

长安金牛星征服西藏的完美“驾”衣

本报综合消息 2010 年长安金牛星“青藏高原品质之旅”，克服高寒缺氧，翻越 5200 米最高海拔，零故障完成 5000 公里严酷拉练。黎明越高山，戈壁、雪地纵驰骋，其作为一辆微客所表现出的高可靠品质和高技术性能与其所经历的故事一起感动了无数人。于是，准备到西藏自驾游，家住重庆山区的王先生，在今年的金牛星“智勇大冲关”活动中，买了这辆心仪已久的高级微客，作为这次全家自驾游可靠伙伴。人、车一起感受至美风景魅力，成功经受了严酷自然环境考验。

超大空间与超强承载 衣食住行无忧

“在我心底，西藏是一个神秘而令人向往的美丽天堂。我一直有一个愿望：驾车带着全家到西藏旅游。但是，因为各种条件和因素限制，始终没有选购到一辆能够帮助我完成这个愿望的高性价比车辆。去年偶然在网上看到金牛星青藏品质之旅，之后便开始关注金牛星的点滴动态。今年的‘智勇大冲关’活动我又去参加了试乘试驾，对金牛星各项优势有了深刻认识，A+级超大空间和 3H 底盘等提供的超强承载能力都符合我的要求，于是决定购买这辆车帮助我完成梦想。”在问及为何会买金牛星，王先生的理由简单而充分。

此次旅行，王先生把老婆和儿子都带上了，12 天旅行的换洗衣物、食物、帐篷、医药用品，再加一家三口，塞满了大半个车。“幸好金牛星载货空间大，装这么多东西也不觉得挤。四肢仍然可以自由伸展，第二排座椅可前后调节，累了还可以放倒睡觉。”而金牛星优良减震系统和强大承载底盘有助于平稳驾驶，减少了坑洼和冻土沉降路面带来的不稳定感，带给后排乘坐者更加舒适的感受。“总之，开着金牛星去旅游，只要物资准备充分，衣食住行都不用愁的。”王先生乐道。

强劲动力、操控组合 高山缺氧不惧

青藏高原上的高海拔缺氧和极致盘旋的高山陡坡，对车辆的动力和操控提出了更高要求。当初王先生在选购车辆时也考虑到这一点，但是看到金牛星有青藏品质之旅成功的先例，自己又去现场试驾后，就坚定了购买信心。

“我听说包括 SUV、轿车在内的很多种类的车辆，在青藏高原上都会有缺氧状况。因此，在开车上那根山时我几乎是全力以赴准备。那根山海拔 5200 米，坡度接近 60%，不足一公里路程内，要转过十几道 70°—100°的弯。1.3L 的排量使金牛星上坡有小小的吃力，但加速性很好。”王先生沉浸在自己的回忆中。

“路途中我能明显感觉到当时销售人员给我介绍的长安金牛星麦弗逊前独立悬挂和五连杆后悬架发挥的强大作用，在弯道频繁、路面颠簸的整个路段上，行驶都较为平顺和舒适。再加上轿车级吸入式换挡配合，操控更加灵活，同时也减少了老婆和儿子高原反应的不适感。总之，金牛星强劲动力与灵活操控性的完美结合，使得我的高原缺氧路途也变得轻松安心了。”在问到哪一段路途让他印象最为深刻时，王先生自豪地说着。

今年上半年一直受地震影响表现平淡的日系车，或将在下半年爆发。日前，记者在走访本地车市后了解到，日系车品牌经销商供货在逐渐加大，进入 7 月，日系车可能迎来今年以来现车资源最为充足的月份。伴随着现车资源的充足，车型的优惠幅度也在明显扩大，而车价的逐步下探，也为钟爱日系车的华南车主带来了最佳购车时机。

日系车蓄势待发 一汽丰田决战车市“下半场”

复产促销助销量 日系车现车增多优惠加大

受 3 月份的日本地震影响，由于零部件的供应全面紧缺，导致以丰田、本田和日产为首的日系车企在华整车工厂陷入减产和停产的困局，并最终体现在今年上半年日系车的市场份额同比出现下滑的现象。随着日系厂商产能的逐渐恢复，终端市场日系车供应逐渐增加，日系车也开始在各地市场吹响了全面反攻的号角。

