

MARCH上市近在眼前

东风日产群狼猛于虎

本报综合消息 自东风日产新一代 MARCH 在北京车展亮相以来,这款“智享易驾两厢车”就以一种与传统小车完全不同的面孔呈现在消费者面前,仅仅 70 天内就狂揽了预售订单过万张。在如此出色的成绩背后,我们不光看到了 MARCH“易驾”、“易享”、“易行”的三大核心卖点,更看到了 MARCH 上市后,由更丰富的车型矩阵组成的“东风日产群狼”正杀气腾腾,蓄势待发。

一直以来,中国的紧凑型两厢车市场都处于一种不温不火的尴尬局面;合资品牌和自主品牌各出奇招,打出了诸如低价、空间、节油、操控等卖点王牌,却始终没有一款车型能够树立起该细分市场的标杆地位。如今,东风日产新一代 MARCH 上市近在眼前,小玛驰要撬动大市场,国内紧凑型两厢车市场有望在 MARCH 的加入下进入一个新的阶段。

是什么让这些业内专家做此大胆推测?首先,这与新一代 MARCH 过硬的产品品质与性能是分不开的。东风日产乘用车公司副总经理任勇不止一次表示,新一代 MARCH 是一款“在安全、操控性能、舒适性等性能和品质上绝不做任何妥协”的紧凑型。其次,无论是同级车中最优的驾驶视野、4.5 米的最小转弯半径,还是配备了更适合国情的 1.5L 强劲发动机、更符合城乡路况的悬挂系统,抑或是装置了像“e 车助手”、倒车雷达、低摩擦安全带等人性化设备,都让 MARCH 在 7-10 万元的预售价位上充分表现出强大的性价比优势。再加上超越经典的时尚设计和轻松便利的“易生活”理念,MARCH 完全有理由让所有关注该细分市场的消费者和专业人士们“眼前一亮”。

如果说 MARCH 的产品力是给东风日产进军紧凑型两厢车市场的“强心针”,那么 MARCH 的上市则无疑会促成东风日产“梦八队”的产品矩阵。届时,东风日产旗下产品将形成一个令人羡慕的“狼群”。据内部人士透露,MARCH 的上市将作为东风日产两厢车战略的重要组成部分,与新骊威家族共同蚕食 7-12 万元区间的市场份额。这也正是东风日产用出炉火纯青的“双保险”战略:在每个细分市场上,通过两款车型或同款车型的高低搭配,充分占有市场份额,确保企业在该细分市场整体领先。自 2009 年以来,东风日产新天籁+天籁·公爵;新轩逸+TIIDA;奇骏+逍客这些组合已经成就了中国汽车营销的经典之作。而随着 MARCH 上市日期的临近,留给人们的最大的悬念,将是东风日产在紧凑型家轿市场的整体份额上会有何等令人惊喜的表现。

虽然骊威已经连续十几个月夺得紧凑型家轿市场的销量冠军,但东风日产的雄心显然不仅限于此。引入新一代 MARCH 便是东风日产针对该细分市场做出的重大战略选择。正如业界专家所评价,MARCH 的出现将有效缓解骊威孤军作战的压力,把骊威单打独斗的态势扭转为“上打下压”的战略优势,从而形成“双保险”,进一步巩固东风日产在紧凑型家轿市场的领先地位。一旦该目标实现,那么“群狼猛于虎”的效应必然帮助东风日产全车系在各细分市场上形成“大满贯”的局面。

嘉华控股实现快速增长

嘉华控股入围中国汽车经销商前 20 强

本报讯“2009 年度中国汽车经销商 50 强”排行榜在吉隆发布,嘉华控股成为海南地区唯一入围的汽车经销商集团,并且排名第 19 位。

嘉华控股始于 1995 年,1999 年开始参与包括广汽本田、一汽丰田、东风日产、北京现代、广汽丰田等品牌的首批渠道建设,2000 年进入海南市场,经过十多年的发展,嘉华控股在刚刚颁布的 2009 年度中国汽车经销商 50 强中排名第 19 位,同比增长 27%。

