

车·调查

■ 实习生 陈卓斌
本报记者 陈蔚林

一个地方的人会不约而同的偏好某一种车,这与当地的气候、交通、人的性格等都有很大的关系,并且随着时代的发展不断演变。那么,海南车主在选车时,更青睐购置哪些车呢?

海南车主的日系情结变迁

上世纪90年代,海口街道上跑的都是以第六代马自达323、马自达929旅行车、第九代皇冠3.0为主的经典日系车。可以说日系车和海南缘分已久,并凭借其省油、省心、毛病少的特点,多年来在海南本土积累了良好的口碑。

海南省消费者委员会

海南车主更青睐这些车

汽车专家团团长唐奉生告诉记者,海南普通百姓购车的预算大多在10万元到20万元,正好在这个区间上日产、丰田、本田以及马自达等日系品牌产品布局多年,针对性强,深受本土消费者喜爱。再加上海南省自1994年起将养路费、路桥费等“四费合一”转入油费,导致海南的油价偏高,所以前些年海南车主在购车时依然更青睐油耗低的日系车。

但近年来,基于以下几个原因,行情开始发生变化:随着涡轮增压技术的广

泛应用,欧美车系也实现了低油耗的目标,而且安装涡轮增压发动机后油门反馈较好,前期动力充沛;欧美车系内饰和配置的档次感也普遍更有优势;加上日系车屡次遭受血统和安全性能的质疑,日系厂商对涡轮增压技术的态度较保守,海南车主的日系情结渐渐淡出了历史舞台。

如今腰包变鼓的海南车主们大多已经跳出传统的车系观念,在买车时更注重配置、操控、空间等刚性需求。

到海南车主热捧;欧美车系中,在海南销量靠前的仍是大众“套娃”团、奥迪A4L、福特蒙迪欧及翼虎等一众涡轮增压车型;在国产车选择上,海南车主更倾向于购置长安CS75、吉利博越等。

经走访海口南海大道多家4S店,记者从销售口中了解到,以日产奇骏、别克昂科威、福特翼虎、大众途观、丰田汉拉达为代表的SUV近年销量非常火爆,经常供不应求。正在4S店试驾新款SUV,有着23年驾龄的王先生表示:“海南岛的天气像娃娃的脸,每年都刮台风,路上也经常因暴雨积水,我感觉选择底盘高、通过性较好的SUV在海南更为实用。”

海南车主不能盲信SUV

海南交通广播副总监仰帆持有不同意见:“近年来中国人购车偏爱‘高大全’的SUV,海南车主也不例外。不过盲目地跟随潮流买SUV会使得车主增加多余油耗,行车、停车都很不方便。”仰帆解释说,海南岛比起部分外省路况相对较好,车辆多集中行驶在城区,加之又没有冰雪

气候,车辆对越野的需求并不大。此外,仰帆还指出,很多SUV相比轿车只是底盘更高、视野更好,和真正意义上的越野车是无法相提并论的,尤其通过性和涉水能力并未达到SUV车主的理想状况。“在节目中SUV车主反馈车辆进水的情况最多,大多是车主在跨越水坑时过于自信导致的。”仰帆认为现代人大部分时间是独自驾车,追求多余的空间着实不必要,他建议:“城市代步还是以小车为主,如果遇到有多人旅行外出的需求,可以选择租

用7座、9座的汽车,既省心省事也节能环保。”

海南车主的购车需求虽然在不断变化和丰富,但总体上还是倾向于购买功能丰富、外观大气的车型,SUV热仍在继续。同时海南车主虽对油耗的要求放松,但节油车型和混合动力车型仍吸引消费者目光,另外后期维修保养费用也逐渐走进车主视野;在配置上由于海南岛四季高温,车主十分关注空调效果和出风口数量,像座椅加热等配置则略显鸡肋。

车·提醒

暴雨台风天爱车怎么办

★地下车库不宜停

看看天气预报,如果所在的位置近期或者已经出现暴雨天气,那么车放在地库中就要提高警惕了。要知道车要是泡了水,虽然不会造成太大机械故障并且可以修复继续使用,但是未来卖车的时候会严重掉价。

