海南日报

专刊热线/13976662762
电子邮箱/zgssss@tom.com

海南汽车界最佳推广平台
QICHEZHOUKAN
汽车周刊
每周三出版

C1

值班主任/王　琳
汽车工作室主编　主编/左贵生
责编/陈奕波 祝齐杉 美编/何子利
2011年9月7日 星期三

9月6日，作为红牛F1车队官方合作伙伴，英菲尼迪旗下的第35家经销店——海口嘉华英菲尼迪特许经销店璀璨开业，成为该品牌在海南地区的首家经销商。英菲尼迪中国事业总部总经理吕征宇先生、海南嘉华控股有限公司总裁徐志新先生、海口嘉华英菲尼迪汽车销售服务有限公司总经理李燕女士，以及海口市政府领导出席了当天盛大的开业庆典，并与众多嘉宾齐聚一堂，共同见证了这一盛事。

精诚之至 耀动嘉华

海口嘉华英菲尼迪特许经销店盛装开业

本报讯 海口嘉华英菲尼迪坐落于海口市琼山大道的嘉华汽车城，是严格按照英菲尼迪全球统一的零售环境设计标准(IREDI)建设而成。作为海南地区的第一家特许经销店，海口嘉华完美秉承了英菲尼迪“致情致盛，完美体验”(Total Ownership ExperienceTM)的客户服务理念，不仅全情打造至臻一流的硬件设施，而且拥有舒适尊雅的服务环境，以及彰显时尚艺韵的设计风格，使当代豪华的生活品味同“灵感、优雅、力量”的品牌精髓巧然融为一体。经销店整体宛如艺术殿堂，展示区中精粹集合了英菲尼迪款款惊艳之作——奢华全尺寸SUV QX56、高端豪华轿车英菲尼迪M系列、跑车型SUV FX系列、跑车型Crossover EX系列和运动型豪华座驾G系列，充分展现出英菲尼迪车型奢华与优雅、动感与时尚的完美气质。

开业仪式上，英菲尼迪中国事业总部总经理吕征宇先生表示：“海口嘉华是英菲尼迪在海南地区的首家，同时也是全国的第31家特许经销店，她的盛装亮相意义非凡，不仅代表英菲尼迪中国事业总部对海南市场的高度重视，同时，也标志着英菲尼迪品牌在华南地区战略引擎的再度加速。作为当代豪华品牌，英菲尼迪一直积极倡导都市时尚、灵感的生活方式，因此，我们长期坚持从豪华车消费者对高品质生活的期待和追求出发，精准定位我们的产品、设计与服务，令每一位走近英菲尼迪的消费者都能够感受到前所未有的豪华新体验。此次入驻海口，将会是品牌在中国市场开启的又一章华彩新篇。”

自2007年进入中国以来，伴随着全系车型的登陆，英菲尼迪受到了越来越多中国消费者的关注与青睐，在短短4年间，品牌以锐不可当之势在中国豪华车市场占据了重要地位。2010年，英菲尼迪在中国的销量达到了11513台，增幅高达137.3%，以骄人的成绩享誉业界。2011年，英菲尼迪继续保持着强劲的增长势头，不仅销售数字节节攀升，完备精准的营销策略和别出心裁的体验式市场活动令品牌更加深入人心。其中，与红牛F1车队的激情合作令广大消费者充分感受到英菲尼迪雋雅澎湃的无限力量；而充满驾乘乐趣的2011“G系极风之旅”大型赛道体验活动和“驾·享新境”2011英菲尼迪M全国试驾会也让更多消费者亲身体验到英菲尼迪旗下优秀产品的卓越魅力。

英菲尼迪始终倡导用灵动超凡的产品设计演绎奢华独到的生活态度，用悉心尊贵的客户服务表达全情体验的消费主张。新晋亮相的海口嘉华英菲尼迪不仅为消费者提供尊崇、愉悦的购车环境，更带给消费者英菲尼迪品牌文化的独特体验，打造出灵感与艺术完美融合的新坐标。预计截止今年年底，英菲尼迪将在中国开设50家特许经销店，实现2万台销量目标，并致力于为中国消费者提供“致情致盛，完美体验”的客户关怀理念。

广汽传祺成为2011中国汽车产业发展国际论坛指定接待用车

本报综合消息 2011年9月2日至4日，被誉为汽车行业达沃斯的“中国汽车产业发展(泰达)国际论坛”在天津滨海新区隆重召开。来自国内外政府领导、权威专家学者、知名企业高层等共计700余位嘉宾围绕“汽车社会与产业未来”这一年度主题，共同探索汽车产业发展之路。

