

技术过时价格偏高 朗逸上市 遭消费者质疑

朗逸上市前，上海大众宣布，朗逸已获得3万个有效订单，但从目前消费者的反应来看，形势不容乐观。6月25日，朗逸的价格刚刚公布，就招来消费者一片质疑声。上汽大众称：朗逸是上海大众结合中德优势技术精心打造的一款车型，但记者调查发现，恰恰是朗逸略显过时的技术配置引来了消费者的不满。

本报综合消息 发动机是消费者质疑的重点，朗逸提供了1.6升和2.0升两款发动机，1.6升发动机也用在上海大众的polo车上，采用四缸、16气门设计，最大功率77千瓦，动力参数与凯越、伊兰特悦动等同排量车型不相上下；2.0升发动机据说曾用在老款帕萨特身上，采用了四缸、每缸两气门设计，缸体材料为铸铁，最大功率为88千瓦，技术含量与动力参数均低于同排量竞争车型。

“四气门设计是当今发动机的主流技术，气门越多，燃烧效率越好，从而增大功率，降低油耗和排放。”清华大学一位汽车专家说，“铝合金发动机具备强度高、质量轻、性能好等优点，但并不是所有A级车都采用这种发动机。”这位专家说。记者了解到，不少豪华车品牌采用了全铝发动机，伊兰特悦动、福特福克斯等少数A级车也采用了铝合金缸体，标致307推出的两款车型，有一款采用了铝合金缸体。

平台设计的，目前一汽大众速腾、上汽大众斯柯达明锐都在大众PQ35平台上设计。PQ34与PQ35平台有什么区别呢？一位专家告诉记者，PQ35是PQ34的新一代，一般来说，平台越新，技术含量越高。“朗逸采用的PQ34平台是上个世纪的古董了，何来先进？”一位网友调侃地说。

让步而非进步 揭秘朗逸背后的隐藏交易



PQ34平台，以本土研发的名义打造朗逸，同时获得了自主研发能力的提升。“交换”到朗逸让上海大众终于有了一款能够继续提升销量和占有率的A级车，对于大众集团，朗逸的本土化可以用很少的成本带来占有率的扩张。但PQ34平台在一汽大众有着多代产品的延续性优势，“朗逸是新宝来（Model X）开发过程中的一个分支，由于技术上没有同档次平台车型的延续性，朗逸后继无车”，大众中国一位负责技术的知情人士表示。

朗逸上市前，上海大众宣布，朗逸已获得3万个有效订单，但从目前消费者的反应来看，形势不容乐观。6月25日，朗逸的价格刚刚公布，就招来消费者一片质疑声。上汽大众称：朗逸是上海大众结合中德优势技术精心打造的一款车型，但记者调查发现，恰恰是朗逸略显过时的技术配置引来了消费者的不满。

朗逸上市前，上海大众宣布，朗逸已获得3万个有效订单，但从目前消费者的反应来看，形势不容乐观。6月25日，朗逸的价格刚刚公布，就招来消费者一片质疑声。上汽大众称：朗逸是上海大众结合中德优势技术精心打造的一款车型，但记者调查发现，恰恰是朗逸略显过时的技术配置引来了消费者的不满。



朗逸上市前，上海大众宣布，朗逸已获得3万个有效订单，但从目前消费者的反应来看，形势不容乐观。6月25日，朗逸的价格刚刚公布，就招来消费者一片质疑声。上汽大众称：朗逸是上海大众结合中德优势技术精心打造的一款车型，但记者调查发现，恰恰是朗逸略显过时的技术配置引来了消费者的不满。

丰正华丰田 带您去吊罗山自驾游

炎炎夏日，城市里的喧嚣和工作的繁忙统统抛在脑后，有时为何不尝试开着自己的爱车，在丰正华丰田的带领下，小伙伴们相约驱车前往既适宜避暑，也适宜于避暑，更适宜于森林探险的吊罗山国家森林公园呢？据悉，丰正华丰田将于近期举行“吊罗山自驾游”活动，海口店活动时间为7月12日—13日，三亚店活动时间为7月19日—20日。丰正华丰田的工作人员告诉记者，本次自驾游活动是丰正华首次开展的不限车型、不限品牌的自驾游活动，凡有车一族，希望在驾车的乐趣中结伴前往目标地点的客户，只须缴纳自驾游活动的相关费用，均可报名参加。