记者了解到，在广州地区，此前一度分文不让的一汽丰田旗下车型的价格优惠也相继回归地震前水平。在一汽丰田某经销商，销售员向记者透露，目前 RAV4 最高可现金优惠 1.2 万元，全系车型及颜色现车充足。而在另外一家销售店，卡罗拉也正在进行优惠促销活动，其中 1.6L 的卡罗拉累计优惠达 1.2 万元，其中包括国家提供的 3000 元节能补贴，以及 4S 店赠送的 950 元交强险，1000 元的油卡。“现在买卡罗拉很划算，5 月份时，一分钱优惠都没有，提车还要等。”一位销售顾问告诉记者。

一汽丰田在价格体系比较坚固的日系品牌，旗下车型的优惠幅度在各大 4S 店一向比较小，也比较统一，日本地震以

来，丰田系的车型供应受到较大影响，一汽丰田的车型一度取消任何现金优惠，现在看来，现车供应开始明显增多，商家对销量的渴求程度也从车价的大幅优惠当中反映出来。同样，广汽本田方面，针对旗下车型的促销力度也在加大，以锋范为例，全系均有 1 万元的现金优惠。广汽丰田某经销商针对凯美瑞优惠高达 3 万元。东风日产天籁荣耀版购车可获得最高 3 万元现金让利，还可额外获赠 5000 元礼包。

下半年看点多 日系车全方位营销夺回市场

除了车型让利促销外，各日系品牌还纷纷展开了各种形式的营销策略，包括东风日产即将于 9 月推出高端 SUV 车型，广汽丰田逸致的各地上市接受预订等，以期夺回今年上半年丢失的市场份额。作为主流车企的一汽丰田，下半年也采取了多方面措施来拉动销售，而体验式营销便是其中的一柄利器。

7 月到 9 月，一汽丰田史上最大规模的面向公众体验活动——“乐驾嘉年华”将在广州、宁波、天津和武汉四大城市轮番登场。目前该活动已于 7 月 5 日在广州首站告捷，今后还将在国内三大



城市陆续开展。活动除展出一汽丰田全系车型外，还有各类试乘试驾和体验活动，囊括了一汽丰田在商品、服务、价值链拓展及公益事业等多方面的努力成果。据了解，此前一汽丰田的体验活动大多为分项活动，像本次“乐驾嘉年华”这种全方位、全领域的大型互动体验活动在一汽丰田尚属首次。

除此之外，还有 6 月—9 月的全新锐志城市赛道日等，涉及华南、华东、华北等 20 个城市，一汽丰田将让更多的消费者体验到旗下车型与服务。一汽丰田汽车销售有限公司副总经理高放表示，下半年一汽丰田会根据市场的变化推出不同活动，采取多方面措施来推动销售。

正是因为有如此多的市场举措，尽管受到地震影响，一汽丰田对 2011 年维持年销售 52 万辆的目标仍有十足的信心和把握。相信随着这些活动的展开，一汽丰田下半年的市场表现将更值得期待。

累计销量已达 55.5 万辆 哈弗创领 SUV 市场风潮

本报综合消息 据乘联会数据统计，哈弗 SUV 以 7.74 万的销量成为今年上半年销量第一的 SUV 品牌，累计销量已达 55.5 万辆。

哈弗 SUV 在其发展历程中，不仅创造了神话般的市场表现，更是以步步为营的创业，对行业发展产生了深远的影响。如果说，中国 SUV 市场是一场正在演出中的歌剧，那无疑哈弗 SUV 居于舞台正中，高声演唱着一曲有 50 万音符的咏叹调。

创立领先市场格局

本世纪初期 SUV 是名副其实的小众市场，而早在 2002 年长城即以从 SUV 切入，凭借可靠的品质和合理的价格扎根这一细分市场。可以说，长城是国内 SUV 市场的开拓者和缔造者，尤其在 10 万元市场区间，哈弗第一个将国际化的 SUV 概念和具备领先品质与科技的产品导入，推动了 SUV 产品在中国的普及化发展。哈弗 SUV 积极开拓海外市场，不仅率先出口国外，还以国际化的标准反哺国内，不断提升产品品质，从而使哈弗获得了消费者深度认可和广泛关注；而且哈弗坚持专业技术的研发，推动柴油技术发展，不断丰富自身产品谱系，为消费者提供了全面的选择。

