

【名车风采】

据北美权威汽车杂志《Autoweek》报道,受到汽油价格攀升与经济疲弱影响,美国车市4月份一片惨淡,美国三大汽车巨头四月份总销售也较上年同期锐减,其跌幅从12%至23%不等,但丰田汽车公司4月份销售却逆势增长3.4%。而且,凭借其在北美、亚太等主要汽车市场的稳步增长,丰田进入2008年以来一直占据着全球销量第一的宝座。

CAMRY十度称雄

美国轿车市场



多年来,丰田不断取得辉煌的成绩,为全球消费者奉上既叫好又叫座的畅销车型,如CAMRY凯美瑞、YARIS雅力士、HIGHLAND 汉兰达、COROLLA 卡罗拉等等。其中CAMRY的表现最有代表性。2007年,CAMRY再一次战胜老对手本田第八代雅阁并夺得美国轿车年度销售冠军。过去11年中,CAMRY已经10次夺得美国轿车年度销量冠军,在美国的销售累计销量已接近800万辆,是美国轿车市场上当之无愧的王者。

王者之路:26年的持续改善

要探究CAMRY在美国的成功,就有必要回顾一下这个品牌从创始、发展到

成功的整个过程中,是如何一步一步走过来的。

1983年,第一代丰田CAMRY推向市场。凭借其过硬的质量,良好的性能,出色的舒适性和极佳的可靠性,CAMRY很快就成为美国轿车市场的畅销车型。并连续几年被美国《Consumer's Digest》杂志评为“性价比最佳的轿车”。

在总结第一代CAMRY的经验基础上,丰田在1987年推出了第二代CAMRY。第二代CAMRY比第一代拥有更好的动力和更佳舒适性,并且外观更具高档感,因此市场表现节节攀升,于1989年成为美国第五畅销轿车。到了1992年,第三代CAMRY驕然登场,并因为尺寸

的增加和豪华度的提升而正式晋升至中级轿车行列。

秉承着丰田“精益求精”的制造精神,第四代CAMRY于1997年全新跃然而出。凭着执着的品质追求与创新,第四代CAMRY首次登上了年度“美国最畅销轿车”的冠军宝座,并连续四年保持全美最畅销轿车的荣誉。第五代CAMRY继续创新,夺得了美国轿车年销量的第二个4连冠,并获得了包括“消费者最佳选择”、“美国最好的轿车”、“年度轿车”在内的多项重要荣誉。

成功要诀:为客户创造价值

作为丰田最成功的车型,CAMRY

的成功毫无疑问深深融入了“丰田制造”的精神。在“丰田制造”中,产品的竞争力是围绕消费者价值定义的;产品功能提供的是使用价值,产品设计提供的是心理价值,而产品品牌则提供了企业形象本身。可以说,CAMRY的成功本质上是丰田通过其产品和服务最大程度地为消费者提供了全方位的价值。

为了更好地把握消费者对汽车需求的偏好,丰田在CAMRY每一次换代之前均对轿车市场消费情况进行详细的调查与了解。根据调查的结论,丰田针对性地从外观、配置、性能等多个方面对CAMRY进行开发。

丰正华丰田举办
卡罗拉天窗特别版上市说明会

5月31日上午,丰正华丰田邀请新老客户举办了一场别开生面的卡罗拉特别版上市说明会,在布置别具一格的展厅内,150多名嘉宾一边品尝精美的茶点,一边了解卡罗拉天窗特别版各项性能,并踊跃参加现场有奖问答,现场气氛热烈且融洽。

在本次活动中,销售部李部长首先代表公司对在场嘉宾致谢,并介绍卡罗拉上市一周年来,在海南市场的反响巨大,以及丰正华丰田已拥有近900位卡罗拉的车主。在上市一周年之际,特别推出这款天

窗特别版,相信一样会得到众多消费者的青睐。

本次活动特别由资深销售顾问详细解说天窗特别版的特色、性能等等。在现场环节中,参加活动的客户都踊跃对在场的资深专家进行提问,现场气氛十分热烈。特别是在针对卡罗拉天窗特别版车型进行的有奖竞赛环节,客户的争相踊跃答题令人叫绝。

本次活动中,嘉宾不仅品尝美食,还可交友互动,客户对活动好评如潮。

试驾新大切诺基

现在的SUV多为一辆城市所用的多用途车,在中国可能更多大众会说这类型的车子是“吉普”车,但要知道真正的“吉普”就是“JEEP”音译的,因此JEEP旗下的大切诺基才有这个资本大声说:我就是“吉普”!

