

8月份是传统的车市淡季,然而今年8月淡季不淡,汽车销量一改往年淡季颓势,在今年销量连续四个月环比下降之后出现逆转,汽车销售121.55万辆,环比增长15.09%,同比增长55.72%。

一汽丰田持续新车上市 助力销量暴涨



本报综合消息 作为国内领先的汽车企业,一汽丰田在8月份实现销量暴涨,甚至比既定的目标增长近两成。“自年中以来,一汽丰田新普拉多、新花冠、新威驰等明星车型陆续上市,而旗下其他原有各车型也凭借大幅度的让利优惠,极大的提振了车市增长,8月份一汽丰田多款新车型上市,销量看涨。”一汽丰田华南大区总监程鸣指出。

8月车市淡季不淡 1.6L家轿热销

在经历了7月的销售谷底之后,汽车市场出现强劲反弹,提前进入销售旺季。而得益于国家节能补贴政策及节能汽车目录的出台,目前获得节能补贴资格的132款1.6L及以下排量的节能汽车产品在8月份全国销量达到12.96万辆,较7月份增长32.04%,明显高于轿车总体增长水平,政策拉动作用非常明显。

增长的数据让人不禁联想起2009年购置税减半政策引发对小排量车型的“疯狂”抢购。去年在购置税减半政策的

作用下,1.6L及以下排量乘用车销售719.55万辆,同比增长71.3%,市场占有率提高了近8个百分点。

“车市已进入小排量车销量重新提升的阶段”。程鸣如此概括,除了节能车补贴的刺激,许多车企开展的零利率购车、两年免息活动,8万元就能买到一辆合资小排量车,也带动了这一级别市场销量。“7、8月份,尽管是传统淡季,得益于公务员、教师等群体的购车,反倒呈现出淡季不淡的势头。”

有关行业人士分析认为,继7月份单月销量达到3.9万辆的新高度后,8月份一汽丰田的销售数据有望被刷新为4.3万辆,在行业整体出现环比下滑的大背景下,一汽丰田有望实现幅度超过10%的环比逆势增幅。一汽丰田的逆势增长,对于一汽丰田实现50万辆的既定产销计划的意义重大。

新花冠率先揽热市场 新锐志上市在即

“对于8月份的市场业绩,是在我们的预料之中,对于即将到来年底旺季的车市,我们更是充满信心,因为我们还会

有一些重磅车型投放市场。”一汽丰田某高层向记者表示。

以卡罗拉为例,作为全球家轿车中的典范,全球累计销量已超过3600万辆。在花冠、卡罗拉两代并存,共同组成COROLLA系列车型后,COROLLA系列在中国的累计销量已近90万辆,其中,花冠累计销量超过39.5万辆。更为重要的是,在国内市场,一汽丰田在不断的升级改款和营销策略中提升商品力。7月13日,一汽丰田全力推出外观、内饰均有多项提升的新COROLLA EX花冠,并主攻1.6L。上市的新花冠设定的售价区间为9.28万元—11.48万元,比老款花冠价格最高优惠达1.5万元;将全系车型的新车保修期从两年或六万公里延长至三年或十万公里;向一万名购车者赠送价值4999元的日本游大奖;推出零利率贷款购车,并对全款购车者赠送4999元保险。

这一系列措施,带来了主力车型卡罗拉的热销,尤其是一汽丰田卡罗拉1.6L排量车型进入第二批节能车名录后,与此同时,华南许多区域,卡罗拉的车源告急,与此前相比,优惠正在缩水。

据记者了解,除了强化商品魅力,率先导入3年或10万公里新车保修期以外,一汽丰田下半年还将继续围绕新品、售后服务、市场营销、社会公益等领域推出一系列重要举措。“除了重量级的锐志中期改款,卡罗拉的改款,也将在第四季度迅速推向市场。”

据悉,一汽丰田新锐志将于9月16日正式上市,总共将会推出7款车型。新车外观更为运动,配置也将有所提升,动力系统沿用现款车型的2.5L和3.0L两款发动机。日前,记者从广州地区一汽丰田4S店了解到,到店购买锐志锐志,将有现金让利。此外,新锐志已在一汽丰田全国各4S店展开预定。

