

“有车麦兜族” 钟情电话车险

本报综合消息 继80后被分化为“富二代”、“海归”、名校精英和草根“蚁族”等多个层次后，时下，“麦兜族”又成为2010年以80后群体为对象的保险市场新的热门话题。

平安电话车险相关负责人表示，“电话车险投保模式，通过借助电话这个‘沟通媒介’，让车主坐在家就能完成咨询、投保、续保、理赔、刷卡付费以及保单配送等整个投保过程，适时地满足了像以80年后为主的麦兜族工作忙，无暇续保的困惑。”

现在，“麦兜族”的车主们再也不必为寻找个靠谱的代理人买到便宜车险而找关系、托熟人。他们往往只需一个电话，并将自己车辆的基本情况以及投保需求告知电销坐席人员，就会获得为爱车量身定制的车险价格。而关于电话车险的售后服务，“麦兜族”们也大可放心，像平安电话车险会提供给车主“万元以下，资料齐全，三天赔付”的承诺，“电销大管家”等服务保障。而这对于有一族“麦兜族”而言，参照平安电销的大幅优惠价和车险售后服务，电话车险的确是一个不错的选择。



巅峰之上 新CR-V 荣越上市

东风本田汽车有限公司(以下简称东风Honda)新CR-V 3月5日在全国荣越上市。记者从东风本田海南区域联席会了解到，新CR-V在外观、内饰、配置及安全方面进行了全面提升，但仍保持原车型价格不变；同时，为满足消费者的更高需求，新CR-V增加了尊贵导航版VTi-S NAVI车型，其价格为26.28万元。

作为中国市场第一款面向城市的SUV，CR-V从2004年投放至今，每一次进化，都将中国汽车SUV市场带入了一个全新的领域。

2004年，CR-V以“略高一筹、全新境界”的理念，开创了城市SUV从无到有的历程。

2007年，新世代CR-V激活市场，将轿车的舒适性、城市SUV多功能性结合，兼顾家庭和商务需求，开创了SUV领域的全新概念。新世代CR-V上市后，持续热销，稳居中高档SUV销量冠军。在CR-V的带动下，SUV市场整体销量呈现强势增长。2007年，SUV市场同比增长超过50%；2008年，在车市整体增幅6%的情况下，SUV市场仍保持了30%的增长幅度。

2009年，CR-V引领市场，成功创下SUV车型年销10.5万台的荣耀业绩，引领SUV市场增长50%以上！CR-V独揽“销量第一、节能第一、环保第一、质量第一、产品魅力第一、安全第一、保值率第一”7个NO.1，成为SUV市场当之无愧的王者。至2010年2月22日，CR-V累计销量已超过30万台，在中国车市成功创造了“小市场，大份额”的奇迹。

新CR-V的荣越上市，将为消费者创造更大的价值，实现CR-V在巅峰之上的自我进化；同时，在30万用户群体的基础之上，新CR-V的各项升级也更

贴近消费者需求。

新CR-V外观更加时尚、大气、锋锐、动感，更加符合现代都市人群的审美需求。内饰更加精致、典雅，人性化的设计使驾乘更加舒适。配置方面，优化NVH的隔音降噪系统让车内噪音大幅度降低，全面提升驾乘舒适性。安全方面，新CR-V以“超五星安全”的高度，更上一层楼，全系标配侧安全气囊，豪华版及以上车型的倒车雷达得到全面升级，倒车行车更有安全保障。

东风Honda相关人士表示，秉承“信念·突破·远界”的企业理念，新CR-V此次的全方位升级必将引领中国SUV市场进入一个更加高远的境界。

全新设计基因 缔造个性潮流 全新改款沃尔沃 C30 即将上市

本报日前，沃尔沃汽车中国宣布：沃尔沃旗下的豪华轿跑车全新改款C30将于3月18日正式在中国上市。目前已经开始接受客户预定。作为沃尔沃旗下最年轻的车型，C30能够满足对于极具美感及创新科技的个性座驾的精英人群的需求，来彰显他们与众不同的独特品味。体现了沃尔沃汽车年轻时尚、充满激情、引领创新和精于品味的品牌形象。2010年沃尔沃汽车延续着2009年良好的销售业绩，前两个月保持着140%的高增长，全新改款C30是沃尔沃汽车今年投放的第一款新车，从而将拉开全年积极引入新产品策略的序幕。

全新改款C30充满个性和动感，在设计风格上，标志性的全景玻璃尾门来自SCC概念车，不仅独树一帜，还能为车内人员提供最佳的视野；全新改款沃尔沃C30进行了大量的设计更新，整个前部进行了重新设计，使汽车前部焕然一新，采用沃尔沃最新的设计DNA，塑造出C30的鲜明个性，增进了C30的活力和表现力，形成了更强烈的速度和运动感。只需扫一眼后视镜就可以知道，进入你的视野的是一辆沃尔沃C30。在色彩搭配上全新沃尔沃C30也别具匠心，优雅时尚的新车颜色，尤其是新增增加的火焰橙色，使车身显得热情洋溢，与纯白的铝合金轮毂形成鲜明对比，个性与时尚溢于言表。尽管最大的设计改变是在前部，不过在尾部也可以看到同样硬朗的新线条和细节。轮廓更有起伏，比以前更具活力。

