

力帆汽车伊拉克工厂 正式启动



本报综合消息 日前,据力帆汽车方面透露:力帆汽车在中东地区又一个汽车合作项目——伊拉克工厂正式启动。

据悉,早在几年前力帆汽车就已经实现了在伊拉克销售。此次与力帆合作的ZAMAZAM SPRING是伊拉克最大的汽车分销公司之一,覆盖超过60%的伊拉克全国市场的总销售额。从2009年底至今,ZAMAZAM SPRING已经销售2000多辆力帆汽车,并为力帆筹备了一条散件组装线。尤其是组装线的建成,成为力帆汽车在伊拉克地区本土化的重要一步,为其在当地的扩张提供了一个良好的契机。

据了解,自2007年进入国际市场以来,力帆汽车先后在澳大利亚、德国、俄罗斯、巴西等50多个国家建立了销售点。截止去年,力帆在海外市场累计销售已达成6万余辆。目前,力帆汽车在越南、埃塞俄比亚、俄罗斯、乌拉圭等多个国家建立了独资或合作的KD组装厂,是自主品牌在海外建厂最多的汽车生产企业。

尊享座驾舒适为先 昊锐人性化感官体验

本报讯 舒适性最能体现一款轿车的豪华感,同时也是给驾乘者的最直接感受。上海大众斯柯达品牌旗舰车型Superb昊锐上市虽然只有一年多,却赢得了消费者的一致好评。在保留了欧系车经典的操控性与安全性的同时,Superb昊锐在舒适性上也毫不逊色于擅长此道的日系车,给消费者带来了尊贵舒适的驾乘享受。

视觉:豪华大气 内蕴不凡

见到Superb昊锐的人,都会为其豪华大气的观外观所折服。Superb昊锐长宽高分别为4838mm/1817mm/1462mm,这一车身尺寸超越很多同级别车型,接近豪华车的标准。而车顶、宽C柱和缓倾式斜背设计,再配以2761mm的轴距,不仅让Superb昊锐在视觉效果上尽显优雅,更提供了宽敞舒适的驾乘空间,尤其是后排空间,几乎所有车主都感叹“大得超乎想象!”

在修长优雅的外表下,Superb昊锐更打造了一个精致质感的座舱环境。根据不同消费者需求,Superb昊锐提供了两款各具特色的风格内饰,玛瑙黑与灰色搭配的内饰风格酷劲十足,而玛瑙黑与象牙白的环舱双色风格则清新脱俗,稳重大方。再加上精心挑选的内饰材质,配以精益求精的制作工艺,及目之处,Superb昊锐均呈现出让人赏心悦目的高品质感。

触觉:用料上乘 质感十足

在与车主们的零距离接触中,Superb昊锐更带来完美的触感。其座椅不仅设计科学合理,提供了很好的身体支撑,更有着精细的触感,大大提升了乘坐舒适性。据展厅销售人员介绍,Superb昊锐的座椅采用了Alcantara麂皮面料,质地柔软、透气性好、防滑耐磨,这种材质以前只在奔驰、奥迪等高档豪华车上应用。

事实上,Superb昊锐整体内饰材质的选择都非常讲究。比如其门内饰板使用了高级织物和人造革面料,并采用世界先进注塑工艺加工,质地柔软有弹性,手感好。而其仪表板的制作运用了最新发泡工艺,材质柔软,更能有效减小撞击可能带来的身体伤害。在日常使用过程中,车主们也能直观感受到,Superb昊锐车内的各类功能按键摸上去都非常舒服有质感。

SUV市场的蓬勃之势,让众多车企为之侧目,各种新品纷至沓来。而近期关于东风日产即将导入MURANO的消息受到了消费者的高度关注。

本报综合消息 日前,记者从消息人士处获悉最新消息,MURANO不仅确定国产,同时其上市时间预计将在下半年。这款曾在北美、欧洲和日本市场取得辉煌业绩的车型,不仅将作为东风日产的旗舰车型销售,同时肩负扩大高端SUV市场份额、提升NISSAN品牌之重任。

扛鼎日产复兴重任 闪亮全球屡获殊荣

诞生于日产复兴计划时期的MURANO,是日产投入28.39亿美元美金倾力打造的颠覆之作。自上市之初,MURANO就在全球备受推崇,在北美一年销量近10万辆。而MURANO在日本本土和欧洲市场同样一路辉煌,目前全球销量已突破百万,是全球少数销量突破百万的高端SUV车型,是日产全球复兴的一大功臣。