作为 2009 年度中国汽车流通行业年度最重要的奖项之一,该排行榜是从全国范围 1.3 万家汽车经销商中,经过多轮调研、考察、评估、筛选,以及政府主管部门和厂家的推荐评测、消费者投票、第三方监控,才能最终评选出全国最具实力和最具代表性入围 50 家经销商,其数据的真实性和权威性都是经得起考验的。

嘉华控股 2008 年度营业收入达 33 亿元,2009 年度营业额收入达到 52 亿元,以此推断,嘉华控股 2010 年营业额很有可能达到 70 亿元左右。嘉华控股的发展之所以如此迅猛,一方面和总的经济形势有关,另外一方面是嘉华控股转变经营理念,从汽车投资转入汽车服务行业,这种转变带来企业的快速发展。

2008 年,嘉华控股开始着手 4S 店的全功能化建设,不断的强化汽车服务的售后服务市场,先后实现了汽车保险、汽车信贷、汽车美容改装、汽车租赁、二手车、等汽车后服务市场业务。同时后服务市场的建设也被嘉华控股作为一个长期的项目来做,力争把全功能店建设做好的同时把汽车的后服务市场也做成一个品牌。

2010 年嘉华控股再次发力,大力进行品牌整合,加强品牌建设。并于 6 月 13 日,正式对外推出汽车服务品牌——“嘉华兄弟”,并同时启动嘉华汽车服务品牌的独特业务——嘉华全岛全能呼叫中心“96777”服务热线。据介绍,在岛内任何地方,任何关于汽车的问题,都可以 24 小时拨打嘉华兄弟“96777”服务热线,享受从售前到售后一站式全岛无差别优质汽车服务。

吴刚:海马骑士 SUV 完全胜任

丝路申遗指定用车

日前,由国际古迹遗址理事会国际保护中心(IICC-X)和中国主流媒体联盟发起的“丝绸之路·复兴之旅”跨国申遗大型活动在西安正式启动,作为此次活动的官方唯一指定用车合作伙伴,海马汽车最新上市的首款中高端 SUV 海马骑士将承担从西安到罗马长达 3 万里的交通重任。



本报综合消息 海马汽车销售公司总经理吴刚表示,丝绸之路是世界文化交流史的里程碑,重走丝绸之路将是一次世界文化大融合和以文物遗址保护为主导的具有划时代意义的活动,作为中国汽车自主品牌主力军,海马汽车以品质与创新为先,立足中国、放眼世界。海马骑士 SUV 能够成为此次盛事的全程指定车辆,并由海马汽车提供全程的专业技术保障支持,重走丝绸之路,助力跨国申遗,这不仅体现了海马汽车的勇气和信心,也让此次文化盛举成为海马骑士的品质见证之旅,而海马骑士也成为自主品牌 SUV 横跨欧亚大陆的首位文化使者。

从长安到罗马,历时 2 个月,将经历荒漠、雪山、峡谷等各种条件恶劣的路段,对于全程担负交通任务的海马骑士车队来说就是一次长达 3 万里的全路况、全天候极限使用考验,这对车辆的品质、性能、适应

力都提出了达至极限的要求。海马骑士 SUV 搭载了海马汽车自主研发的全新 HA-VVT-2.0 升自然吸气发动机,其最大功率和最大扭矩分别达到 110kW/6000rpm 和 180Nm/4500rpm,保证其在万里文化长征中动力充沛。而海马骑士纯正的 SUV 底盘能带来更高通过性,即使是崎岖的山路和茫茫的荒漠,也能驰骋自如。安全方面,海马骑士 SUV 采用 3H 结构高强度钢制车身,并且配备了 ABS+EBD+BAS 系统,为驾驶者提供缜密保障。此外,双开启一键式超大尺寸天窗,让驾驶者在闲暇之余能够细品品味千年来东西商贸留下的文化古迹。