除了独到的设计和夺目的色彩，要表现C30和沃尔沃品牌的运动基因，还必须具备高标准的操控性。沃尔沃特有PowerShift变速器为强大的动力建立了平稳输出的基础，行驶也更为流畅，更加富有驾驶乐趣。再辅以标准配备的DSTC动态稳定和牵引力控制系统，让驾驶员能够随心所欲，惬意驰骋。

腾中“买马”失败有玄机 结局或早已注定

程晓东

美国东部时间2月24日，通用汽车在底特律总部宣布，因为中国四川腾中重工无法在拟议的交易时间内，获得中国监管部门许可，因此收购交易失败。通用对此深感遗憾，并将逐步关闭对腾中的运营。这场始于去年的中国民营企业四川腾中重工收购美国通用汽车旗下悍马品牌一事，终于有了最后结果。

此前英国《金融时报》引述知情人士的消息称，四川腾中重工正在进行最后努力，为争取能在交易期限内获得中国商务部监管批准，双方已提出将悍马品牌收购交易的截止日期延长了一个月。路透社日前也在报道中称，腾中可能利用海外投资的方式收购悍马，这种方式可使这个收购交易不受中国监管部门的监管。但没有通过政府部门的审批。

对于腾中“买马”，笔者以为此次收购从一开始就注定会以失败结局收场。

首先，悍马去年全球售出了约1000辆，自2000年起该品牌全球售出20050辆。从其高档大排量的市场定位来看，因受到金融危机与能源紧缺的市场环境所限，悍马已逐渐被欧美市场边缘化，但腾中收购时并未考虑到悍马的商业价值。

其次，腾中重工对外宣布的收购意图，希望提供一个具吸引力的价格收购悍马品牌，并透过腾中及其他投资者的投资注入，为悍马的现有管理团队提供资源来推出环保型的运动车，从而满足现有主要市场的需要，并吸引包括中国在内的新兴市场。此种说法实在过于牵强，也不免让人生疑。另外，收购悍马这种超大排量豪华车型的做法，完全与国家鼓励生产、销售节能环保型小排量车型的大政方针相悖，通过政府审批的可能性几乎为零。

那么，腾中在明知此次收购行为难度很大的情况下，仍执意推进又意欲何为呢？笔者认为，腾中收购悍马完全是出于企业发展所需的一种借机炒作行为。四川腾中重工机械有限公司是集生产特种车辆、造桥构件、建筑机械、石化设备四大系列产品于一体的重型机械装备制造企业，近年来成为一家快速成长起来的四川民营企业，但此前并不为人所熟知。而自2009年曝出参与收购通用汽车悍马品牌，一夜之间被全国媒体及大众广泛关注，甚至引来美联社、路透社等国际媒体的争相报导，成为2009年汽车行业最为引人注目的爆炸性新闻。此举不仅最大限度地增加了企业知名度也大大提升了品牌形象，比花费巨资打造广告进行商业推广来得更加快捷有效，可谓一举多得。并且更为巧妙之处在于，以腾中重工目前自身发展实力来看，倘若真将悍马这只庞然大物收入囊中，日后运营“养马”的难度之大也可想像。因此正是有了政府审批这道无形的屏障，才给了腾中重工收购悍马的真正勇气与动力，为国人上演了这场暗藏玄机注定没有“失败者”的收购大戏。

所以，以笔者拙见认为，无论收购悍马最终成败与否结果已不重要，四川腾中重工都已取得战略“成功”。腾中重工此次出于商业意义而选择收购悍马这种放卫星式的市场炒作，虽可以理解也无可厚非，但对于一个企业来讲，如不脚踏实地地从企业自身建设抓起，提高产品质量，树立诚信品牌形象，仅靠炒作吸引市场眼球，早晚也会陷入审美疲劳，而以适得其反的结局收场。

我国5年汽车召回321万 挽回经济损失30亿

本报讯 在丰田等企业的召回事件频出后，外界对国内市场相当滞后的反应提出了质疑。上周，国家质检总局缺陷产品管理中心发布消息回应称，我国汽车召回实施5年多来，已先后受理近60家国内外汽车制造商的212次主动召回，召回车辆321万余辆，为社会挽回直接经济损失近30亿元。

据了解，2009年全国共发生道路交通事故23.8万起，造成6.7759万人死亡，这其中因为汽车设计缺陷和产品质量问题造成的交通事故占很大比重。质检总局表示，为了保护消费者利益，近年来汽车召回无论是范围还是数量都进行了扩大。其中在去年就共实施汽车召回57次，涉及车辆136.482万辆。据统计，有24.37%是受国家质检总局缺陷产品管理中心调查引发的。

该中心指出，目前汽车召回监管力度正逐步加大，去年底质检总局首先发出了对进口吉普牧马人的风险警示通告，近日又发布了针对丰田部分车型加速踏板和制动系统缺陷的风险警示。