MURANO一名源自意大利北部威尼斯附近的一座小岛,13世纪以来,一直是威尼斯玻璃工业的支柱,岛上除了拥有明媚风光,更聚集着来自义大利各地的顶尖玻璃艺术工作者,更以其精致的手工雕刻玻璃制品闻名于世。以MURANO命名,日产显然是期许它能

成为SUV中的精美艺术品。

而事实也是如此,MURANO诞生之后,以突破性的创新精神,开创性的造型设计和领先力量,影响了之后众多世界豪华SUV的设计趋向。

日产精心打造的Murano,不但以优异表现完成全球百万公里遍及全球的测试里程,更在上市后至今获得荣誉奖项不计其数,包括北美年度越野奖、J.D. Power and Associates—最具吸引力的中型SUV、太平洋汽车评鉴(VSS)特殊成就奖、美国高速公路交通安全局(NHTSA)撞击测试五星最高评价等等。Murano开创了轿跑车般的动态与越野强悍坚韧的完美融合,在海外经常与雷克萨斯、宝马等品牌SUV同台竞技,成为全球豪华SUV市场的闪耀明星。

领军东风日产高端战略 提升NISSAN品牌形象

在东风日产的SUV布局中,月销破万的SUV双杰奇骏、逍客已经形成并驾齐驱,稳居中型SUV市场前列。而MURANO的导入,不仅很好地弥补东风日产在中大型SUV市场上的空白,成为抢

领军东风日产高端战略

MURANO

预计下半年上市

占高端豪华SUV市场的悍将,同时也使东风日产形成国内市场汽车厂商最强大的SUV阵容,巩固了东风日产在SUV——这个增长最迅猛市场区隔的领导地位。

目前,东风日产整个产品布局已经形成了“高端领军、中部崛起、小车爆发”的三位一体、全面开花态势。导入更为豪华、高端的MURANO,不仅将进一步优化东风日产的产品布局,增强高端市场竞争力,更将成为东风日产豪华全明星阵容的又一生力军与领头羊。

更为重要的是,MURANO产品本身所彰显的豪华、高端形象,将有效提升和扩大NISSAN品牌的公众认知和认可度,形成强大的品牌竞争力,从而进一步提升东风日产其它产品的市场竞争力。MURANO对于全系车型阵间的内在促进,更将成为东风日产攻城略地的强大驱动力。

作为日产旗下一款定位高端的SUV车型,虽然MURANO的关注度非常高,但是市场预期目前还无法判断。不过,业内人士认为,在豪华SUV阵营中,日系SUV到了打响反击战的时候,MURANO的国产肯定会将对现有SUV市场形成冲击。



长途作业 风骏皮卡 开拓营销新模式

本报综合消息 随着汽车市场理性消费的回归,汽车厂商的单向传播越发难以获得消费者的认同。与之相反,以消费者自身长途作业为内容的测评信息,则越来越获得大众的认可。长途耐力作业是检验整车各部件性能的一种理想方式,但由于大规模、长距离、多区域、跨地形的长途作业,汽车生产厂家大都不乐意为之。但秉承“对用户负责、让用户放心”的生产和服务理念,在满足消费者这项需求后,风骏皮卡精心打造了25000里的耐力长征,在行业内树立了典范。

自3月底起,风骏皮卡队依次穿越了华北平原、黄土高原、河西走廊、巴蜀山地、长江水域、云贵高原,覆盖20多个大中城市,全面经受住了我国复杂三阶地形以及高温、大风、雨雪等恶劣气候的考验,并于5月中旬抵达终点站昆明,展现出风骏皮卡超强的耐用性和多路况、多气候适应性。业内人士表示,2011风骏

皮卡耐力长征开拓了汽车生产和销售企业售前实地作业营销新模式。

除25000里长途耐力作业,风骏皮卡还在沿途中转城市进行了多项特色作业。在兰州和成都,鉴于两地的复杂地形对车辆通过性的需求,风骏皮卡在越野赛道完美穿越沙石路、陡坡、三连弯、双边桥等甲级路障,让消费者见证了风骏皮卡良好的操控性和通过性。在杭州,为展现风骏皮卡超强的拖拽能力,专门进行了一场风骏皮卡拉23吨重卡的作业,尽情展现了风骏皮卡的动力、载重等方面的优势。此外,作为13年皮卡销量冠军,风骏皮卡素被冠以“节油精品”称号,为了让消费者证实此名不虚,在广州至东莞的一半市区、一半高速的综合路况,全程空调的基础上,负重250公斤风骏皮卡创造了百公里4.7升的实测油耗。通过这些特色作业的集中展示,消费者从中获得了车辆作业的实际数据,为自身