多年耕耘当中，哈弗 SUV 不仅创造

了年度销量 8 连冠的奇迹，而且使得哈弗所在细分市场，产品丰富、竞争充分、消费者忠诚度提高，这是自主品牌在各细分市场中的亮点，为自主品牌开疆辟土立下汗马功劳。

构建品质竞争秩序

55.5 万累计销量，这是任何一个其他品牌都无法望其项背的高度。究其原因，这与长城脱离早年自主 SUV“低质低价”无序竞争的窠臼，实施“高品质”战略，注重产品品质是分不开的。

消费者的认可，离不开哈弗以品质为本的专业底蕴。四驱系统、伊顿差速锁等科技装置体现出 SUV 的核心价值，这正是以高科技、高性能支撑高品质的有力体现。而胎压监测、定速巡航等高端配置和儿童安全座椅固定装置等人性化细节，更是满足了消费者的切身用车需求。

对品质的坚持，使得哈弗成为市场竞争的引领者。哈弗 H5 通过了被称为全球最严格的“欧盟整车型式认证”，成为国内首款通过该认证的 SUV。此外，哈弗更在欧洲、澳大利亚等国际高端市场中取得优异的碰撞成绩，追平欧洲和日本厂商主流 SUV 车型，创下中国车在此项测试中最好的成绩。

哈弗 SUV 累积构建起了高可靠度、高耐久性、功能丰富稳定为核心的产品特征，在兼顾强大的专业能力的同时，提供达到欧盟要求的高安全，从而形成了独有的哈弗高品质体系。这一“哈弗式”品质体系，已经成为国内外多个企业研究和模仿的范本，也成为衡量哈弗所在市场新品的品质标尺。

开拓前瞻发展视野

从发展历程来看，哈弗 SUV 的前半程无疑是恢弘壮丽的；而面向未来，对行业发展的前瞻洞察，对市场需求的准确把握，是哈弗继续稳步前进必不可少的因素。

坚持品类创新。以哈弗 M2 为例，它在经济型轿车和传统 SUV 之间挖掘出家用 SUV 这一细分市场，并成为该市场的第一代名词，不仅产品线得到延伸，在市场份额和增长率方面亦有不菲的贡献。

引领价值上攻。在原有单一 SUV 的基础上丰富产品序列，包括汽油、柴油、两驱、四驱、手动、自动、1.5—2.4 多排量、全系列车型，在满足各细分市场消费者差异化的用车需求的同时，奠定了全面增长的基础。

CROWN 皇冠“真皮天窗特别版” 鲜亮上市

本报综合消息 随着 80 后在各个领域逐渐上位，越来越多事业有成的年轻人开始关注 CROWN 皇冠，30—35 岁买家的比例迅速攀升。一汽丰田顺应潮流，隆重推出 CROWN 皇冠“真皮天窗特别版”车型，并于 7 月 1 日起正式接受预订。“真皮天窗特别版”对外观和内饰进行了多项革新，整体气质更加时尚动感，彰显驾驶者的成就与活力，价格更加优惠，将成为吸引新兴财富人群的主力车型。

此次推出的特别版车型是在 2.5L Royal 真皮天窗版的基础上，特别加装发光标识等潮流装备，整体气质焕然一新，将皇冠大气、儒雅的传统形象与时尚动感的年轻气质完美结合，体现了进取精神。特别是首次导入的室内皇冠发光标识，点缀在中控台的音响面板上，成为提升质感、渲染氛围的一大亮点。

年轻的新兴财富人群十分喜爱皇冠大气尊贵、动力强劲、舒适静谧等特点，同时也希望皇冠更加动感、时尚，因此对外观和内饰进行了个性化需求。一汽丰田根据调研反馈，选择最能体现年轻、活力、跃动感的代表性装备，对主销车型进行了强化与升级，推出这一更具活力的“真皮天窗特别版”，且价格比基础车型增加了 2400 元，远低于自行改装的成本。此外，一汽丰田还根据客户要求，在

2.5L、3.0L 两个级别上追加“冰钛金属色”，并与“真皮天窗特别版”同步接受预定。今后，皇冠 2.5L、3.0L 的产品系列将变为 6 种颜色，8 款车型。

皇冠品牌天然蕴含敢于尝试新事物、探索新领域的年轻精神，13 代皇冠以“革新”开局，从行政商务轿车典范迈向更加广阔的市场，成为横跨行政、商务、家庭、休闲、旅行等多种功能，豪华舒适与时尚动感兼备的潮流座驾，吸引了更加广泛的客户群体。随着中国财富人群日益年轻化，越来越多事业有成的“80 后”选择皇冠作为成功路上的第一款梦想之车。