可以说,海马骑士不仅代表了自主 SUV 的最高水准,也是海马汽车坚持技术、品质路线的集大成之作。无论是动力性、越野性、安全性,还是舒适性等,海马骑士均体现了自主 SUV 的新高度。从西安-罗马

数万里的极限考验,也使得海马骑士不仅树立了自主品牌高端 SUV 的爱国形象,还成为自主品牌中“极限品质试驾”的第一车。

在众多的自主品牌车型中,海马骑士 SUV 能够脱颖而出,成为丝路申遗的指定用车,吴刚说,这与一个品牌良好的形象密不可分。骑士代表了勇敢、自由与责任的精神内涵,与丝绸之路开拓者执着、果敢的精神非常契合。重走丝绸之路不仅要弘扬中国传统文化,也要展现中国现代文明的发展,所选择的车辆从品牌精神和品质上都必须符合重走丝路的要求。而作为受到业内高度评价与广泛赞誉的自主中高端 SUV 海马骑士,不仅代表着中国制造的新高度,也代表着海马汽车不辍进取、勇于创新的精神,因此,海马骑士 SUV 完全胜任丝路申遗指定用车,而丝绸之路的万里征途也将成为骑士品质见证的最佳舞台。

汉兰达上市一年以来的

完美表现

本报讯 汉兰达一上市就成为市场追捧的对象。自 2009 年 6 月 20 日全国上市以来,累计销量逼近 7 万辆。并连续 10 个月蝉联大中型 SUV 市场销量、上牌量双冠军。今年,随着产量的上涨,1-5 月,汉兰达累计销量逼近 4 万辆,在大中型 SUV 市场中稳占 50% 以上的市场份额。

在汉兰达上市之前,人们就预见到它的成功,因为在广汽丰田销售纯进口汉兰达的时期,该车就已经是进口 SUV 领域的佼佼者,为汉兰达成就了良好的口碑。汉兰达将品质和性价比高度地融合,更将汉兰达“旋风”引爆,一时间广汽丰田只有尽力赶工,才能满足消费者雪片式的订单,相信第一批汉兰达车主都有排队等车的经历。

上市一年以来,汉兰达的表现堪称完美,不仅在销量上取得成功,而且在消费者的心目中树立了高品质、高度责任的形象,成为国内汽车史上在上市当年获年度车奖项最多

车型。截至 2010 年 2 月 8 日,汉兰达共揽获媒体奖项共 85 项。其中包括:业内最具影响力的“主流媒体汽车联盟中国汽车总评榜”、“强势媒体汽车联盟中国汽车风云榜”、“中国汽车西部总评榜”、《中国汽车画报》“年度车榜 2010”、《汽车族》“中国 2010 年度车型评选”以及 CCTV“2009 年中国年度汽车评选”的年度 SUV 大奖。

成功刷新三大纪录

上市一年来,汉兰达的“完美”表现令人钦佩,可以说它的成功是一个综合体,只有成功的市场切入点、成功的营销战略、高品质的产品以及富有社会责任感的品牌形象相结合才铸就了今日的汉兰达。人们为它总结了三大纪录:汉兰达开辟了总一个新的细分市场蓝海,以“豪华城市型 SUV”填补市场空白,创新“无界限”用车理念;同时,汉兰达成为上市当年获得年度车大奖最多车

型,刷新国内汽车史纪录;2010 年年初,汉兰达还获 C-NCAP 五星,这一“五星”的加入让广汽丰田成为国内首个“五星安全之家”。

汉兰达是一款真正意义上的“豪华城市型 SUV”,兼顾了豪华轿车和传统 SUV 的各自优势,集豪华舒适性 and 多功能、多用途于一体,填补了这一空白市场。作为国内“豪华城市型 SUV”的开创之作,汉兰达无论是在车身尺寸、动力性能、安全装备等方面都要比市场现有的多数城市 SUV 高出至少一个级别,并且在舒适性、豪华感上足以媲美豪华轿车。

