

简讯

东南汽车启动“七夕浪漫购车节”

在中国传统情人节——七夕到来之际,东南汽车在全国启动“翼神魅力巴厘岛七夕浪漫购车节”真情答谢活动。据悉,在7月7日-8月6日活动期间,订购三菱翼神的消费者,除有机会获取巴厘岛双人双飞游大奖外,更有可能获得原厂导航及加油卡等一系列丰厚礼品。最终抽奖结果将于8月7日正式公布。东南汽车为消费者打造的浪漫购车节,除了可以得到丰厚的奖品,在活动过程中,消费者还可以通过活动亲身领略2011款三菱翼神时尚大气的外观、强劲的动力、精致的内饰以及更人性化的人性化配置,感受2011款三菱翼神“温柔大男人”的独特魅力。(俊旭)

奔驰中国高级设计中心在京揭幕

北京伴随着中国汽车市场对未来汽车需求与发展趋势的影响不断凸显。7月21日,全球第五个梅赛德斯-奔驰高级设计中心在京城盛大揭幕。这个近1000平方米的设计中心将与位于德国、意大利、日本和美国的四个梅赛德斯-奔驰设计中心紧密合作,为梅赛德斯-奔驰汽车的未来发展作出贡献。据悉,作为设计中心的前身,梅赛德斯-奔驰设计办公室在2009年初就已经成立并从事了多个项目的设计开发,其中一项具有代表性的成果便是去年巴黎车展亮相的smart escooter概念车。(胡俊)

东南汽车大篷车巡展山东起航

7月16日,东南汽车大篷车全国巡展活动在山东临沂启动,本次活动是东南汽车针对全国二、三级市场展开的大型活动。东南希旺、V3菱悦幸福版、东南得利卡等东南自主品牌明星车型将精彩亮相,给力的优惠促销、周到的服务、精彩的表演将为齐鲁消费者带来一场非凡的体验盛宴。据介绍,东南汽车大篷车活动从山东临沂起航,途径枣庄、日照、胶南、胶州、威海、烟台、莱州、济南等18个城市,一直持续到今年11月,随着活动的逐步开展,8月中旬,东南汽车还将有2辆大篷车加入巡展的队伍,为广大消费者展现东南汽车的非凡品质和“服务下乡”的理念。(何河)

“2011中国驾驶达人赛”转战羊城

7月21日,国内首个关注汽车文明的大型赛事——“梅赛德斯-奔驰杯2011中国驾驶达人赛”继6月、7月分别登陆北京和成都后转战羊城,正式开启广州分站赛,掀起华南地区安全驾驶文明行车的热潮。(俊旭)

东风悦达起亚购车“二重喜”

“试驾购车双喜 喜从天降缤纷季!”7月起,东风悦达起亚在全国范围内开展“试驾刮刮乐”试驾有礼活动以及“购车有礼”活动,凡来店、试驾、购车的消费者,即有机会获得IPAD2等时尚精美礼品以及各种优惠。据了解,本次活动覆盖全国所有有人售后运营的东风悦达起亚专营店。活动分为全车系“试驾刮刮乐”试驾有礼活动、全车系“购车有礼”两个部分。第一重喜:活动期间凡来店试驾的消费者即可获赠清凉刮刮卡,奖品除777美甲套装、乐扣乐扣时尚陶瓷杯套装、K5/K2冰箱贴等精彩好礼之外,还有200位消费者将有机会赢取时尚新宠IPAD2。第二重喜,凡活动期间来店购车的消费者,都将根据车型不同,获得各类优惠。(李晋)

东风悦达起亚售后服务大赛开启

7月13日-16日,第六届东风悦达起亚售后服务技能大赛首站沈阳赛区比赛拉开帷幕。本次大赛为期7个月,将通过店内预选赛、区域网络淘汰赛、区域赛和总决赛层层选拔,最终于12月决出最后的冠军。大赛比赛项目涵盖服务顾问、维修技师、喷漆技师,参赛选手将经历理论、实践以及日常业绩三方面的全面考核,旨在提升专营店售后服务人员的业务技能,提升服务品质,为品质年目标顺利达成提供支持。作为锻炼和检验售后服务团队的一项重要而有效的机制,大赛通过以赛代练的方式,为企业主要售后服务人员提供学习交流的平台,将对售后服务的提升起到了很好的促进作用。(李晋)

阿斯顿·马丁在中国新增经销点

跑车市场受到顾客的强烈关注与欢迎,2011年阿斯顿·马丁公司将实施第二阶段的发展计划。公司将积极开展关于中国4个新增经销点的计划,以满足该区域的发展需求。阿斯顿·马丁的亚太区总监 Matthew Bennett 博士表示:“4月我们参加了盛大的上海车展,届时Virage、Vantage S和4门Rapid新车型在中国首发,推荐车型One-77也将在该地区首次发布。在车展中我们了解到了中国的广大消费者对我们的关注,以及对阿斯顿·马丁品牌的热情,给予了我们极大的鼓励。”“对于不断发展壮大的中国奢侈品市场,我们期望能在中国范围内提供尽可能广泛的阿斯顿·马丁专门经销网络,以便顾客亲身体验阿斯顿·马丁。”Matthew Bennett博士补充道。(胡俊)

东南汽车“我们约会吧”登陆厦门



7月16日,三菱翼神世纪佳绩主题交友派对厦门站活动在厦门东南汽贸成功举办。活动以“约会我的魅力MAN”为主题,数百位都市白领精英在分享2011款三菱翼神领先技术与卓越品质的同时,演绎了现实版的“我们约会吧”。活动当天,共有五对男女牵手成功,现场还评选出了“最具魅力情侣奖”及“终极魅力MAN”两项大奖,胜出者分别获得了由东南汽车送出的5000元购车优惠奖及10000元购车基金。(胡俊)