全新的客户群体带来新的使用偏好、生活方式和新的汽车文化，皇冠品牌应时而变，针对新兴财富人群推出全新营销策略。今年 3 月，一汽丰田发布了佟大为代言的皇冠广告。在广告片中，佟大为为驾驶皇冠，演绎了商务、生活两段精彩场景，他进取、阳光、富有责任感的形象与皇冠年轻、动感、活力的特质完美结合，给广大观众留下深刻印象。据了解，4 个月来，通过代言广告及购车零利率、置换返现金等一系列市场活动，皇冠的销量和到店试驾的人数同步增长，媒体也给予高度评价，称“皇冠跑出更轻盈的年轻化步伐”。

此次“真皮天窗特别版”鲜亮上市，相信将进一步提升皇冠的商品魅力，成为迅速增长的新兴财富人群彰显成就与梦想的时尚之车、个性之车。

售价 5.98 万—6.68 万 节油品质车新海福星换装上市

本报综合消息 2011 年 7 月 18 日，海马汽车新海福星车型全国上市。此次推出的新海福星搭载全新 1.3L 排量发动机，两款车型售价分别为手动舒适型 5.98 万，手动豪华型 6.68 万。定位于“幸福可靠车”的新海福星，沿袭了海福星的“五福”卖点，将不断的为消费者打造 A 级车入门车型的典范。

“勤俭是福”——节油高效动力。新海福星采用多种先进节油技术综合运用，百公里综合油耗 6.3L，同级别车型最低，全方位减轻消费者的用车成本，适合每一个工薪阶层的用车需求；

“可靠是福”——可靠整车品质。海福星品牌经过十年家轿市场考验，拥有超过 20 万用户信赖，以及海马汽车 20 年专业造车经验的底蕴。与普通自主品牌相比，新海福星不仅具有明显的盒子产品血统优势，更具有强大的品牌口碑与市场积淀。

“顺心是福”——简约造型灵动操控。新海福星进行了全新的外观设计，突破中庸风格。同步吸收国际汽车流行设计元素，使整车造型更符合时代气息，时尚、简约中略带运动气质。同级别车少有运用的前、后独立悬架系统，操控性能全面领先。同时新海福星根据三、四线城市

道路状况，重新调校了悬挂弹簧阻尼力，操控更优越。

“平安是福”——全面安全设计。新海福星采用欧洲车型的车身安全设计技术，3H 高刚性车身结构能够有效抵御来自各方的撞击，特有的四门防撞钢梁设计，在侧面撞击时四门防撞钢梁形成的撞击缓冲区，从而避免乘客遭受冲撞带来的挤压，为驾乘人员提供 360 度全方位安全保障。

“和谐是福”——专业服务保障。作为国内六大知名汽车服务品牌之一，海马汽车专业服务品牌“蓝色扳手”将为每位海福星车主提供一年三次的专业售后服务活动，车辆免费全面检查。全国拥有 350 家服务网点，覆盖面广、服务半径小，全方位保障了车辆售后服务，让车主用的放心。

作为海马汽车的经典车型之一，10 年品质考验，20 万车主信赖，20 年造车经验，新海福星与众多自主品牌产品相比，不仅具有明显的合资产品血统优势，更有强大的品牌口碑与市场积淀。延续了海福星家族一款的优良血统与优秀品质的新海福星，将进一步增强在三、四线城市的竞争力，树立 A 级车入门市场的领军地位。

引领时尚潮流 推动汽车行业快速发展



汽车周刊

“购车指南”专栏

【规格：11.5 x 7cm (每周三刊出)】

主办：海南日报报业集团广告中心 承办：海南如今广告有限公司
地址：海口市龙昆北路33号华银大厦22楼2218室 热线：13976119991
电话：0898-38392860 38392881 传真：0898-38880599 Email: hnrj@1688.com

美国原装进口 震撼登场



福特锐界

震撼价：39.98万

世界十佳发动机

长安福特马自达荣誉出品 (经销商网络及售后服务) www.ford.com.cn
海南福德4S店: 66801132 南海大道115号 | 海南嘉德4S店: 65788066 琼山大道232号 | 德州店: 23881785