“哈飞路宝节油 π 全国节油联赛” 我省选手获华南区半决赛第三名

本报海口7月8日讯 今天上午，哈飞汽车海南佳致专营店举行庆功大会，获得“哈飞路宝节油 π 全国节油联赛”华南区佛山市半决赛第三名的我省选手王禄勇在会上表示：“通过这次比赛，我对9-10月份的北京站比赛充满了信心，也对路宝车的节油性有了更加深厚的了解，希望北京站比赛能给我带来好运。”据了解，今年4月份，王禄勇在海南参加第一次入围赛时，是第一次开哈飞路宝这款车，当时的成绩是3048L，这个成绩在当时全国的入围选手中是排在第200名的。而在7月5日华南区佛山市的半决赛中，以百公里油耗23L的成绩，一举荣获第三名。在以后的时间里，王禄勇将代表海南参加北京站的比赛，我们预祝他能获得更好的成绩。

比亚迪 F3 第 20 万辆新车下线

本报综合消息 在中高级家轿或10万以下轿车领域，适中的价格和过硬的品质是产品成功的两大主要原因，比亚迪F3无疑依靠这两点在中级轿车领域刮起了越来越强劲的旋风。在伊兰特悦动、新凯越推出改款新车试图扩大市场占有率的同时，比亚迪F3第20万辆新车也于近日在西安顺利下线，中级家轿市场进入了一个新的竞争时代。

从被局到搅局再到定局 F3成长为家轿青壮年

以A级车的水准、8万元的价格震撼入市，F3为中国家轿消费市场打开了新的局面，从零开始到突破5万辆、10万辆，F3仍然只是一个搅局者；07年初以来，F3连续稳坐月销量冠军宝座，08年5月3日销量达到9361辆，首登自主品牌三厢车销量冠军。F3R自动挡6月16日上市后，F3车系不仅取得了市场大丰收，全系车型也已进入成熟期和发力期。稳定高效省油的三菱技术的4G15、4G18发动机，加上齐全的配置、先进的制造工艺和大气靓丽的外观，比亚迪F3已经成为中国消费者的居家首选轿车。有业内人士指出，F3成长为中级轿车市场的新势力并非偶然，也并非完全是中国汽车消费市场井喷的结果，而是国内汽车市场理性消费时代来临的象征，产品本身是F3成功的关键。



比亚迪F3第20万辆新车下线，标志着比亚迪在中级轿车市场的领先地位。F3以其高性价比和可靠的质量赢得了广大消费者的青睐。比亚迪表示，将继续加大研发投入，推出更多优质车型，满足市场需求。

新能源汽车上市将加速 F3有望成为首选平台

随着油价、原材料价格的疯狂上涨，以及环境保护压力越来越大，中国汽车消费在增长的同时也受到了各方制约。虽然主打2.4L以下排量车型的比亚迪，并未受到太大的影响，

瑞风有望成为 08 年 MPV 销量冠军

本报综合消息 全国乘用车销量统计数据显示，截至5月底，江淮瑞风以16800台的销量在MPV市场独领风骚。以这样的趋势发展，江淮瑞风有望在年中夺取MPV销量冠军，继续领跑MPV市场。进入2008年，在强劲发展势头和巨大成长空间的双重因素推动下，国内MPV市场仍处于整体上升趋势。国产汽车迈入高速发展轨道的同时越来越多进口汽车也加快进入，使得车市呈现出机遇与挑战并存、国产与进口平分秋色的大格局。今年前5月的统计资料显示，江淮瑞风以16800台占据着MPV市场的头把交椅，其后的是上海通用GL8和奥德赛。而另一知名民族品牌——东风风行，却遗憾跌出前三序列。

定位于商务用车的MPV车型，其高端市场已被最早进入的通用GL8、奥德赛占据多年，其他品牌很难再对这一细分市场进行割据，因此，中端市场便成为众多商家的主要着眼点。尤其是近年MPV开始受到家庭用户的关注，更为中端市场拓展了用户空间，这也是奠定江淮瑞风霸主地位的重要市场环境因素。从销量表现分析，东风风行、阁瑞斯均有一定增长，但不管是在产品空间、内饰，

国内第一条大型客车车桥电液线成功建成投产 中国大型客车制造业的涂装工艺达到国际一流水平 厦门金龙旅行车有限公司 海口市场部: 13907571596 68661152 新址地址: 海口市南海大道135号(第一汽车城) 电话: 36105873 www.xmjl.com

refine瑞风 开启高端MPV新动力时代 瑞风祥和 澎湃上市 瑞风·祥和 2.0T 四大亮点: 大功率、低排放、低油耗、国内首款。瑞风彩色之旅24C8R 瑞风穿梭2.8L柴油

宇通客车 节油典范 采用发动机热管理系统 有效降低油耗5%-10% ZK6799H 座位数: 29+1 ZK6107H 座位数: 45+1+1 ZK6108H 座位数: 45+1+1 ZK6117H 座位数: 63+1+1 400-659-6666