论坛自2005年成功创办以来，经过六届的积累与沉淀，已发展为我国汽车行业规格最高、规模最大、影响力最广泛的高端品牌盛会。而对于各大车企，这更是一个展示品牌实力和形象的绝佳机会。一直以来，论坛指定用车均选择奥迪等豪华品牌。随着高端自主品牌“传祺”的问世，逐步获得了社会各界的认可，中国汽车产业发展国际论坛第一次选择中国品牌作为官方指定接待用车，承担本届论坛迎接贵宾的重要任务。

中国汽车技术研究中心副主任高和生表示，早在今年4月组织的C-NCAP安全碰撞试验中，他们就见证了传祺的“非一般”的安全性，48.8分的五星高分是今年碰撞车型的最高分，也是超越了众多跨国品牌在所有车型中排名第5。而这次指定用车的合作，他们相信传祺的“世界级”的品质和“低调的奢华”高端形象一定能为本次论坛增光添彩。

传祺自下线以来，先后成为了亚运会指定礼宾接待用车、广东省两会指定用车以及意大利驻广州总领事馆专用公务车等，在国内外多个高端活动中屡放异彩。近期，由中国新四军研究会主办的《铁军组歌》走进国家大剧院活动，传祺作为活动用车，得到了中央军委首长的好评。而就在刚刚举行的传祺1.8L下线仪式上，广汽乘用车又被“中国国际投资贸易洽谈会”挑选为官方指定接待用车，这也是该投洽会举办10多年来首次选用中国自己的品牌轿车作为官方指定用车，迎接我国和世界各国的领导人和投资商。这一系列国家级、国际性组织机构选择广汽传祺，充分表明广汽传祺宜公、宜商、宜私的高端自主品牌形象获得了社会各界的认可。

广汽乘用车公司副总经理古惠南表示，这次有幸与中国汽车产业发展国际论坛合作，是一种荣耀，更是一份责任。传祺已经不仅是一个产品，它更是中国汽车发展的新兴力量，它的成败与中国汽车行业的发展息息相关。8月29日，2012款1.8L传祺，在广州成功下线，价格从10.98万元到17.98万元，是广汽乘用车自主创新的又一重大成果，标志了传祺品牌系列产品的完善和升级，必将进一步扩展传祺的市场竞争能力，进一步推动中国自主汽车产业向国际优秀水平看齐，加快实现中国从汽车大国向汽车强国的跨越。

雪佛兰 “看家双枪”夏季促销

本报综合消息 距离传统“黄金车市”的10月还有一段时间，然而群雄纷争之战早已率先打响。原以为市场上只有一汽丰田以及东风日产两大日系品牌大张旗鼓上演“双雄争霸”时，记者发现，上半年销量遥遥领先的上海通用汽车也加入到这场看不见硝烟的战争之中。据悉，上海通用汽车旗下雪佛兰品牌从8月15日-9月15日，在华南地区启动为期1个月的“变形未来，雪佛兰夏季促销”行动，史无前例的推出以科鲁兹和新赛欧这两款看家车型作为此次夏季促销的攻击双枪。

记者在雪佛兰4S店看到，“科鲁兹奋斗版”车型标价低至9.99万元，购车还可另外加送价值6000元的DVD导航，而使用上海通用金融购车方案的购车客户最低仅需首付1.88万元，更可获得价值1万元的夏季购车礼包。

作为一款新生代性能中级车，雪佛兰科鲁兹是通用汽车整合优势资源开发的全球战略车型，拥有年轻动感的造型设计和运动风格的动力操控性能，在年轻的汽车用户群体中拥有超高的人气。上市2年以来，国内销量接近40万辆，庞大的车主群体显示出其在中级车市中无人替代的王者地位。而借势今夏《变形金刚3》热映同步推出的“变形金刚版科鲁兹”更是得到众多“钢丝”们的热捧，该车型有专为变形金刚而打造的黄色外观以及银色外观供选择，包括1.6SE MT、1.6SE AT和1.6T三款车型，官方售价分别为12.39万元、13.89万元和16.39万元。

除了在中级车型上亮出杀手锏外，另一款雪佛兰畅销车型——新赛欧也成为本次夏季促销的王牌。新赛欧价格下探至4.99万元，首付最低仅需1.8万元，并可获得价值8000元的夏季礼包。作为一款深受年轻家庭用户青睐的车型，新赛欧目前价格直逼国产轿车市场空间，对国产品牌如比亚迪F3、长城腾翼、长安悦翔等车型将会造成较大冲击。

上海通用雪佛兰品牌相关负责人表示，“此次‘变形未来，雪佛兰夏季促销’主要是配合《变形金刚3》热映而推出的回馈客户行动，我们希望通过价格优惠将消费者对《变3》电影的关注度转移到雪佛兰车型上面来，同时让更多的‘变形金刚迷’能够以更实惠的价格、更轻松的拥有一辆属于自己的爱车”。