另据经销商透露,为了进一步丰富卡罗拉产品系列,升级改款的卡罗拉也将会在第四季度推出,并将首次增加一款2.0L排量,主打中级车更高端定位的旗舰车型。对于一汽丰田而言,确保卡罗拉改款成功的意义也极为重大。作为一汽丰田整个商品体系里的主销商品,近一年COROLLA系列产品已占到其销量的一半。

本报讯 只用5.88L油驾驶排量达2.8升的皮卡穿越海南,可能吗?9月5日,2010年全国城市汽车节油极限挑战赛海南站比赛给出了答案,参赛16名选手驾驶着比赛指定用车——风骏皮卡,全部顺利抵达终点。其中,驾驶8号赛车的张锁强、孙周宾通过完美配合和精湛的技巧,用5.88升油完成了从海口到三亚全长230公里的穿越海南之旅,平均百公里油耗仅2.56L,两位冠军选手并因此获得了风骏5皮卡两年的免费使用权。一位来看车的客户当场挑战了在活动中获得节油挑战赛冠军的风骏5。

由中国汽车联合会与CCTV-5共同举办的全国城市汽车节油极限挑战赛,是中国汽车界唯一官方举办的国家级乘用车节油赛事。从2008年开始,每年全国各地巡回进行,CCTV-5进行每一站的全程现场报道。CCTV-5节目中心赛车时代编导介绍,“全国城市汽车节油极限挑战赛”

的权威、严谨体现在中汽联派出裁判,最具公信力;每场赛事均为单一车型,计算考核方式采用国际上通行的外挂油箱注入法,能精确到小数点后两位,最科学、最大程度地体现人和人在节油环节中的不同作用。

据介绍,此次参赛16名选手根据抽签结果进行分组,两人一车搭配驾驶,全部以2.8L排量的风骏皮卡为参赛车型。为了更公正、精确地计量成绩,所有比赛用车均采用外挂油箱的方式。比赛现场,在组委会中汽联裁判监督下,为每一辆车注入10升油后加贴封条。挑战赛以A—B点往返赛的比赛形式,9月4日比赛线路,海口至三亚,9月5日比赛线路三亚至海口。比赛时所有选手为赛出好成绩都关闭窗户,不开空调,比赛进行的非常艰辛,选手全身透汗。

比赛前,很多选手对风骏皮卡作为



风骏5.88升穿越海南 开出传奇

节油赛指定用车表示怀疑,感觉这么大排量的产品再省油其油耗也不会太低,甚至担心自己会被“摆在半路上”。经过两天的激烈角逐,风骏皮卡“穿越海南”活动圆满结束。夺得冠军的选手张锁强表示:“参加本次比赛不仅提高了自己的节油技能,也让我对皮卡有了新的认识,以前从没想过皮卡也能如此省油,更没想到的是,一路驾驶过来,感觉风骏的操控性和舒适性完全不逊于一款轿车产品,而空间显然更加宽敞。”

对此,风骏皮卡品牌负责人表示,风骏是长城出击高端皮卡市场的扛鼎之作,也致力于以此产品改变以往消费者对皮卡的传统印象。此次参赛的风骏皮卡全部搭载了长城与德国博世联合开发的电控高压共轨柴油“智能节油王”(INTEC)发动机,核心部件都为德国博世原装备,能更有效的控制不同驾驶环境下的空燃比,达到更好的稀薄燃油效果;其次此发动机具有极高的热转换率,使得风骏柴油车比

同级别车燃油消耗可低10%以上,有明显的节油优势,是国内最省油的一款高端柴油发动机。据工信部公示数据显示,风骏皮卡百公里油耗比其他皮卡品牌本来就低很多,在节油竞技比赛中跑出的这样的成绩也应该是情理之中的事。

此次风骏5.88升穿越海南,再次证明了其在行业内遥遥领先的节油品质。然而,作为已被市场广泛认可的产品,这并不是风骏敢于参加此项挑战赛的唯一目的。在活动现场,风骏皮卡负责人向媒体表示,希望通过这次节油性能的挑战,培养起消费者一种节约意识,在当前能源日趋紧张、环境日趋恶化的背景下,更多的去选择环保节能的产品。据悉,中央电视台体育频道(CCTV-5)将在其近期的《赛车时代》栏目播出本次比赛的全程现场报道,有兴趣的消费者可对此进行关注。

