



上汽通用五菱销售旺季
不忘搭建爱心网络

本报综合消息 前8个月持续走高的销量,与年初各方面对国内车市的悲观预测形成了鲜明对比,也让车企和经销商对今年的“金九银十”更加期待。就在众多车企忙于新车上市之际,上汽通用五菱和河北通菱联合援建的西柏坡博爱卫生院门诊部于9月18日建成,这也是上汽通用五菱第二次和经销商联合参与博爱行动。

根据中国汽车工业协会公布的数据显示,8月国内汽车销量为113.85万辆,同比增长81.68%。在传统的“金九银十”到来之际,仅计划在9月上市的新车就有10余款,东风本田思铂睿、东风雪铁龙爱丽舍2010款等车型都将于近期扎堆上市。今年的“金九银十”又搭上了建国60周年的“顺风车”,不少车企也借势大做文章,江淮和悦、荣威、东风日产等品牌都开展了相关主题的促销活动。

与大多数忙于“淘金”的车企相比,在“金九银十”仍能坚持推进公益活动进程的上汽通用五菱就显得与众不同。“西柏坡是新中国的摇篮,老区人民为新中国的成立做出了巨大贡献。在这个特殊时刻,我们理应给他们送去更多的关爱。”上汽通用五菱汽车股份有限公司副总经理袁智军表示。

新奥迪 Q7震撼上市

9月18日,一汽-大众奥迪销售事业部南部区宣布新奥迪Q7正式上市,在原有3.6FSI、4.2FSI两款汽油直喷发动机基础上,首次将全球领先的3.0TDI涡轮增压柴油直喷发动机引入中国,使新奥迪Q7形成了包括3种排量7款车型的强大产品阵容,价格区间为81.5至165万元。

标准,为消费者带来更具品质的尊贵体验。极富科技感的LED前后车灯以及对细节的精细雕琢将使新奥迪Q7继续引领高档SUV动感设计趋势。

国内上市的新奥迪Q7首次使用奥迪全球领先的TDI涡轮增压柴油直喷发动机。这款3.0升TDI发动机以强劲的动力输出和超低燃油消耗将新奥迪Q7打造为国内动力最强、油耗最低的顶级豪华柴油SUV。新奥迪Q7 3.0TDI使用奥迪最新一代TDI技术:VTG可变截面涡轮增压技术和带压电陶瓷喷嘴的燃油共轨直喷技术完美结合,明显提升TDI发动机的性能表现。当发动机运行在4000至4400转/分时可输出176千瓦(240马力)最大功率,最高车速可达216公里/小时。新奥迪Q7 3.0TDI将柴油发动机强大扭矩特点发挥的淋漓尽致,当驾驶者启动发动机后便能立即感受到强大的扭矩输出,在1000至1500转/分内扭矩迅速攀升至500牛/米,并在2000至2250转/分输出550牛/米的惊人扭矩。这种低转速大扭矩的特点使新奥迪Q7充满驾驶乐趣,同时燃油消耗更低。新奥迪Q7 3.0TDI由静止加速到100公里/小时仅需8.5秒,并以同级别车型最低的9.1升/百公里综合油耗成功问鼎国内最高效的顶级SUV车型。

此外,奥迪品牌对新奥迪Q7搭载的两款汽油发动机进行了全新设计,在保持原有功率和扭矩输出不变的同时燃油消耗更低。3.6FSI、4.2FSI油耗分别降低5%和7%,百公里综合油耗分别达到12.1升和12.7升。新奥迪Q7不仅配备了全球领先的FSI、TDI高效发动机,多项领先科技的完美融合更使新奥迪Q7表现出卓越的公路驾驶和越野性能。

新轩逸 催热家轿精品时代

本报讯 挺进!继续逼近万辆大关!在8月这个“淡季不淡”的中国车市上,东风日产传来新轩逸销量再次近万的好消息。据乘联会统计数据显示,8月,新轩逸以9347辆的销量,遥遥领先同级别其他车型,与卡罗拉呈双雄鼎立格局。另外,相对于同级竞车的降价销售,新轩逸仍保持供不应求的热销状态。在如火如荼的热销背后,新轩逸更以“全尺寸旗舰家轿”的价值标准和“款待家人”的情感主张,催热了中国家轿精品时代,并成为当之无愧的领导者。

“亲情牌”棋高一招 新轩逸逐鹿中级车市

随着车市竞争激烈,车的品牌个性往往在产品价值之外更能打动消费者。比如新宝来的广告口号是“向上人生路”,凯越的广告口号是“全情全力,志在进取”,说的都是目标消费者的人生价值观、生活观,都有着鲜明的感情基调和个性诉求。而新轩逸,鲜明提出“款待家人”的品牌主张,目标直指家轿市场,打出漂亮的“亲情牌”,成为竞逐中级车市的独特优势所在。

业内人士认为,新轩逸与卡罗拉、思域等中级车竞争对手相比,精准而鲜明的品牌主张成为它的独特优势,而新轩逸大打“亲情牌”,主攻家轿市场的创新之举,也将在情感营销方面为业界树立一个全新的标杆和典范。

此次新轩逸华丽变身,无论产品性能还是品牌主张都有了全新升级和改变,借助东风日产强大的综合实力和09年品牌战略的推动,新轩逸已经实现了销量上的新突破,对中级车市场带来全新变局。

新轩逸演绎“全尺寸旗舰家轿”

新轩逸对目前家轿市场格外关注的外观、空间、动力、油耗四方面进行了升级和完善,关注全车身二十余处细节,充分体现了“大气之极”、“宽适之极”、“顺畅之极”和“节能之极”四大极致标准,全面树立起“全尺寸旗舰家轿”的产品形象。

