



荣威 750 1.8T 车型 主打公商务车市场

上海汽车于2月28日正式对外宣布,其冲击主流公商务轿车市场的主打产品——荣威750 1.8T即日上市。该车型旗下共有三款产品,市场价格分别为:荣威750 1.8T 祺雅版23.98万元人民币,商雅版19.28万元人民币,迅雅版18.18万元人民币。

配备高性能中冷涡轮增压Kavachi发动机的荣威750 1.8T,最大功率为118kw,最大扭矩达到215Nm,相当于2.3升V6发动机的动力水平;最高时速可达205公里/小时,0-100公里加速时间仅为9.5秒,在同级轿车中首屈一指。此举迅速将荣威750产品从四款增加到七款,进而全面增强其在公商务车市场的竞争力。

狮跑荣膺“政府采购中高级越野车首选品牌”

为纪念《政府采购法》实施五周年,《政府采购信息报》创刊五周年的“双庆典”活动近日在北京落下帷幕。在此次活动中,东风悦达起亚狮跑以优异的整车性能、出色的节能环保表现以及良好的驾乘舒适性脱颖而出,获得政府机构的青睐,荣膺“2007年度政府采购中高级越野车首选品牌”大奖。

近几年在我国政府采购市场上,最大的订单来自汽车,其中轿车的采购量最大,其次就是越野车。随着国家节能减排方针的确定,和油价上涨等客观因素,一大批城市型SUV推出,它们既具有优于轿车的道路通过性能,又有纯正越野车没有的舒适性,东风悦达起亚狮跑便是其中的佼佼者。

凯美瑞夺1月销量冠军 百公里油耗获公证

日前,据全国乘用车信息联席会统计数据,2008年1月中高级轿车市场依然延续2007年的增长势头,其中表现最为抢眼的仍然是2007年销量总冠军凯美瑞。该车型凭借批发量12653辆的销售业绩,第14次蝉联中高级轿车月销量冠军。

为了让消费者更切实地了解到凯美瑞的性能,2月29日至3月1日,海南嘉翔汽车销售服务有限公司使用一辆广汽丰田2.4L排量/自动挡凯美瑞轿车,在海南省琼崖公证处两名公证员的监管下,以40-60公里时速模拟市区实际用车的车速跑完222.4公里测试路段后,公证处公证结果表明:2.4L排量/自动挡凯美瑞轿车的实际百公里油耗数据为5.41L/百公里!

08车企谁当红 谁将成为车市明星?



据中国汽车工业协会预测,2008年中国汽车产销将首次突破1000万辆,增幅约20%。基于乐观预期,汽车企业公布全年销售目标。从公布数据看,主流车企的产销增幅都在20%以上。面对日益激烈的竞争,德系、日系等合资企业以及自主品牌将用何种利器保证销量提升?围坐1000万辆的大蛋糕,谁更有“题材”?谁将切得更多份额?2008年车市像股市一样充满悬念,谁将成为车市明星,我们多方打探消息,希望对消费者购车有所帮助。