东风日产新一代 MARCH 正式上市 紧凑型两厢车市场宣告解冻



MARCH而解冻。

新一代 MARCH 将至 市场初现冻结

在长达4个月的预售期中,新一代MARCH吊足了市场胃口,吸引了大量消费者的期待。许多消费者声称,要等新一代MARCH飞驰的上市之声,性价比再决定购买什么车。因此,临近新一代MARCH上市之时,小车市场短暂冻结。

自5月底进入淡季以来,国内市场许多A0级两厢车的表现都差强人意。不少持币待购的消费者把目光集中在了8月底上市的新一代MARCH上,希望MARCH能够给他们带来一个惊喜。

新一代MARCH之所以能得到消费者这般的热捧,根本原因还是这款车出色的外形和优良的品质真正打动了消费者,让他们愿意等待。

在造型上,MARCH时尚而不轻浮、敦厚而不呆板,能够在人第一次看到的时候就如同见到多年的挚友一般亲切。在品质方面,MARCH拥有同级车中最小的转弯半径,出色的操控性,宽大的

内部空间,人性化的科技装备等诸多其他小车无可比拟的性能优势。

无论从外型还是品质,新一代MARCH都如挚友一般吸引着消费者向其靠近,为其持币等待。而上市后的新一代MARCH也以出众的性价比向众人证明了:它确实值得等待。

MARCH 上市 解冻细分市场

新一代MARCH正式上市,公布了售价,其四个级别的价格区间为6.99万元-9.29万元,在揭晓最后谜底的同时,紧凑两厢车市场也扫清往日的萧条,重新变得热闹起来。众多因等候新一代MARCH上市而持币观望的消费者纷纷做出了自己的选择,向MARCH出手了。

上市数日,新一代MARCH好评如潮。一名网友在论坛里说,自己去年结婚,今年老婆怀孕了,于是打算买车。经过多方比较,他瞄准了日系小车。但7月份看了新一代MARCH后,决定等待。因为,东风日产厂家领导说过的一句话打动了他,大意是新一代MARCH在安全、操控性、舒适性上绝不妥协,也绝不牺牲

品质。现在新一代MARCH上市了,唯一的价格悬念也揭晓了。该网友表示,这车,好看,实用,价格合理。现在就等着提车了,日后开着玛驰带着老婆孩子去兜风,其乐融融。

新一代MARCH深刻洞察了中国消费者们的需求,打破了传统A0级小车“中看不中用”的印象,把实用性和时尚性完美地结合起来,成为名副其实的“挚友”。

诚如东风日产乘用车公司副总经理任勇所说,在A0级市场中,低价低质日益难以满足消费者们的需求。只有出众的品质和优秀的性价比才能够牢牢抓住消费者们的心。新一代MARCH正因为具备了这两点,打动了消费者,才能够对细分市场形成冲击。

凯美瑞混合动力 30万公里

或省钱 8.4 万元以上

本报综合消息 一面是环保责任,一面是比传统燃油车高一截的价格。对于新能源汽车,普通消费者该如何取舍?显然,这不是一个“鱼和熊掌”的问题。

30万公里,至少省钱8.4万元。这是新能源汽车标杆车型凯美瑞混合动力给出的答案——原来环保不是一种“昂贵”的责任,它也可以很经济。

据了解,一直以来,新能源汽车由于价格偏高备受消费者诟病,直至今年4月,凯美瑞混合动力成功下线,以其出色的动力性、燃油经济性、静谧性为国内新

能源车市带来一股清新的空气。

广汽丰田执行副总经理冯兴亚表示:“凯美瑞混合动力搭载丰田新一代油电混合动力系统,实现了超越同级车型的领先水平。它就像一张名片、一个标签,彰显的是对社会的一份责任,但这份‘责任’无需让车主付出高昂的成本。”

对此,冯兴亚给记者算了一笔明白账。与传统汽油车每百公里10L油耗相比,凯美瑞混合动力每百公里油耗仅6L左右,节省燃油达到40%。忽略油价上涨因素,按照目前93号汽油大约7元/L的

价格计算,一辆普通燃油汽车跑满10万公里,油费约为7万元;而凯美瑞混合动力则只需要花费4.2万元,这样一来至少为车主省下了2.8万元。一辆普通的汽车在正常的生命周期内至少可以跑30万公里,照此计算,从购买凯美瑞混合动力开始就为车主至少省下了8.4万元。