如果停车的位置比较灵活,尽量不要停在大树或者是不结实的悬挂物下面,暴雨和大风是“好兄弟”,刮下来的东西砸到车太让人心疼了。

★车要慢 路要探

快走沙慢走水,虽然是老话但其中蕴含着深刻的道理。另外,在过水之前最好跟着前车过,因为没有条件下车查看水下路面情况就只能靠前车引路了,万一前面“趴窝”了,后车也可赶紧换道或打住。

★车被泡过 涉水险管

涉水险是一种衍生险种,其实把它理解为发动机特别损失险更为准确。如果购买车涉水险,那么车辆如因下雨造成的水淹、车辆停入水中、车辆停在地下车库等地方被水淹均可得到赔付。能赔多少跟泡到多高的位置有关系。一般来说,泡水超过仪表台的位置基本上就按照车辆残值进行评估了。

车辆已经被水浸泡再进行“水下点火”造成发动机的损坏,将不会得到车险赔付。所以如果水已淹到发动机进气口的高度就千万别再点火了。

如果车被冲走了保险赔不赔?根据有关规定,暴雨、洪水等自然灾害造成的车辆损失属于商业车险中车损险的保险责任范围,是可以得到理赔的。

没上涉水险就“白瞎”了?如果没有涉水险,车辆由于泡水造成的损失,除了发动机部件之外的其它零件均可以得到车险的赔付。(综合)

车·评

■ 罗孝平

从众指个人受到外界人群行为的影响,而在自己的知觉、判断、认识上表现出符合于公众舆论或多数人的行为方式。

“如果有一个中国人抬头看天,后面的人也都会伸长了脖子跟着

看。”鲁迅将从众视为国人的劣根性而大加批判。确实,在特殊时期,公共舆论环境的挤压加上自身独立判断的缺失,使得从众成为国人文化性格中抹之不去的烙印。

但具体到买车上,个人反倒赞成从众。对于大多数人来说,既然对底盘、发动机、悬挂等一无所知,也就没

有必要下那么深的功夫去研究个性了,就看看身边的人都买了什么车、推荐你买什么车,这是口碑软实力的效应;再看看路上跑的都是什么车、销量榜上飘红的是什么车,参照选择肯定错不到哪里去,这是证据硬实力的呈现。另外,从保值的角度看,满大街跑的车、品牌认知度高的车,在

二手车市场当然更吃香。

从代步的工具到身份的彰显,汽车衍生出很多言外之意,汽车已成为人的“第二张脸”。时下名目繁多的汽车俱乐部盛行,“以车友会”越来越普遍,社交圈中的人开什么车,我也开什么车,社交的重叠面会扩大,从众是对身份的认同。

东风日产“智·创不凡”全新天籁海口上市



8月6日,东风日产“智·创不凡”全新天籁海口上市发布会在观澜湖酒店举行,有超过400位的东风日产客户及媒体人士到场,一同见证此次全新天籁的耀目登场。

一望无际的绿野,如贝壳般的白色宴会礼堂若影若现,这里便是全新天籁的上市发布会场地,也是冯小刚电影《私人订制》取景地。东风日产选择此地发布全新天籁,似乎也寓意着全新天籁是一款专为东风日产客户私

人定制的中高级豪华座驾。

作为中高级车市场中的标杆车型,新天籁经历了12年革新与进化的荣耀之路,赢得了超过100万用户的信赖。如今,全新天籁载誉归来,不仅继承了上一代天籁的优良血统,更是迎来了16项产品力强势升级,成为新一代高科技旗舰座驾,承载着带领全系车型实现东风日产品牌飞跃与销量提升的重要使命。全新天籁将以“驾享合一”的理念,给消费者带来充满激

情驾驭与极致舒适的驾乘体验。

作为一家有社会责任感的企业,作为诚信央企,海南东风南方除了为广大客户提供高品质的产品和服务外,也一直秉承“共创价值、共谋福祉”的企业使命,努力通过公益行动回报社会。此次全新天籁上市发布会上,海南东风南方还启动一项重要的公益活动——“微公益 中国行”。“微公益 中国行”是2016年东风南方爱心公益基金会感恩车主回报社会的爱心公益活动,

项目投入总金额将近三百万元,活动旨在鼓励车主发现并关注身边的微公益,并通过微公益活动的传播与实施,呼吁社会大众提高对公益的关注与参与热情。本活动将面向海南全省所有车主,每个方案实施资金将由东风南方爱心公益基金会为您买单,活动请详询海南东风南方各专营店。