除了以上“四级”标准,新轩逸在安全配置上也毫不马虎。六安全气囊、ABS+EBD+BA三合一制动系统等,架起坚实的“安全屏障”,为全家营造安心无忧的安心驾乘。另外,新轩逸新增的钛合金和晶钻蓝两种绚烂色彩、1.6L手动挡车型,在节能减排的大环境下,为消费者提供了更多样化、更合适的选择。业内人士普遍认为,新轩逸在产品性能各方面,已经具备了同级车无可比拟的优势。

突破科技以追求高动力与低油耗的和谐;突破局限以享受精巧车身蕴含的宽适空间;突破束缚以兼得优美造型与实用功能;真正传达了新轩逸致力于打造的家庭驾车“四级标准”理念,以“大气”“宽适”“顺畅”“节能”四大极致价值,全面满足消费者对家庭轿车的主流需求,真正把家人当作自己最重要的客户。新轩逸正是以这样的卓越表现吸引并折服了众多理性的消费者,成为他们驶向未来的优雅座驾。



福瑞迪荣膺“最具时尚魅力私家车”

本报讯 日前,“2009中国私家车评选”结果隆重揭晓。东风悦达起亚 Forte 福瑞迪力凭时尚的外观、丰富的科技配置,力压群雄,荣膺“最具时尚魅力私家车”桂冠。

本次活动由《车世界汽车产经报道》联合易车网、新浪汽车、车时代等多家媒体联合举办。评选本着公正、权威、科学的基本准则,经过业内知名专家结合广大车主和潜在消费者的意见,综合考虑性价比、外观设计、家用适用度等各要素,最终评选出受到专家和消费者共同肯定和好评的主流私家车。东风悦达起亚 Forte 福瑞迪能在众多知名车型中脱颖而出,获评“最具时尚魅力私家车”,充分证明了其强劲的实力。

据悉,Forte 福瑞迪由全球三大设计师之一彼得希瑞尔主创,这位曾经设计过奥迪TT、新甲壳虫的汽车艺术大师将Forte 福瑞迪打造得颇具时尚魅力,被许多媒体称之为韩系车的颠覆之作。Forte 福瑞迪整车流淌着欧系风格的简约、流畅,一体式晶钻大灯、虎啸式前中网以及引擎盖略显攻击感的分割,

金九银十发力 小SUV“迎春”

本报综合消息 踏入九月份,汽车市场迎来“金九银十”的销售旺季,再加上上半年汽车市场的火爆,销售数字连创新高,无论是厂商还是经销商对前景都充满信心。就在此时,国内SUV领域霸主——长城汽车近日宣布,即将于9月中推出其迷你SUV车型——长城迷你。这款融合了小车经济时尚与SUV狂野奔放于一体的车型的上市,无疑是长城汽车的一次战略举措。

汽车业内人士分析,与国外超过30%的占有率相比,我国不足7%的SUV市场显然大有潜力,其刚性需求释放才刚开始。同时,据中国汽车工业协会的统计,2009年上半年,微型车销量高达93.55万辆,同比增长54.46%,远高于同期乘用车销量25.62%的增长率。

就在此时,长城汽车抓住时机,将兼备小车和SUV特性的长城迷你SUV推上前台,这不仅仅是出于市场销量的考虑,这更是长城瞄准市场机会、精准定位,在需求峰值切入空白领域的战略布局。

长城汽车想以此来开辟迷你SUV市场,定义迷你SUV的车型标准。

长城迷你SUV早在今年4月上海车展就初露容颜,一亮相便受到了年轻群体和业界的关注,这辆国内最小的SUV,它拥有小车的体型与灵动,也继承了长城哈弗系列纯正的越野血统。“我们这款车是专为小



车中的玩车一派设计定制的。长城迷你既能够让他们轻松拥有和使用,也能够实现他们驾驶SUV,自由驰骋的愿望。”长城汽车内部人士这样告诉记者。

随着近年来国内汽车消费文化的日益繁荣,带动了消费者品鉴能力和欣赏水准的大幅提高。新华信一次关于SUV购买动机的调查显示,众多年轻、时尚人士更青睐于集休闲性和驾驶性于一身的小型SUV,这样的偏好达到了60%以上。小型SUV车受宠除了体积小、油耗小、价格相对偏低的原因之外,外形时尚、驾乘舒适、有较强的越野性能,也是其中要素。

在目前这样的市场趋势和消费结构的影响下,上半年大量自主品牌微车的上市,让微车的竞争不断升级,而各个产品的特点却淹没在茫茫硝烟中。长城汽车选择9月销售旺季适时推出长城迷你SUV,也能起到拨乱反正的作用,正如长城汽车当初所言,“我们希望通过长城迷你SUV为国内

中秋国庆黄金周起亚大优惠

庆祝海南第三届汽车展销会订单突破256台

09款新狮跑震撼登场



东风悦达起亚海南创亿4S店
东风悦达起亚海南创亿直营店
东风悦达起亚三亚专营店
东风悦达起亚儋州专营店

电话: 66801913
电话: 36688266
电话: 88665153
电话: 23880680

地址: 海口市南海大道61号
地址: 海口市南海大道172号
地址: 三亚市新风街中华城一楼
地址: 儋州市西部汽车城

新智能全能中级车 福瑞迪智能导航版震撼上市



5年 • 发动机 • 变速箱
10万公里保修
2006年8月29日起销售的非营运车

24小时服务热线
66800126