众认为该事件对丰田的品牌形象没有影响。而有 58.3% 的公众认为丰田在此次事件中敢于面对自己的问题，为自己的错误承担责任，体现出一个有责任心企业的形象。”

无独有偶，美国最权威的民调公司“盖洛普”和“今日美国报”就丰田召回事件后对民众影响进行调研。在有效调查 2,021 名成年人后，于 3 月 2 日发布了联合民调结果。结果显示“60% 的美国民众认为“丰田车安全”，而认为丰田车“安全”的丰田车主更是高达 82%。61% 受访者表示“丰田并未失去信任”，丰田车主更是高达 74%。”

微车重夺行业冠军宝座 合资合作品牌销量集体飙升

春节过后，国内汽车行业发布了年后首个产销数据，长安集团继 1 月起超一汽、东风、晋升“榜眼”后，在 2 月这个传统淡季稳扎稳打，保持了持续上升势头，以 20.32 万的销量成绩蝉联国内车企销量榜亚军。

长安汽车股份公司销量为 15.9 万辆，同比增长 96.93%，继续发挥着中流砥柱的作用，自主轿车与微车持续火爆热销；合资合作品牌长安福特马自达、兼并重组新加入的哈飞、昌河等销量也集体飙升，为长安集团稳居第二做出了重要贡献。

2 月销售 2.6 万辆，长安集团微车销量再度超越五菱，领先地位更加明显。

而单从增幅来看，今年 1-2 月长安、哈飞及昌河三大微车品牌累计同比增幅分别为 121.7%、73.2%、250.9%，远远高出五菱、东风等其他主要微车品牌销量增幅，市场占有率加速提升。

今年，汽车下乡政策的持续和中央一号文件加大惠农力度，持续刺激着农村消费市场，成为长安集团微车淡季不淡、销量持续飙升的重要外部因素。然而，相对行业的平均增幅，长安集团旗下微车表现更加优异。业内分析人士表示，微车是汽车下乡政策的最大受益者，长安汽车的产品结构和国家经济刺激调整政策相吻合，在汽车下乡方面更有诸多举措，增幅也因此更加明显。

除此之外，随着长安集团徐留平总裁渐进式重组策略的推进，效果进一步彰显，昌河、哈飞今年的市场表现均大大好于 2009 年同期。据悉，随着“新长安汽车”在渠道资源还

是技术、管理资源方面整合深入，昌河、哈飞将在“大长安”的背景下进一步借力提升。

合资合作销量集体飙升 增量增利捍卫“大长安”实名

除了以微车为主的昌河、哈飞大幅增长外，长安汽车旗下合资合作公司表现依然抢眼。其中长安福特马自达凭借旗下主力车型福特福克斯、蒙迪欧-致胜及新嘉年华的强势表现，拿下 2.82 万的月销量，同比增长翻番，增幅达到 102.89%，创下自 2005 年上市以来最好的 2 月销量纪录；长安铃木销量 1.51 万辆，1-2 月同比累计增长 75%。长安汽车的合作公司本月销量均有不同程度的增长，江铃控股前两个月累计销量同比增长高达 118%。

可见，随着自主板块盈利能力提升，合资合作板块盈利水平持续增长，以及兼并重组效应的显现，长安汽车冲击世界一流汽车企业阵营的“大长安”战略已经成功启程。



大尺寸和轴距，提供更为舒适驾乘环境的同时外观更增时尚动感；同时，RAV4 配置齐全且均衡，除入门级 2.0L 经典版车型，其余车型均配备 VSC 系统、牵引力控制系统、上坡辅助控制系统、侧气囊和侧气帘。完备的操控、安全、舒适等方面配置，使得 RAV4 相比同类拥有了全面的优势，辅以一汽丰田完善优质的服务体系，来自市场的消息也证实了该调研结果的可靠性。日前，记者走访市场发现，召回事件发生之初，丰田全系车型的销量难免有所下降，但随着经销商促销力度的加大，记者发现目前丰田车，尤其是 RAV4 等又逐渐成为了消费者的咨询热点。至于为什么不选择其它车型而购买丰田车，消费者刘先生告诉记者，他看到了丰田的态度，也相信品牌的力量。

热烈庆祝首届博鳌国际旅游论坛成功举行 ——别克林荫大道荣膺首届博鳌国际旅游论坛唯一指定豪华贵宾用车

2010 年博鳌国际旅游论坛大会在三亚隆重召开，与会嘉宾围绕“后金融危机时期旅游文化产业的变革”这一主题激情论剑，共谋海南旅游发展大计，作为论坛“唯一指定贵宾用车”，50 辆别克 Park Avenue 林荫大道组成的贵宾车队，承载着包括与会的各国政要、国际旅游界和精英学者出席大会，再度体现出车群领袖风范与非凡影响力。这是继别克林荫大道连续三年获得博鳌亚洲论坛唯一指定用车之后，别克林荫大道再次荣膺国际顶级交流活动的“唯一指定贵宾用车”。对该产品及别克品牌的尊贵气度与非凡影响力给予了极佳的印记。

看不见的智慧交融 决定看得见的时代风云

自 2007 年上市之后，别克林荫大道迅即在国内豪华高档轿车市场占据重要地位，并多次被选为国、国内高规格重要活动的指定用车，频频现身高端场合，作为最高待遇服务于

杰出政要和权威，映衬他们不同凡响的身份地位及把握未来的远见卓识。与会嘉宾赞誉的别克豪华后驱轿车 Park Avenue 林荫大道此次将以 2010 款全新车型亮相三亚，在为期多日的本届博鳌国际旅游论坛日程中，别克林荫大道将始终伴随着众多商界政要和旅游专家，为规划海南国际旅游岛的发展贡献力量。

林荫大道与实力领袖同瞻未来

别克旗舰林荫大道融汇当今汽车尖端科技与别克品牌百年造车经验，以尊贵大气外观、澎湃酣畅的“动”态驾驭感受与豪华舒适的“静”谧空间，彰显了公商务领袖人群的人格魅力与事业成就。它以卓然不凡的豪华高档轿车风范完美贴合与会精英和时代领袖的尊贵身份，其新改装的智能加大直喷 V6 发动机低转速起步，动力性能提升约 20%，燃油经济性也显著提升，废气排放大幅减少 20%，体现了上海通用汽车“更好性能、更低能耗、更少排放”的绿色产品追求。

庆祝首届博鳌国际旅游论坛成功举办

林荫大道展示用车限量发售

地址：南海大道 116 号（安驿通用汽车城） 销售电话：66821900

辞旧迎新

享政策礼遇最高优惠 15000 元

金杯海狮

享政策礼遇 再上人生里程

金杯海狮“以旧换新、乐购新车活动”进行中，凡符合国家公布的汽车以旧换新相关政策的车主，拿相关车辆报废手续购买金杯海狮，将获赠 2000-15000 元的优惠。享政策礼遇，再上人生里程。

“酒”中好礼，精彩等你！即日起至 3 月 31 日，凡任一一款金杯海狮，送 1000-2000 元好礼。（以旧换新用户除外）详情请咨询当地经销商。

金杯海狮授权经销商：

海南兴悦	0898-66828895
海口星九	0898-68645398 36381618

海南省海口市南海大道 113 号 海口市滨海大道 63 号爱华汽车广场

Brilliance Auto 一路有我 华晨汽车

华晨汽车旗下产品：金杯海狮 MPV 中华骏捷 中华骏捷 中华骏捷 中华骏捷 FRV 中华骏捷 Wagon 中华骏捷 Cross 中华骏捷 FSV 华晨宝马(合资) 金杯轻卡 金杯 SUV