真正跑车“范儿” 现代劳恩斯酷派试驾

本报讯 谁是海洋里进化最成功的生物？不负责任的动物迷们会告诉你鲸鱼，但熟悉生物进化历程的动物学家会告诉你真正的答案：鲨鱼。没错，就是鲨鱼，这个亿万年前已经在海洋里游弋的生物，在它同辈的生物已经因为进化而早已淡出历史舞台的时候，仍然雄踞在海洋生物链的顶端，完美的造型、超强的适应能力，是它超越生物进化的历史大手而依然生存的关键所在，这也难怪在以速度见长的汽车中，不乏取材于鲨鱼的灵感。

现代劳恩斯酷派就是形形色色的向鲨鱼致敬的汽车之一，而它模仿的最成功之处就是鲨鱼的鳃，这个凶猛的设计不仅让它看上去更具运动感，也让它在空气动力学上，获得了接近满分的评价。车尾圆润饱满，漂亮的赛车扰流板、运动型双排气管，配上19英寸大尺寸轮毂、专业跑车采用的普利司通搏天族(Bridgestone Potenza)轮胎，突显了它的运动定位，如此多的改变，让它从外形上看，和上一代现代酷派相比几乎找不到几分相似点。

劳恩斯酷派车内配置十分齐全，不仅色彩搭配和谐明快，曲线和弧面随处可见，工艺的精细程度和质感也相当出色，在韩系车里可以算是很下功夫那一类。漂亮的双环式运动仪表盘、时尚前卫的按钮布局、5.6英寸综合信息显示屏、点缀其间超视觉蓝色照明，与黑色的面板色搭配起来，晃眼一看似乎有种豪华跑车的氛围。真皮中控台上下分为三个区域，使操纵音响、巡航系统变得相当容易。

劳恩斯酷派采用前双连杆式麦克弗逊、后五连杆的悬架设计，使得它的前后



轴载荷分布达到55:45，这样的比重让它在全油门起步，做0-100km/h加速时，车身并没有出现弹射姿态，但所提供的动力也比较让人满意。当发动机达到2500r/min左右的时候感觉到动力输出非常线性。在拥堵的市区驾驶，对于发动机的调校会使车主感到较为舒适，停车起步不会有向前冲的强烈感觉，中段加速又很给力。

通过ZF的6挡自动变速器，无论是起步还是过弯加减挡，动力输出到后轮的过程都相当平顺，并没有出现其它大功率跑车般难以驾驭的局面。经过连续弯道后重踩刹车，刹车反馈依旧清晰有力。高速入弯时车身具有很好的稳定性，悬架体现出刚柔并济的运动风格，明显是沿袭了豪华轿车劳恩斯的基因。

劳恩斯酷派采用这种世界高端跑车通用的后轮驱动架构，就确保了它优越的行驶性与车辆的操作性，同时也使劳恩斯酷派已经成为了真正意义上的跑车。再加上劳恩斯酷派其他升级的配置、性能，劳恩斯酷派完全超出了它现在的价格太多太多了。

长城皮卡连续12年全国销量领先

70万客户信赖 12年冠军里程

祝贺长城风骏通过欧盟认证

长城皮卡 最高特惠 5000元

隆重招商 长城汽车卡车/皮卡/SUV/MPV火热招商，诚邀加盟。 加盟热线：0312-2197610 2197953 海南、云南、西藏、新疆地区加运费1000元/台

热烈祝贺长城皮卡连续12年全国销量领先

十二年冠军里程，全因有您，一路相伴。在这喜庆时刻，长城汽车携豪礼感恩回馈，感谢全国70万皮卡客户的支持与厚爱。2010年3月1日-2010年3月31日长城皮卡感恩特惠，最高5000元。

▶ 特惠5000元 风骏柴油智能节油王国III大双优惠5000元 金迪尔、赛铃汽油版大双优惠5000元

▶ 特惠4000元 风骏柴油智能节油王小双优惠4000元 金迪尔、赛铃柴油版大双优惠4000元 金迪尔、赛铃、赛铃汽油版小双优惠4000元

▶ 特惠3000元 金迪尔、赛铃柴油版小双优惠3000元

http://www.gwm.com.cn

经销商 海南九兴汽车贸易有限公司 电话：0898-68639622 68683605 地址：海口市南海大道233号(秀英大道往老城方向400米) 三亚0898-88268541 13876291919 儋州0898-36932873 13976384044

DFAC 中国名牌

龙吟虎啸 新春 2010全新东风多利卡轩昂上市

东风多利卡 货运专家 运赢天下 专业 高效 可靠

即日起至3月31日，购东风多利卡即获赠1000-5000元油卡大礼！购买高压共轨国三产品，促销信息详见店内公告！

货运专家，运赢天下！新春伊始，汇聚40年卡车制造经验，延续东风高品质内涵的东风多利卡新品震撼上市！更强劲的承载力，更可靠的安全保障，更舒适的驾乘体验，定能助您事业取得成功！

东风轻型车 物流新干线

制造商：东风汽车股份有限公司 总经销：东风商用车销售有限公司 全国统一免费服务热线：800-880-0899 400-887-2727(手机)

海口神驰 0898-66826663 66809898