用车提供了更全面的依据。

据数据显示,通过2011风骏皮卡耐力长征活动,广大消费者对风骏皮卡长途作业以及各分项作业给予了极大的认同,并集中反映到风骏皮卡的月度销量上。数据显示,在活动进行中的4月到5月,风骏皮卡销量达19210辆,继续稳居“销量王”宝座。市场分析人士指出:面对大众正向传播的不断弱化,以及小众化扩散传播的日益明显,在汽车销售领域,通过不断研究消费者特定环境下的用车需求并产生与之相关的消费热点,将成为未来获取市场的有效途径。

2011风骏皮卡25000里耐力长征活动已经结束,但活动本身为汽车行业在不断满足消费者需求、不断拓宽消费市场方面开辟了一条具有现实可操作性的道路,形成了集产品性能展示、汽车精细化服务、汽车消费拓展于一体的新型市场模式,值得各汽车厂家的深入研究与推广。



满足“小商务”消费需求

普力马2012款抢占小商务市场

本报综合消息 “小商务、大空间”,成了时下商务车型消费的热门关键词,这从侧面也反映出了时下商务车市场需求变化的一个新趋势。

今年,商务车面对车市低迷的压力,仍保持了稳健的发展势头。传统的中高级商务车型,如通用GL8、本田奥德赛等,发展势头依旧强劲。但值得注意的是,业界CDV(基于轿车平台的厢式车)和大型MPV之间,存在这更广阔的小型商务车市场空白,普力马2012款正是瞄准了这一空白,开辟了小型商务车市场的新蓝海,成为一只不可忽视的新生力量。

既是蓝海市场、新生力量,就不免会有疑问。什么是小商务?它适合哪些人群?与传统商务车有哪些不同?市场有多大?……。要回答这一系列的疑问,首先需要弄明白什么是“小商务”。

所谓小商务,是相对于传统高端商务的一种说法。传统高端商务集中在一些大型、成熟企业的高端商务接待和领导日常出行。而普力马2012款面向的小商务,是针对处于自主创业群体、中小型企业中更为实际的商务需求,包括一般性商务接待、员工日常出行甚至是特殊情况下的拉货载物。

“三高”危机 提升“小商务”走热

“高定位、高价位、高排量”国内中高端商务车的“三高”特点,既是优势也是其未来发展中的一个“硬伤”。近几年,随着国内汽车低碳环保的呼声不断高涨,低排量、节能环保车型越来越受到消费者关注,拥有“三高”特点的中高级商务车,也因此迎来了重重市场的考验。

中高级商务车的高定位和高价格,让其消费群体过度集中、市场空间狭窄,制约了其未来品牌的拓展和延展。另外,中高级商务车的油耗高、高排量,已经成为消费者诟病的焦点。相反的,低排量、低价位商务车型逐渐受到消费者关注,并迅速成为市场新宠。这给以普力马2012款车型为代表的商务车

型绝佳的市场机遇。

普力马2012款面向创业期和事业成长初期的自主创业群体、中小型企业,拥有着广阔的市场空间。同时,其低油耗、低排量、低价位的三低特点,更是符合国家对于节能环保倡导,为消费者带来了更加经济的商务车型选择。

新兴消费带来 “小商务”的大市场

近几年,国内经济的快速发展,加入创业大潮的小型商务群体数量迅速增长,与此同时,处于事业成长初期的中小企业仍旧占据着全国企业总数的半壁江山。这一群体汇聚而成的庞大军团对日常通勤接待用车有着巨大的需求,这让小商务车型有了广阔的市场空间。

另外,在经济通胀的压力、以及高油价等因素下,大型企业中高端商务消费有所压缩,部分向更经济的小商务车型分流。这也进一步壮大了“小商务”这一新兴市场。

以普力马2012款为代表的商务车型,抓住机遇,为新兴的小商务用车市场提供高效低成本解决方案。普力马2012款继承了传统中高级商务车大空间的特性,与中高级商务车相比,其小排量、低油耗、大空间的特点,让企业的用车成本更低,经济性更强。

除此之外,商务人群对于商务车型的价格更为敏感,普力马2012款的7座车型,以全面的性能和下探到7万元价格区间出色的性价比,为小商务群体提供了最为高效低成本的用车选择,成为小商务群体事业的最佳助推器。

