

### 卡仕达欲全面打造 专营店标准模式

本报综合消息 8月1日,车载影音导航领航品牌、行业唯一中国驰名商标——卡仕达,在云南丽江召开主题为“打造专营店标准构建利益联盟”的全国专营店大会,近400与会专营店代表齐聚一堂。业内人士表示,卡仕达首推的“六大标准”、“一站式服务”模式,标志车载影音导航步入终端变革时代。

汽车影音导航经历了卡式机、CD机、VCD、DVD、导航影音系统的快速更新换代,目前市场鱼龙混杂。

好帮手电子后装事业部总经理吴华义接受采访时表示:“要想在日益激烈的竞争中立于不败之地,行业急需转型。先进企业与行业龙头不只是卖产品,卖的更是标准和服

务!” 据介绍,卡仕达斥巨资建设并力推的六大标准化,包括形象建设标准化、销售服务标准化、店面管理标准化、安装服务标准化、推广活动标准化、售后服务标准化等,有利于引导和规范终端,为消费者提供便利,目前正大力推广并完善。计划三年内,全国优质合格专营店达到2000家。

业内人士分析,随着标准化、专业化的专营店模式在整个行业内普及,有利于推进行业朝着健康、稳定、有序的方向发展。在激烈的市场竞争中,以综合实力与服务领先,并成功实现渠道品牌转型为消费者品牌的企业将进一步赢得先机。

### 柴油车渐成气候 华泰加快新品推出

本报综合消息 近日,车管所的最新上牌数据显示,在乘用车领域,今年销量表现尤为突出的SUV市场,1-6月份柴油SUV销量与去年同期相比增长了57.7%,实现了近6成的增幅。而这与华泰汽车等一批在国内坚定不移的推广柴油动力汽车厂商的努力是分不开的。

记者发现柴油车领域正悄然发生着变化。近来,国内外车企纷纷紧锣密鼓地布局柴油市场,而最早发力柴油技术的华泰汽车也不再孤军奋战,国内柴油阵营日渐壮大。继去年华泰汽车携手德国ZF和意大利VM建立中国最大的清洁柴油动力总成基地,并立志成为中国清洁柴油第一品牌后,福田宣布将与康明斯合作开发柴油动力,上汽欲收购云内动力,开发柴油动力车型;潍柴要打造绿色动力总成研发制造基地等。在整车方面,奥迪A6已经面世的柴油2.7TDI车型,路虎旗下2010款全系车型均配有柴油版,华泰热销多年的主力柴油车型,起亚汽车计划年底引入的全新索兰托柴油版,奇瑞威麟的柴油版车型等。种种迹象表明,柴油车在中国已不再是上不了台面的工作车形象,其在SUV、轿车等乘用车领域的应用愈加广泛。其节能、环保、高性能的特性已逐渐被业界和市场所认可。柴油车开始显示出其在中国市场的广阔前景。

据品牌式175毫米的离地间隙和205宽胎创国内同级车型之最,可以顺利穿越各种崎岖路面。天语SX4的车厢内空间宽敞,挡风玻璃和侧窗面积较大,前后排乘客都拥有通透的视野,再配上简洁的浅内饰,整个车内环境稳重大气不失温馨舒适。

动力方面,天语SX4搭载铃木全球引擎最先进技术的M18A16气门全铝合金VVT发动机,有1.6L和1.8L两种排量,以更优的高效动力,匹配WRC底盘及高安全轻量化车身和精准操控技术,令整车性能进一步释放出奔放豪情。

新骊威 新骊威家族在今年3月整装出发,

# 5款“大家轿”的明智之选

大块头有大智慧 随着汽车走入万千家庭,消费者对于家轿的功能有了更多的需求,此时,全能型“大家轿”开始深受多成员大家庭的青睐。“大家轿”不仅可以满足消费者生活、工作等方面的诸多需求,同时也可省去因为车型用途限制而导致二次购车的成本。今天,我们就为大家介绍几款全能型的“大块头”家轿,从中寻找它们的“大智慧”,供大家购车参考。

## 新飞度

新飞度作为广汽本田推出的一款精品两厢车,自上市以来便受到很多消费者的青睐。

本田在打造这款车型时力求将MM理念发挥到极致,新飞度的身材进一步优化,车身尺寸3920mm×1695mm×1525mm,轴距更是达到2500mm,与同级别的A0级车型相比,新飞度的空间优势相当明显。即时前排乘客将座椅调到最后的位置,后排乘客仍会有充裕的腿部空间。

新飞度配置的发动机是i-DSI直列四缸8气门型式发动机,采用了i-DSI智能双火花塞顺序点火系统,每缸有两个火花塞对角布置,输出效率比同排量的其他一些小型车的功率要高一些。在操控性上,新飞度配备了ABS+EBD系统,DBW电控油门,EPS电动随速助力转向,能够为驾乘者提供更多的驾车乐趣。