第二代大切与一代很相近

第二代大切诺基,外形与第一代非常相近,不过更圆润肥硕一点。与第二代大切诺基相比,新车型明显缩小了侧窗的尺寸,新大切诺基宽阔健硕、向外伸展的轮眉与上一代产品相比基本没有改变。

新大切诺基的车尾更像是出自一款地道的欧洲SUV,结实紧凑简洁的尾部没有半点过度夸张的成分。风格的转变使大切诺基变得不再像它的父辈们那样过于强调越野性能,为了方便家庭使用,新大切诺基的后挡风玻璃可以单独打开,以便帮助车主在车外取放后备箱内的物品。这样的设计对于那些经常出入超市的女性用户似乎很有吸引力。

内饰装备电子化更加丰富

这辆大切的内饰采用灰色调的双色。前排皮质座椅与身体接触部分为透气孔面料,音响主机由Infinity的改为Boston Acoustics的,无论音质和感染力等效果都得到很大改善,碟舱设置在手套箱的内



比亚迪 F3R 官方优惠万元

6月涌来迎新降价潮

据记者了解,6月车市将迎来今年第二个新车潮,有包括F3R自动挡在内的十多款车型上市。随着大量新车集中上市,消费者的选择将越来越多,车市竞争也随之激烈。从相关数据及厂商反应来看,近两月车市状况并不理想。因此,有业内专家预测6月车市价格会持续下降。

为后续车型上市铺路

比亚迪旗下车型的价格一直在市场上起标杆作用。年初,一直以高性价比著称的F3发动好运攻势,进行了不同程度的优惠。其中,1.8L旗舰型F3更是进行了幅度高达1万元的降价,为后来上市的F6让出了较大的定价空间。接着上市的F6直接以8.98—15.98万元的颠覆性价格,入侵中高级车市,赢得了开门红。根据比亚迪2008年的新车上市计划,F3R自动挡是紧接着F6上市的又一款

优惠后的价格表如下:			
全国统一零售价(元)	原价格(元)	现执行价格(元)	优惠幅度(元)
F3R活力型(手动挡)	73800	66800	7000
F3R时尚型(手动挡)	82800	72800	10000

日前,比亚迪汽车宣布其旗下时尚两厢A级产品F3R手动挡的官方价格从6月2日起最高优惠10000元。

比亚迪对此还表示,专事生产F3及F3R的比亚迪西安工厂第二条涂装生产线完工,F3R的产能将得到扩大;另外,F3R产品已进入成熟发力期。此举标志着F3R开始在该细分市场发力,而厂家希望通过价格来获取更大的市场份额。业内人士分析,除了厂家宣称的原因外,此番F3R降价还有更深层次的原因,一是迫于市场竞争的压力;二是为即将上市的新车F3R自动挡让路,留出定价空间。

比亚迪选择在F3R自动挡即将上市之时宣布手动挡降价的意图也就很明显了,除了是针对当前市场形势作调整之外,主要还是为自动挡的上市让出定价空间,进一步提升F3R的性价比。比亚迪也有望凭借着“新车+降价”的战略为F3R争夺更大的市场份额。

环保,不只为今天

为了地球,也是为明天而考虑。从1970年代开始,我们彻底研究发动机的结构和尾气排放系统,率先达到国际领先排放标准,使更多的人享受自由出行的快乐。CIVIC(思域)不断进化排放尾气的先进技术,让驾乘更加随心所欲。



先进近人
思域
CIVIC

安全 环保 节能 驾趣
360°承诺

HONDA
The Power of Dreams

健康「友·车」生活

东风Honda喜迎五周年,热情感恩大回馈, CIVIC(思域)送缤纷好礼,自然健康一路同行!

有车,更有相知好友,健康生活才能完美尽现。将您所爱的车与好友分享,驾车同行,更是人生乐事。

6月1日至30日,CIVIC(思域)车主到店即可获得免费车辆检测。邀友到店购买CIVIC(思域),更可获赠超值惊喜。

活动期间,到店试驾即可获赠缤纷健康好礼。购买CIVIC(思域),即送价值2580元的时尚折叠运动自行车,限量热抢,先到先得。详情敬请垂询当地东风Honda特约销售服务店。

此活动最终解释权归东风本田汽车有限公司所有。



东风Honda CIVIC(思域)即日起开展“健康友·车生活”五周年回馈活动,到店、试驾、购车均有好礼相送,最高优惠高达12000元现金!