随着小商务车型的兴盛,小型商务车市场也得到了迅速增长,目前已形成了相当的规模,并出现了层级细分的发展趋势,未来,普力马2012款将逐步加快产品谱系的完善,并在抢占小型商务车市场基础上,不断加强这一领域市场空间外延拓展,以博得更广阔的发展空间,这种跨界发展的新模式,也将为全能型的发展营造更广阔的发展平台。

追求科技领先 引领高端自主 2011款奔腾B70海南上市

本报讯 2011年5月18日,以“创变·未来”为主题的2011款奔腾B70上市发布会在象征前卫与艺术的北京798艺术工厂举行。在充满科技感和未来感的现场氛围中,悬挂中国一汽统一标识并首次搭载中国一汽自主成果——D-Partner驾驶员伙伴系统的2011款奔腾B70终于揭开了神秘的面纱。与此同时,一汽轿车股份有限公司总经理张丕杰郑重发布了立足中国一汽“品牌”和“蓝途”两大战略的奔腾品牌未来规划。全国数百家媒体记者在领略2011款奔腾B70科技魅力的同时,预见了奔腾更加壮美的未来。

2011款奔腾B70 智领型市场指导价格为16.58万元,其他车型在进行全面提升的基础上价格仍然保持不变。

作为一汽奔腾的首款车型,奔腾B70上市5年来,历经改款,每一次改变都是一次提升,每一次改变都以更高的品质和性能表现为用户带来更高的使用价值。此次推出的2011款奔腾B70更在原车型基础上,对外观、内饰、功能和车联网四大方面进行77项提升,新增10项越级功能,为2011款奔腾B70打造全新人性化体验和时尚魅力。

外观的打造上,中国一汽统一标识首次镶嵌在全新进气格栅中央,与进气

格栅交相辉映,彰显大气、时尚。全新“翼状”造型的进气格栅,刚劲有力,堪称中西美学合璧的完美之作,源自空气动力学的设计原理的设计,不仅可以有效降低风阻系数,还可以减少风噪。

内饰的雕琢上,金属感强烈的阳光金色被大量使用,使内饰整体氛围高雅、清新。3D效果的仪表盘动感十足,搭配冰蓝色的背景光,更易识别。改进后的方向盘触感更佳,音响控制、定速巡航按键的设计更改为拨动操作,操纵更简单。此外,中控台、LCD显示屏等方面的升级,改进也别具匠心,2011款奔腾B70品质中透出实用。

2011款奔腾B70更通过10项创新功能,诠释品牌增值本色。雨量感应式雨刷,大幅提升了雨天行车的安全性。大灯自动点亮功能,根据光线环境自动点亮,减少用户的操作程序。2011款奔腾B70还在人性化功能上大幅升级,多达5组座椅与后视镜位置联动功能,考虑到多人用车时不同人的驾驶习惯,更贴心;遥控天窗关闭功能,解除用户忘记锁车时的后顾之忧;大灯延时关闭系统,为用户照亮回家的道路;此外,还特别增加USB接口,可连接更多娱乐设备,增添用户驾车时的乐趣。



SKODA 斯柯达

斯柯达昊锐75年的豪华车历史,搭载1.4T、1.8T、2.0T黄金排量的TSI涡轮增压缸内直喷发动机,配备DSG7速双离合变速器,轴距达到惊人的2761mm,超大的内部空间,尽显陆上公务舱的奢华。典雅造型新感受、尊荣享受新体验、领先科技新突破!造就了,昊锐家庭、公务用车首选两相宜。

海南福德集团斯柯达4S店

海口4S店: 海口南海大道113号

销售热线: 0898-66815835

三亚店地址: 三亚市凤凰路

销售电话: 0898-88688758

百年品牌 科技领先 公务用车、家庭用车首选
—— 售价17.69万起,斯柯达6月团购节期间,购买昊锐
全系车型更可享受0利率或半付半贷优惠政策



斯柯达品牌官方网站 <http://www.skoda.com.cn>

TSI 全系 涡轮增压缸内直喷发动机 匹配全速双离合 燃油直喷进气一体式大灯 变频启动 行车记录仪 ESP 电子稳定系统 HHC 上坡辅助控制 TPMS 胎压监测系统 SOLAR 太阳能天窗 CLIMATRONIC 全时空调系统 AQS 空气质量控制系统 1.4TSI 全系车型 享3000元 国家节能补贴