贺福特汽车完成车展任务！延续20000元巨惠政策回馈客户！

本月限量车型限时特卖！仅36台！

为让更多客户享受到革命性的低油耗技术，7月将有限量车型以员工成本价体验销售。



高达240匹巅峰动力，低至7.9升综合工况百公里油耗！让您忘掉油耗，尽享马力全开！

福特蒙迪欧-致胜

2011新福特蒙迪欧-致胜 随动转向EcoBoost GTD 直喷涡轮增压引擎+PowerShift 6速双离合变速器

长安福特马自达荣誉出品 (经销商网络及售后服务) www.ford.com.cn
海南福德4S店: 66801132 南海大道115号 | 海南嘉德4S店: 65788066 琼山大道232号 | 德州店: 23881785

贺福特汽车完成车展任务！延续20000元巨惠政策回馈客户！

本月限量车型限时特卖！仅36台！

为让更多客户享受到革命性的低油耗技术，7月将有限量车型以员工成本价体验销售。



福特麦柯斯拥有MPV的超大灵动空间，SUV的超凡驾乘体验。普通家轿般的舒适及安全。是一款多功能运动、商务以及休旅家居的运动型多功能轿车。真正的一车抵三车。

售价：21.98—24.58万元

★ 全国首款轿车“S”级大动力 ★ 福特汽车全系标配五星安全碰撞标准 ★ 福特汽车全系标配四气囊 ★ 福特汽车全系采用福特车身

长安福特马自达荣誉出品 (经销商网络及售后服务) www.ford.com.cn
海南福德4S店: 66801132 南海大道115号 | 海南嘉德4S店: 65788066 琼山大道232号 | 德州店: 23881785

贺福特汽车完成车展任务！延续20000元巨惠政策回馈客户！

本月限量车型限时特卖！仅36台！

为让更多客户享受到革命性的低油耗技术，7月将有限量车型以员工成本价体验销售。



7大节油科技护航，体验测试6.3升综合工况百公里油耗！尽情享受，尽享非凡动力。

★ 全国首款轿车“S”级大动力 ★ 福特汽车全系标配五星安全碰撞标准 ★ 福特汽车全系标配四气囊 ★ 福特汽车全系采用福特车身

长安福特马自达荣誉出品 (经销商网络及售后服务) www.ford.com.cn
海南福德4S店: 66801132 南海大道115号 | 海南嘉德4S店: 65788066 琼山大道232号 | 德州店: 23881785

贺福特汽车完成车展任务！延续20000元巨惠政策回馈客户！

本月限量车型限时特卖！仅36台！

为让更多客户享受到革命性的低油耗技术，7月将有限量车型以员工成本价体验销售。



5月1日节能体验实测油耗，百公里5.7升！安全又节能，客户亲自验证福特汽车革命性的低油耗科技！

★ 全国首款轿车“S”级大动力 ★ 福特汽车全系标配五星安全碰撞标准 ★ 福特汽车全系标配四气囊 ★ 福特汽车全系采用福特车身

长安福特马自达荣誉出品 (经销商网络及售后服务) www.ford.com.cn
海南福德4S店: 66801132 南海大道115号 | 海南嘉德4S店: 65788066 琼山大道232号 | 德州店: 23881785

全新沃尔沃XC60 T4 2.0GTDi

创新驱动不羁人生 全国统一售价：420000元起 原厂附件八折



THE NEW VOLVO XC60 中国版

www.volvocars.com.cn

海南福德汽车集团·沃尔沃汽车海南龙达4S店(南海大道113号) 电话：66825999(海口) 88688758(三亚)

全新沃尔沃S80L T4 2.0GTDi

全国统一售价：¥368000元起 七月购车即享厂家8万元现金补贴



2011年“金铃奖”最佳车型 多国荣誉最佳车型

www.volvocars.com.cn

海南福德汽车集团·沃尔沃汽车海南龙达4S店(南海大道113号) 电话：66825999(海口) 88688758(三亚)

动感沃尔沃S40 畅领快意人生

红七月礼享盛惠 智尚版：219800元 智雅版：239000元



THE NEW VOLVO S40 中国版

www.volvocars.com.cn

海南福德汽车集团·沃尔沃汽车海南龙达4S店(南海大道113号) 电话：66825999(海口) 88688758(三亚)