## 天语 SX4

天语SX4两厢整体外形兼具了轿车的时尚感和SUV的粗犷感,定位于全功能进化型轿车,是同级车中唯一具有SUV的车身高度和离地间隙的跨越式家轿,赢得了很多追求创新的消费者的青睐。

招牌式的175毫米的离地间隙和205宽胎创国内同级车型之最,可以顺利穿越各种崎岖路面。天语SX4的车厢内空间宽敞,挡风玻璃和侧窗面积较大,前后排乘客都拥有通透的视野,再配上简洁的浅内饰,整个车内环境稳重大气不失温馨舒适。

动力方面,天语SX4搭载铃木全球引擎最先进技术的M18A16气门全铝合金VVT发动机,有1.6L和1.8L两种排量,以更优的高效动力,匹配WRC底盘及高安全轻量化车身和精准操控技术,令整车性能进一步释放出奔放豪情。

## 新骊威

新骊威家族在今年3月整装出发,

推出了三大系列多达12款车型,提供5座版和7座版两种规格的车型,充分满足了不同消费者的不同需求。

新骊威继承了老款车型的优势,4420mm×1690mm×1590mm的长宽高提供了很好的车内腿部空间,2600mm的轴距可以为一家人的出行提供较为宽敞的乘坐环境。后排座椅4/6拆分放倒后可以达到383L的装载容积,后备箱的最大容积可达1548L,能够满足日常的乘客载物需求,同时提供5种空间组合方式,满足日常用车的不同需求。此外,新骊威头部空间非常充足,后排空间也同样出色,这得益于后部上方的顶棚凹陷式设计,后排人员的腿部及头部空间都十分宽敞。

新骊威提供1.6L和1.8L两种动力组合,发动机为MR18DE全铝发动机,该发动机最大功率达到了93kW,峰值扭矩达到了174Nm。该款直列4缸发动机,在设计上高度重视燃油经济性和环保,同时又能带来“驾驶乐趣”,并具有安静、高燃油利用率等产品特点。

## 新一代普力马

新一代普力马拥有超越同级别A级车的宽大空间,2670mm的超长轴距,可以保证每一排的座椅都有足够宽敞的乘坐空间,第一排和第二排可达1440mm的车内宽度更可以确保每位乘客的乘坐舒适性。

新一代普力马的最大行李容积可达2055L,使它超越了市场上所有的A级车,无论是运送货物、居家出行都游刃有余。新一代普力马豪华型的第二排座椅可以实现单独折叠,副驾驶并配有小桌板,这就让空间的组合搭配更加灵活多样。据测算,新一代普力马可以提供多达18种的空间组合方式。作为目前国内A级家轿车市中鲜有的超大空间车型,新一代普力马仅凭空间这项优势就足以吸引大批多成员家庭的目光。

在动力方面,新一代普力马提供1.6L VVT+5MT、1.8L+CVT的双动力系

统,操作便捷,不但满足日常的家用车需求,同时也可满足长途旅行中的动力需求和经济性需求。

## 风行景逸

风行景逸在今年4月推出了2010款车型,2010款景逸宜商宜家,也同样具有超大的载物空间,足够让一家老小坐的舒坦。

尽管大两厢市场近两年来不断有包括现代I30等新品加入,但景逸以4320×1804×1620mm的基本参数,2685mm的超长轴距,依然是大两厢细分市场“空间之王”,其堪比雅阁、帕萨特等B级车的空间,满足了人们一车两用或者三用的需求。

景逸能够提供灵活多变的组合空间,前排座椅放倒后,呈180度放平后座,打开掀背式后备箱,景逸便成为一个可以任意组合空间的“大空间”。另外,景逸的行李厢容积为700L,这一容量在同级别车型中已经很不错,如果将后排座椅折叠放倒,后排空间组合可创造出高达1970L的行李厢容积,装运货物非常方便。

2010款景逸搭载了1.8L的三菱4C93发动机,这也是经市场验证同级别最省油的发动机之一,综合油耗在8升左右,对于注重燃油经济性的家庭来说,景逸的省油优势显而易见。

## 小结:

作为时下五款热门“大块头”家轿,新一代普力马、风行景逸、天语SX4、新骊威、飞度均将大空间这个“大智慧”发挥到淋漓尽致。新一代普力马致力于空间的舒适性及多样化的空间组合,风行景逸的大轴距和后备箱的空间宜商宜家,天语SX4以通透的视野彰显空间,新骊威则更为注重在细节处弥补空间不足的问题,而新飞度则是强调驾乘者的大空间乘坐需求。不过,这五款车型的初衷都是希望为消费者提供最为宽松的驾乘感受,成为国内普通多成员家庭出行的最佳选择。

## 变局之下 中高级车如何赢得市场?

本报综合消息 市场整体下滑,对手互相追赶,固有格局改变,新科冠军诞生……相对气温的升高,中高级车市“好戏”层出不穷。随着前不久一汽-大众CC的上市,犹如8月火热的天气一样,中高级车市竞争的战火也再度升温。在众多不确定因素导演的“变局”之下,中高级车未来何去何从?