在海外,汉兰达也有不俗的成绩,被权威消费者杂志《Consumer Reports》2008 年度汽车可靠性排名最佳中型 SUV;被权威财经杂志《福布斯》评为 2008 全球十大耐用车型;以及美国权威汽车调研公司 Strategic Vision 的三项大奖,2008 十大最佳品质奖、2008 十大最令消费者满意奖及 2008 十大最具价值奖。

性价比开路

家用 SUV 初现普及化趋势

本报综合消息 1-5 月,国内 SUV 产销分别为 47.82 万辆和 47.57 万辆,同比增长 1.5 倍和 1.4 倍,遥遥领先于乘用车其他细分车型。其中,家用 SUV 的爆发式发展尤其引人注目。例如,中兴汽车推出的无限 V7,在同级别车型中唯一采用 CVVT 技术的 SUV,但售价只有 7 万余元,以较高的性价比受到消费者欢迎,销量不断上升。

实际上,走低价路线,一直是汽车工业发展的主要推动力。例如,20 世纪初,一辆汽车在美国的售价大约是 4700 美元,但亨利·福特发明的 T 型车定价只有 850 美元,最后降到 260 美元,瞬间风靡世界,销量总计 1500 万辆,这项销量记录至今无车打破。

当前,国内家用 SUV 的普及也遵循了这一路线。SUV 诞生自 20 世

纪 80 年代的美国,全称 Sports Utility Vehicle,即“运动型多功能车”,集越野、储物、旅行、牵引多种功能为一体,在国内市场一度被视为中产阶级的标志。

但随着汽车消费市场的飞速发展,SUV 的售价已下探到 10 万元以下,因而赢得了更多普通消费者的青睐,逐渐成为与捷达、福美来等传统三厢家轿比肩的家用 SUV。例如,中兴汽车的无限 V7,虽然只售 7 万余元,但 SUV 的性能一应俱全。无限 V7 继承中兴汽车传统优势的底盘技术,采用了真正越野车配置的非承载式车身,匹配“五连杆+螺旋簧+整体桥”式悬挂系统,能够防止车桥横向窜动,有效保障车的高速稳定性和承载能力。此外,1950L 的超大空间、灵活加装第三排座椅等实用性特点,也使无限 V7 成为同级别 SUV 中拥

有最大载物空间的“空间之王”。

更值得一提的是,无限 V7 还是倡导低碳车型的典范,采用了 CVVT、i-EGR、ETC 以及德尔福 MT80 电控技术等国际先进科技,不仅提高了动力输出,而且最大限度地降低了油耗,减少了有害气体的排放,并达到欧 IV 排放标准。

国内家用 SUV 的快速增长,已初现普及之势,从表面看是走性价比路线,但从本质上,还是源于消费者的多元化需求。随着生活水平的提高,消费者选车时不仅考虑车的性能,也更加关注车的多功能性。SUV 将轿车、MPV 和越野车特点融于一体,以大空间、高通过性、视线好的特色把汽车的多样化诉求做到极致,受到消费者的普遍认同。这种认同,才是家用 SUV 日渐普及的原始推动力。

商用车企大举进军 乘用车市场

本报综合消息 据中国汽车工业协会发布的权威统计数据,今年上半年乘用车产销分别完成 668.37 万辆和 672.08 万辆,同比分别增长 51.20% 和 48.20%,其中 SUV 增长超过 1 倍。产销两旺的乘用车市场,引起了商用车企业的高度重视。

7 月 18 日,江铃股份年产 30 万辆整车基地小蓝项目正式启动,为首款 SUV——驭胜的量产铺路,也为进军乘用车市场卯足了后劲。同在这一天,上汽通用五菱正式发布乘用车品牌——宝骏。两件事也许纯属巧合,但商用车企业大举进军乘用车市场看来已成不争的事实。