“虽然凯美瑞混合动力最热门车型与同级别汽油车相比,高出8万元左右,但如果将这笔油耗节省费用抵消部分购车款的话,凯美瑞混合动力还是‘物超所值’。”冯兴亚对记者说。



安全 环保 高品质

人生何止沃尔沃? 更有掌控自如的大智内蕴,有海涵天地的典范格局,有举世瞩目的外在尊贵,有安享逾越的内在豪华,有BLIS盲点信息系统纵览路况全局,有RTI中文导航系统指引笃信驾驭,有T6涡轮增压发动机鼎力全程威势,有加长140MM的后备箱空间营造迥然境界,有阅尽繁华的深思熟虑,有读懂人生的价值真谛。全新沃尔沃S80L,知人生者,知驾驭。



沃尔沃品牌体验震撼启动精彩炫目 礼程:
全新沃尔沃S80L智雅特惠版 原价433000元

现价¥398000元

*凡是来店试驾即可获得红妆美容机构提供免费体验券一张或银龙影城兑票券一张。

沃尔沃汽车海南龙达4S店 地址:海口市南海大道113号 贵宾专线:66825999



国际技术助力华泰轿车

“后发而至先”

本报综合消息 2010年对于华泰汽车来说注定是不平凡的一年。自其宣布进军轿车领域,到携首款轿车B11亮相各大车展,华泰汽车收获了前所未有的关注。8月16日,华泰B11在山东荣成基地正式下线的消息又将这种关注推向新高。

自与韩国现代汽车集团展开技术合作开始,华泰一直采取异于国内其他自主品牌的高举高打策略,此次切入轿车市场也不例外。对此,华泰汽车总裁刘志刚在下线仪式上表示,多年来,华泰汽车与众多汽车行业的国际知名公司保持深度合作,拥有运作中

和价格的双重优势,对中国高级车市场形成强烈冲击。今年4月,一汽丰田应客户要求,迅速推出两款2.5L天窗版车型,使商品体系更加完善,进一步巩固了它在同级车型中的竞争优势。本次商品强化秉承“豪华革新、人性科技”的核心理念,提升了全新皇冠的商品魅力,为客户创造出更高价值。

以客户需求为本

全新皇冠再次商品强化

本报综合消息 9月1日,一汽丰田宣布再次对全新皇冠进行商品强化,在相应级别增加金标、超薄卡片式钥匙、电动式后窗遮阳帘三项配置,增配后官方价格略有调整,最高仅上浮2500元。这是继4月推出两款2.5L天窗版车型之后的第二次商品强化,将再度提升全新皇冠的商品魅力,为客户增添驾驶的便利性和尊贵感。

具体来说:全新皇冠4.3L级别的2款车型增配金色文字标识,突出豪华气势,彰显尊贵地位;4.3L、3.0L、2.5L三个级别中的7款车型增配超薄卡片式钥匙,大小和信用卡相似,可以放在钱包之内,便于携带;3.0L、2.5L两个级别中的5款车型增配电动式后窗遮阳帘,使舒适

性和便利性同步提升。另据了解,为了让客户更加安心,全新皇冠现已全面加装BOS(刹车优先系统)。

此次商品强化是一汽丰田在认真收集和倾听客户声音的基础上进行的。其中,增加金标的目的是为了彰显4.3L与众不同尊贵感。电动式后窗遮阳帘与超薄卡片式钥匙是全新皇冠上市以来最受客户好评的配置,此次将这两个配置向其级别进行扩大,将进一步提升全新皇冠的舒适性及人性化关怀。虽然随着配置的强化,价格有小幅的提高;但是在同级别车型中,其性价比依然称翘楚,而配置的进一步提升更为其市场竞争力再添砝码。

全新皇冠自去年年底上市,以商品

和价格的双重优势,对中国高级车市场形成强烈冲击。今年4月,一汽丰田应客户要求,迅速推出两款2.5L天窗版车型,使商品体系更加完善,进一步巩固了它在同级车型中的竞争优势。本次商品强化秉承“豪华革新、人性科技”的核心理念,提升了全新皇冠的商品魅力,为客户创造出更高价值。

全新皇冠上市后销量保持增长势头,连续获得多个团购大单,并成为2010年全国“两会”贵宾车和上海世博会政府接待用车,即将于9月中旬开幕的第四届夏季达沃斯论坛,也再次指定全新皇冠为官方用车。连续服务于国内国际顶级会议,大幅提升了全新皇冠的品牌形象,彰显其高端行政商务轿车典范的地位。