美系 继续走强

代表企业:上海通用

2008年产销目标:上海通用60万辆。2007年成绩单:上海通用年度称冠。

2007年,上海通用汽车总销量达到500,308辆,蝉联年度销量总冠军。

2008年利好。2008年上海通用将有君越混合动力、凯越全新改款等多款车型投放;上海通用营销能力突出将助力产品销售。

2008年利空。别克品牌急需注入新鲜血液。中高端领域林荫大道和君越的销售规模同竞争对手凯美瑞、雅阁等差距明显。

德系 大众有奥运题材

代表企业:一汽大众、上海大众

2008年产销目标:一汽大众60万辆,上海大众59万辆。

2007年成绩单:两个大众均增34%。

一汽大众——2007年全年共销售轿车45.83万辆,同比增长34%。

上海大众——2007年共销售乘用车43.63万辆,增幅达34%。

2008年利好。捷达、桑塔纳销量支柱车型将迎来全新改款;两个大众作为奥运会合作伙伴在营销上也占尽天时地利。

2008年利空。捷达、桑塔纳毕竟卖了十几年了,改款后能否从新车扎堆的车市脱颖而出仍需市场检验。

韩系 重整旗鼓

代表企业:北京现代

2008年产销目标:38万辆。

2007年成绩单:北京现代销量低于预期。

2007年,北京现代销售了23.11万辆,较2006年同比下滑20.3%。

2008年利好。第二工厂的建成产能提升。全新伊兰特HDC以及I30将强化

北京现代在“紧凑车”上的优势。

2008年利空。德、日系车型价格回归,韩系性价比的优势不再突出。

日系 迎合热点

代表企业:一汽丰田、广州丰田、东风日产、广州本田

2008年产销目标:一汽丰田40万辆,广州丰田21万辆,东风日产34万辆,广州本田34万辆。

2007年成绩单:东风日产——2007年的总销量达271,915辆,同比增长达33.6%。

广州本田——2007年广州本田累计产销轿车29.5万辆,同比增长13.5%。

一汽丰田——2007年一汽丰田乘用车销量达281,183辆,同比增长8%。

广州丰田——2007年广州丰田凭凯美瑞一款车型完成了17万辆产销。

2008年利好。燃油经济性一直是日

系车的强项,燃油价格不断高涨为日系车创造了商机。

2008年利空。日系产品雷同,同质化竞争将使日系产品之间相互打压。

自主品牌 加快海外扩张

代表企业:奇瑞汽车

2008年产销目标:48万辆。

2007年成绩单:奇瑞总销量为38.1万辆,位列国内乘用车第四位,自主品牌第一位。

2008年利好。奇瑞将加快海外建厂,海外销售增长将为全年销售目标实现贡献力量;2008年奇瑞将有4款新车上市拉动销售。

2008年利空。合资车型价格趋向合理,自主品牌价格优势被削弱。

2008年北京将迎来奥运年,中国车市也将给用户带来更多惊喜,让我们拭目以待。



第五届海南国际车展

东风日产派送美元红包等你来拿

——逍客和天籁安全切割车将亮相

2008第五届海南国际汽车工业展览会将于2008年3月7日在海口会展中心揭开帷幕,东风日产海南唯一经销商——海南风神汽车销售服务有限公司届时将携天籁、轩逸、颐达、骐达、骓威与骏逸全车系车型重拳出击,超强车型阵容将让海南消费者最近距离感受东风日产带给人们的不断超越的汽车生活。

本届车展上,东风日产乘用车公司将以国际标准的全新铝合金展具,青春靓丽的车模向海南人民奉献一次汽车品牌盛宴。此外,海南风神汽车销售服务有限公司特别为海南消费者献上美元红包,订车时美元红包按照人民币当时的兑换比率进行购车优惠。

此次车展,无论是从参展的展具规模,还是展地面积,东风日产将是全场最耀眼的焦点:占地近600平米,空高近7米,拥有全场最大的LED视频,还有本次车展中唯一的“天籁安全展示切割车”,更有东风日产即将在全国上市的全新一代——逍客。“逍客”的原型Qashqai是日产欧洲设计中心成立以来的第一款作品。这是东风日产第一款欧洲开发、为现代都市人设计的一款融合轿车和SUV功能的全新价值车型。逍客充分体现了日产领先全球的设计理念。“逍客”的原型Qashqai在欧洲上市短短半年就完成了10万辆的全年销售目标,而且创下首次返销日本本土的佳绩。

去3月份车展东风日产展示了厂家的轩逸切割车,很多消费者都是第一次了解到什么是切割车,了解到汽车车体构造,而今年3月份展示的天籁安全车,也会让大家耳目一新,天籁安全切割车是此次车展上唯一亮相的切割展示车,车迷们可以通过天籁的切割车,直观地了解天籁全方位的三重安全:信息安全、操控安全和冲击安全等日产特有的安全屏障(Safety Shield)理念,切割车可以让观众由车体内部直接参观,零距离接触日产特有的ZONE BODY区域组合车身结构,车身后后的缓冲区域与中部安全保护区清晰地呈现在观众眼前;高刚性和轻量化的区域撞击缓冲构造和安全舱的组合设计,确保撞击能量的快速分散与吸收,避免了撞击影响车厢,达到了全面保护车内成员的安全。

一次了解到什么是切割车,了解到汽车车体构造,而今年3月份展示的天籁安全车,也会让大家耳目一新,天籁安全切割车是此次车展上唯一亮相的切割展示车,车迷们可以通过天籁的切割车,直观地了解天籁全方位的三重安全:信息安全、操控安全和冲击安全等日产特有的安全屏障(Safety Shield)理念,切割车可以让观众由车体内部直接参观,零距离接触日产特有的ZONE BODY区域组合车身结构,车身后后的缓冲区域与中部安全保护区清晰地呈现在观众眼前;高刚性和轻量化的区域撞击缓冲构造和安全舱的组合设计,确保撞击能量的快速分散与吸收,避免了撞击影响车厢,达到了全面保护车内成员的安全。

中国客车领导品牌 宇通客车 超值回报

19-23座 商务用款大中巴客车

客户服务热线(24小时电话、手机均可拨打): 400-659-6666



CHEVROLET 雪佛兰

—— 未来 为我而来 ——



浪漫

用一段旅程,让浪漫的日子更加浪漫

雪佛兰乐风 给你非同寻常的情人节

每个情人节都是大同小异?你们的浪漫总是一成不变?东京的玫瑰是否更加鲜艳?新加坡的烛光晚餐是否更能让她心动?2月14日-3月14日,购买雪佛兰乐风即获赠浪漫情侣游,用超越以往的浪漫方式,让这个情人节非同寻常!现在,就用这段旅程,让浪漫的日子更加浪漫吧!

乐风首付1.98万元起!

ctrip.com 携程旅行网

LOVA乐风 出乎乐观·出乎想象