2010 年 7 月 18 日,随着江西省委书记苏荣一声令下,总规划用地 2000 亩,投资超过 30 亿元人民币的江铃股份小蓝基地 30 万辆整车项目,在江西南昌启动。江铃董事长王锡高表示,新的基地将诞生一个在中国乃至亚太地区都堪称规模一流、水平一流的整车基地,在这里研发、制造出来的具备世界级先进技术水

平和顶尖质量的汽车,将以优异的性能价格比,在未来给江铃带来更广阔的市场和勃勃生机。

记者在采访中了解到,小蓝生产基地包括已建成的冲压 A4 全自动生产线、整车物流库、已批准开建的冲压 A6/C4 全自动生产线、焊装生产线、涂装生产线、总装生产线、物流仓库、FCPA 及产品试验跑道等。

新基地,新平台,江铃进军乘用车市场的雄心壮志显露无疑。作为江铃股份的战略车型,这款基于全新车型平台代号 N350 的驭胜肩负着“首战必胜”的重任,由来自意大利、法国、日本、美国、中国等国家的近 200 位工程师的共同研发也展现了江铃的创意与决心。借助于战略合作伙伴的支持,驭胜采用源自福特技术的 TDCI 发动机,排放标准已经达到欧 IV 标准,具有马力更大、油耗更低和噪音小等优势。

据悉,驭胜将于年内上市,并且将启用江铃全新设计的 LOGO。

口碑载道

品质成就自由舰冠军之路

本报综合消息 搜索 2010 年上半年车市热点事件,“丰田召回事件”和“吉利收购沃尔沃”绝对榜上有名。一个是外资品牌,一个是自主品牌,一个上黑榜,一个上红榜,可谓众说纷纭。当然,归根结底,我们可以看出,品质成就口碑,口碑决胜市场。

“自 2007 年开始,自由舰销量一路攀升,凭借的就是品质,还有大家一传十、十传百的消费者口碑。”吉利全球鹰事业部负责人讲,总销量从 2007 年的 10 万辆,再到 2008 年的 20 万辆,再到 2009 年底总销量突破 40 万辆,一路走来,自由舰在 A0 级市场独占鳌头。据了解,在 2010 年第一季度,自由舰又连续月销万辆,其中,1.3L 排量车型更成为全国厂商车型细分市场中之唯一一款销量将达 50 万辆车型。

以“冠军级”品质驰骋车市的自由舰,优秀有目共睹。在外形设计上,它的三围达到 4152mm*1680mm*1440mm,轴距达到 2434mm,宽大“身材”类同级别的夏利 N5 更显舒适与大方。车身动力搭载吉利自主研发的经典发动机 MR479A,配以 JL148 变速箱,换挡轻便顺畅,发动机运转平顺,油耗更经济。该车的标准配置含四门电动车窗,后视镜电动调节,电子防盗,车内中控锁,ABS+EBD,SRS 双安全气囊

等,在为消费者带来便利的同时有效保障了用户行车安全。

随着国内汽车消费的日趋理性,车辆的配置、安全性能安全性都成为消费者购车的主要考量因素。为此,吉利积极顺应市场需求,推出冠军导航版,增加多项高端配置,如一直在雪铁龙 C5、别克新君威、本田雅阁、丰田凯美瑞、迈腾等 20 万以上高端车型中才出现的 GPS 导航;再如,为满足消费者对于安全的升级需求,为消费者的安全保驾护航,增配 ABS 和 EBD,成为 1.3L 排量同级车中首款加配该安全配置车型。

为配合导航版上市,吉利重拳出击,启动“冠军攻势”,原本售价 4.98 万元的导航版只需 4.48 万元,优惠幅度达 5000 元。对于一款 4 万元区间的 A0 级家轿,如此丰富的配置、亲民的价格,自由舰无疑是在挑战 1.3 升排量车型“性价比”极致。