记者认为，面对竞争日趋激烈的车市，在国家金融信贷政策并不乐观的背景下，无论是一汽丰田、东风日产的优惠促销，还是雪佛兰亮出看家“双枪”进行夏季促销，汽车厂商们集体打出优惠促销牌对于购车者而言无疑都是一大利好消息。购车用户如果能够把握住合适购车机会，将会获得不小优惠。

需求决定趋势 排量决定价值

中高级城市SUV火热的背后

本报综合消息 车市震荡，SUV市场逆市上扬，已是不争的事实，尤其是在20万元级别的中高级城市SUV市场上，销售表现更是活跃异常，逍客、途观、ix35、C-RV等主力车型，月销量持续破万，堪与传统主流中高级家轿市场分庭抗礼。

数据分析显示，今年1-7月，中高级城市SUV整体市场增速，远高于行业平均水平。同时，逍客、ix35、C-RV等市场领导产品，均在其2.0L排量车型上，占据了极大的销量比重。其中，逍客2.0L车型实现销售50578台，占整体销量的87.5%，也是该排量级别的车型销量冠军，ix35的2.0L车型销量占比为85%，而C-RV的2.0L车型销量占比也达到了近6成的比重。

该级别市场的迅速成长，引发了业界的热议。不少业内人士都认为，中高级城市SUV的市场主流化，是消费者用车需求的转变，以及合理的车型价值定位，所决定的。

需求决定论：多样化VS单一性

还在两三年前，中国消费者的选车标准，还相对比较单一，尤其是在中高级车市场上，用户在购车时关注的焦点，首先是满足基本的家庭代步和商务需求，其次是驾乘舒适性和安全性，同时对于外观设计上有一定的追求。

这种需求的单一性，使得传统的中高级轿车，如新天籁、雅阁、凯美瑞等即能满足。而自2010年以来，越来越多的消费者，已经从单一性的需求转变为多样化的功能追求。

近日，机械联合会执行副会长张小虞就认为：“城乡一体化的巨大变迁，催生出三大需求推动力，带动了城市SUV突发性增长。第一是，用户对于行车安全性的更高要求；第二是，中国消费者生活方式的多元化，人对汽车的追求不再是简单的代步工具，而是多样化的丰富多彩生活的方式；第三是，个性化的需求，城市SUV就是在传统车型的基础上，能更多的满足个性化的需求。”

而购车趋势变化在销售端方面的表现的确非常明显，近期一个购车典型案例就能充分说明这点。经商小有成就的叶先生，在购车时，在逍客和雅阁之间进行抉择，最终因为综合考虑了家人的不同使用需求，而选择了逍客。

业内人士认为，像逍客这样全能型跨界城市SUV车型，兼具了轿车舒适性和传统SUV的高通过性，满足多种路况的行车需求，同时产品拥有更加全面的安全性能，在外形上不仅时尚，而且大气从容，更能符合现在用户多样化的用车需求。

排量决定论：综合价值致胜

如果说，20万元级别城市SUV车型对多元化功能需求的满足，推动了市场的成长，那么具体到产品层面上，其综合价值的体现，才是最终致胜市场的决定性力量。实际上，在这一级别市场上，厂商推出了多种不同排量级别的车型，从1.6L、到2.0L、再到2.4L，然而正如上文的销售数据分析一样，其他排量与2.0L排量车型的市场地位，可谓是“冰火两重天”。

出现这一现象的原因之一是，各车企不约而同的将重点车型放在了2.0L排量级别上，相比其他排量，推出的不同配置种类车型更加丰富，选择空间较大，能精确的符合不同层次用户的价值需求。如逍客在这一级别上就多达5款车型；而ix35的2.0L车型款数也占据了整体的2/3。

另外，对于消费者而言，1.6L排量车型，在动力表现上略显不足，很难满足一些个性化的用车需求。而2.4L车型，在售价方面有点高高在上，与2.0L车型相比，价格平均高出2-3万元，在性价比方面就显得有点差强人意了。

反观2.0L排量车型，已经拥有了非常不错的动力性能，能很好的支持车辆的高通过性。同时，在操控配置、内饰、以及空间方面，与中高级轿车、MPV等车型不相上下。被业界称为“智尚全能”的逍客，就是其中的佼佼者，其配备的CARWINGS智行+智能全方位行车服务系统，之前就仅搭载于高级车典范的新天籁之上。此外，AVM全景式监控影像系统、通览全景天窗等，更是高级别车型才有的专属配置。

中高级SUV市场的快速崛起，为我们提供了一个很好的思考契机。随着中国消费者的日益成熟，要想跑赢市场，准确的需求把握，及合理的产品推出，对车企而言就显得愈发地重要。只有这样，用户和厂商才能取得共赢的局面。