### 拒绝“抱原守一” 中高级车萌生“变局”

纵观中高级车市,虽然市场一直希望用“差异化竞争”来丰富人们的选择,但近年来中高级轿车市场不争的事实却是在“同质化”中前行。

从价格上看,整个中高级车的价格体系持续走低,从2007年20万左右的人门价格,到如今凯美瑞下探至18万空间,以至新领驭的16.98万起……一方面是车型价格走低,一方面是车内配饰、电子元件却同时豪华起来……一时间,基于外观修改、内饰增配、改变配色等缺少“质变”改造下的豪华舒适,纷纷成为大多数中高级车“共同”渲染的重点。

与此同时,却是中高级车消费者对消费需求的改变。当众多品牌还在“坚守”中高级车发展初期直观的豪华舒适标准,而“抱原守一”、疏于创新时,随着汽车行业在中国20年的飞速发展,中高级车的消费者们早已从此前“单纯的看重外形美观和内饰的舒适,而变成了如今理性观念下,看重汽车核心技术等综合素质的成熟用户。

可以说,在这变化之下中高级车的竞争,已经进入了一个“以内取胜”的时期。那些用“新瓶装旧酒”的品牌必将被淘汰,而建立在“技术创新”之上的改变,才能真正立足市场。

市场层次的更替,有力的证明了这一变化。

一直以来,中高级车市场维持着稳定的格局,凯美瑞、雅阁长期占据头把交椅。随着今年6月,新天籁一举超越雅阁,夺得中高级车市,市场原有传统格局终于裂变。与此同时,是新领驭、新君威的一路紧追。在二者和“三强”上半年十

分接近的销量面前,专家预测,今年全年销量超过10万辆的中高级车将破纪录的达到五款之多,中高级车市将从此前“三强鼎立”的“和谐社会”进入“五强争雄”的“战国时代”。

### “时势造英雄” 新天籁果断“亮剑”

在竞争愈发激烈的“战国时代”,企业无疑感受到了更大的压力。但正所谓“时势造英雄”,在中高级车市进入充满变数的新阶段时,也为那些拥有过硬产品力的车型提供了机遇。从目前来看,新天籁最先抓住了机会。

从新天籁上市以来的销量可以看出,新天籁表现出强烈的上升势头。由上市之初的迅速杀入中高级车三强阵营,到站稳脚跟再攀高峰,登上冠军宝座,新天籁一路走来气定神闲却又风生水起,已经完成了新天籁“亮剑”三部曲。

2008年,新天籁上市首月销量便突破8000辆,这一数字不仅刷新了天籁品牌单月销量纪录,也刷新了我国中高级车上市首月销量纪录,一举成为2008年萎靡环境下中高级车市热销车型之一。

2009年更是东风日产新天籁辉煌耀目的一年。在这一年里,新天籁一路高歌猛进,发展势头惊人,累计销量108,504辆,轻松突破10万辆,同比增长高达85.9%。其中12月销量10,447辆,同比增长达到49.9%。新天籁正式跻身中高级轿车“十万辆俱乐部”,成为继雅阁、凯美瑞之后第三个年销售量超过10万辆的日系中高级轿车品牌。新天籁稳居中高级车三强,成为当年中高级车市最耀眼的主流车型。

值得一提的是,新天籁的快速成长是在中高级车市场增速放缓的背景下实现的,而今年多款同级别车型的上市使得竞争异常激烈,但新天籁凭借过硬的品质实力和积累的市场口碑,一举杀入“万辆俱乐部”并牢牢锁定细分市场前三。

对此,任勇表示:“随着中高级车消费者的日益成熟,中高级车市进入品牌力和产品力硬碰硬的年代。新天籁的目标一直是冠军宝座!从新天籁的综合实力来看,我们非常有信心。”

www.landrover.com.cn 销售热线:400-880-0187 400-880-0187

## 悦无羁·享无界

绝非凡,是他们的基石;霸气非凡,是他们的态度;丰富多样,是他们的内涵。 路虎·第四代发现、路虎·神行者2代,让世界无比悦享无界。 礼帽领跑路虎80周年专业四驱技术的全地形反馈适应系统,呈现完美性能,兼具顶级精工工艺与澎湃动力, 傲然引领潮流自驾,带您全天候全地形畅享自驾,享行无羁,尽情尽享人生每一处至胜美景。

至享路虎神行者2代、路虎第四代发现纯粹无拘、奢制非凡的全天候全地形姿态征服。 领略路虎操控、揽胜运动版所带来气势磅礴的顶级奢华与完美驾乘体验。 来到中国鲜为人知的胜景之地,去探寻最极致的美景、最动人的文化、最悠久的历史,进行最深层的感知和思考。 由路虎中国、旅游卫视、中国国家地理杂志联合制作的路虎品牌专属高端旅游地理类栏目《揽胜天下》,旅游卫视每周四晚22:00整感情开播。敬请关注。 同时,路虎2010年款全系已全面恢复预定,详情请致电: 海南中汽南方: 0898-31918888 31916666