时间是最好的证明。2010 年是自由舰进入市场第六个年头,自由舰依旧是热销。此次自由舰冠军版的推出,以更为优秀的配置、实惠的价格,加上自由舰长期积累的良好市场口碑,我们有理由相信,自由舰还将续写和创造另一个奇迹。

“关爱到家”贴心服务进行中

华晨之家服务品质新跨越

本报讯 日前,华晨汽车旗下服务品牌华晨之家开展了“关爱到家”大客户走访服务活动。到目前为止,活动已在山西、陕西等十省份成功开展,得到了广大用户的积极响应。

据了解,此次大客户走访活动于 4 月初正式启动。在已成功走访的山西、陕西等部分地区,华晨之家对每位用户都选派 3 名以上优秀服务技师,驾驶着华晨之家专用服务车,携带工具和常用备件,为用户提供车辆免费检测等多项服务项目,而且在上门服务期间,车辆保养给予了免工时费优惠,车辆维修则给予工时费五折优惠。值得一提的是,华晨之家更细心地为一些用户准备了丰富实用的增值保养服务和一些生活必需品。

此次活动中,用户深切感受到了华晨之家的温暖,更深刻理解了华晨之家“关爱到家”的主题意义,华晨之家此次活动赢得了广泛的赞誉。在陕西省亲身体验到这次服务活动所带来的优惠的用户王师傅,脸上始终挂着笑容并一直拉着华晨之家工作人员的手,连连称赞:“我们非常感谢华晨之家这次到我们这里来做活动。我们用户都觉得华晨汽车的产品品质很好,一直都信赖华晨汽车,愿意购买使用。这次华晨之家特别到这边开展这种贴心

服务,不仅让我们可以省去到检修点、服务站的时间,为我们提供的这么多优惠、增值服务也让我们感受到了华晨之家对我们的关怀,希望华晨之家以后可以多多举办这样的活动。”

华晨之家的相关负责人表示,随着汽车产品品质的日益提升与创新,用户对售后服务的要求也越来越高。因此,想要获得更多用户的青睐、首选,就必须要做好售后服务工作。作为国内自主品牌推出的专属服务品牌——华晨之家,率先意识到了售后服务工作的重要性。在成立的三年里,始终以人性化、贴心服务为目标,遵循“懂你,更会关心你”的品牌理念,坚持“更为切实的互动式服务”品牌定位,并以与竞争对手产生差异化的营销模式,成功在竞争激烈的市场中不断开拓出新的道路。此次推出的“关爱到家”服务下乡活动,既是华晨之家对广大用户长期支持的感谢,也是华晨之家针对细分市场做出的应对策略。

该活动已在四川、甘肃、辽宁、吉林等共 10 个省份内同时进行,华晨之家将以贴心、便利的服务,让用户坐在家就能实现车辆的完善保养、感受华晨之家的细心关怀。



进口途观 The Tiguan 德国原装进口

新一代SUV王者 超越都市生活

带一点不羁,闯不一样的路,让您尽享进口途观带来的驾驭体验,搭载 2.0TSI 涡轮增压发动机,170 马力酣畅动力,9.9 秒完成百公里加速,魅力如影相随。独享全景天窗与全时四驱系统,德国领先科技及品质保证,让您极致安全放心行驶于繁华的都市与体验,大自然的魔力。

- 2.0 TSI 涡轮增压直喷发动机
- 4MOTION 全时四轮驱动
- “Off-road”越野驾驶系统
- 智能式双氙气大灯
- 全景电动天窗
- 双区自动空调系统
- 车载移动电话系统
- 智能泊车辅助系统
- 中文导航系统(3D 路况显示)
- (EDL)电子差速器锁



车之道 唯大众

更多精彩敬请登陆 <http://www.hn-vw.com>

大众进口汽车海南华众4S店

地址:海口市南海大道113号

贵宾专线: 6683 5118