东风日产在海南已经连续7年取得了傲人的业绩,续写传奇,让我们共同见证。

车·资讯

里约奥运大舞台 车企“八仙过海”

里约奥运会已于北京时间8月6日上午7点开幕,对于四年一度的盛会,各个车企当然不会放弃这次品牌推广的好机会。

即便日产在巴西的汽车销量有所下滑,但日产依然没有放弃通过里约奥运会进行品牌推广的机会。日产成为了里约奥运会独家汽车赞助商。而日产赞助里约奥运的合约金额则高达2.5亿美元。这也超过了宝马在2012年伦敦奥运会以及大众在2008年北京奥运会赞助金额的总和。

而宝马与奥运会的关系不仅仅是广告那么简单。宝马为美国游泳队提供运动追踪系统,通过对运动员泳姿的分析促使运动员能够更加有效地进行训练及比赛,最大限度地提高他们的表现。

此外,丰田也在去年宣布成为奥运会顶级赞助商,协议有效时间从2017年到2024年。但在2017年之前,丰田在奥运会方面的赞助活动则限制在日本境内。今年,丰田在奥运推广上的力度则相对较小。

对于里约奥运会,各个品牌在华的品牌推广力度也不可小觑。不仅有广告方面的投入,也有对中国各项目团队进行赞助。全新一代迈腾等车型以及Audi Sport品牌在电视节目时有出现。此外,吉利汽车宣布了一个奖励计划。获得游泳单项和集体项目前三名的运动员和教练员可获得一辆吉利帝豪GS作为奖励。华晨中华V3也继续与中国国家女子排球队进行合作。上汽大众斯柯达品牌也成为了中国国家田径队、自行车队、柔道队和现代五项队的合作伙伴。一汽丰田则携手中国国家击剑队征战里约奥运。(据中国经济网)

丰田跌落销量王座 中国市场成软肋

全球主要汽车厂商上半年销量统计数据全部出炉,去年年底才夺回全球销量冠军的丰田,时隔半年后再度被大众从王座上拉下。

据丰田公布的数据显示,包括大发工业和日野汽车在内,整个集团今年上半年的销量为499.2万辆,同比减少0.6%。这样的成绩相当于把麻烦缠身的大众轻松送回了全球销量冠军位置。

此前长达10年的时间里,全球销量“一哥”位置多是在丰田与通用之间展开,且丰田胜率更大,尤其在2008年之后,除2011年之外,丰田都是排名首位。而一直将世界销量第一视为集团发展阶段性目标的大众,则被牢牢钉在世界老三的位置上多年。

而对于丰田来说,中国市场却正是一大症结所在。

反观丰田,与本田和日产相比,其在华的SUV产品线布局明显缺乏。丰田在华另一个广被诟病的是谨慎,甚至是保守。比如,当几乎所有企业都在强调中国市场的重要性时,丰田今年在华的销量目标也不过是较去年增长2.4%而已。(新金融)

特斯拉二季度 亏损1.5亿美元 销量低于预期

特斯拉汽车近日公布其第二季度财报,亏损为1.5亿美元。但特斯拉CEO Elon Musk 仍对其前景看好,其中包括盈利能力,纯自动驾驶汽车技术,以及电池工厂等。

特斯拉公布,今年第二季度亏损1.5亿美元,其主要原因是由于Model S轿车和Model X SUV 低于预计成交量。根据雅虎金融公司的预测,特斯拉每股1.06美元的亏损额是华尔街预期每股亏损59美分的两倍以上。但Elon 仍然对此保持乐观态度,认为到年底仍能盈利。

特拉斯指出第二财季几乎一半的交付量都发生在最后的四个星期。二季度公司交付了14402辆新车,其中包括9764辆Model S和4638辆Model X。Musk指出他们在下半年还有将近5万辆的任务要完成。

特拉斯准备在2017年7月推出Model 3。这款车型在今年早些时候就曾大张旗鼓地进行宣传,特斯拉预计将投资约22.5亿美元加速Model 3的生产。而在Model 3推出后,特斯拉将推出一款紧凑型SUV—Model Y,该款汽车是全自动驾驶汽车。(环球)

广告联系

林莉莉 13876006886