各大车企进入营销“中考” 郑州日产民生车型市场稳中有升

7月份国内各大车企纷纷即将交出各自的“中考”成绩单。相较于去年的飞速增长,今年车市整体情况不容乐观:中汽协统计数据表示,上半年汽车累计产销增幅明显放缓。业内评论人士普遍认为一系列车市鼓励政策的退出、部分地区推出的限购政策以及油价、停车费的不增长让车市整体表现低迷。相对而言,始终坚持东风和日产双品牌战略的郑州日产今年的走势稳中有升。1-6月整车销售近57000台,同比增长34%;其中东风品牌锐骐皮卡销量同比增长35%;东风品牌帅客销量同比增长42%;NISSAN品牌的CDV车型NV200上市近一年也受到了市场好评。郑州日产稳步增长为东风集团乘用车逆势增长贡献了重要力量。更重要的是,它也为失去了车市鼓励政策支持的“车企国家队”们打开了一条通往“中国模式”市场蓝海的崭新大门,而这把大门的钥匙就是“民生车型”。

“三大派系”演绎豪华轿车个性

随着中国豪车市场购买力的逐步增强,各大品牌纷纷重磅出击,以旗下热销车型争取更多的市场份额。日、德、美三大主流品牌的经典豪华轿车凭借各自鲜明的品牌个性在中国豪车市场赢得了不俗的表现。Acura TL、宝马520Li和凯迪拉克CTS,作为三大派系豪华轿车车型的典范,毋庸置疑都将各自独特的品牌个性完美彰显,也备受市场青睐。现在,就让我们感受一下这三款标杆之作不凡的品牌气质所在。

日系代表 Acura TL 运动豪华,个性跳跃



Acura是Honda的高端车品牌,是首个日系豪华车品牌,它诞生于美国,并在北美市场赢得了众多荣誉。TL被喻为“Acura历史上最激动人心的豪华轿车”,该系列车型自1995年问世以来,凭借其激情的设计风格、卓越的性能以及豪华的配置,受到了高端人士的青睐,斩获了国内外大奖无数,淋漓尽致地展现出Acura品牌全新的运动豪华风范。

TL外观采用代表Acura未来车型设计方向的“激情界面”设计理念,其前卫而大胆的设计灵感来自美国加州的托兰斯Acura设计室的设计团队,处处彰显出TL独特的运动个性,令人一见难忘。TL车身以简洁锐利的线条代替曲线,流畅又顿挫有力,粗犷的发动机罩与双五角形前格栅时刻透露出十足侵略性,张扬的轮眉与醒目的LED尾

灯则时刻散发着强悍气势,动感个性在匠心独具的前瞻设计中激情洋溢。与此同时,依托3.5L V6 VTEC发动机、超越同级的2775mm的长轴距、更低的重心设计和全新的底盘调校,先进的速度感应型电子助力转向(EPS)系统等智能电子配置,以及为每一位驾乘者量身打造的高品质娱乐系统、空调系统等,TL拥有了最强劲的前驱动力、最稳定的前驱操控和最舒适的豪华配置,将运动与舒适完美融合,成为一款为车主提供极致驾驶乐趣的豪华轿车前驱之王,为驾乘者带来非同凡响的运动舒适驾驶享受,简约而不简单的设计风格,低调奢华的气质,让TL的运动豪华风范在同级车中愈加跳脱出众。

德系代表宝马520Li 不缩水的入门级豪华轿车

作为宝马家族的入门级豪华轿车,宝马520Li在价格上相比其他同级别入门轿车有明显优势,在设计和配置方面,也没有辜负车迷对宝马的期待。

宝马新520Li设计上较上一代5系更犀利,其线条更为优雅,整体风格偏向于新7系,车身轴距更是达到了3108mm,一举超过了奥迪A6和奔驰E级加长版,使其当之无愧地成为国产豪华中高端车阵营中的轴距之王。宝马新520Li摒弃了旧款使用4缸发动机的配置,采用新5系直列六缸自然吸气发动机,搭配顶尖的8速手自一体变速箱,并且全面采用了BMW Efficient Dynamics(高效动力)技术,包括制动能量回



CROSS“跨界”车型拒绝单调

效果到位,在保证行车舒适性的同时,充分满足了车主的都市驾驶需求。此外,SOUL秀尔的车内娱乐设备与同级竞品相比实属齐备,堪称都市潮人的“大玩具”。

MINI Countryman

MINI Countryman采用标准4门设计,是MINI首款跨界车型。它比目前的MINI车型大出很多,轴距也达到了2.6米以上,更高的离地间隙、车顶行李架等元素都将CROSS车型的特色体现得淋漓尽致。Countryman的内饰在保留原有设计语言的基础上进行了少许创新,还采用了全景天窗的设计,配合四驱系统,驾乘感觉更贴近SUV。此外,它拥有灵活的操控性,高度成熟的悬架技术和精确有效的电动机械式转向系统确保了独一无二的驾驶感受,并通过升高的座椅位置 and 可选的 ALL4 全轮驱动将这一绝佳驾驶感觉提升到前所未有的新高度。

道奇酷威

道奇酷威出身于D-segment平台,是融

量身打造的企业之车,可谓借势而生。辅以皮卡,这一欧美市场重要的生产工具车型,打造出一片符合民族车企自身现有条件,又深刻洞悉中国经济发展大势的市场蓝海。在2011年上半年整体行业增幅仅4%的大背景下,成就了郑州日产稳步成长的奇迹。可以说,郑州日产以国民经济发展的宏观大政策来抵消汽车行业负面影响;以民生车型市场营销战略定位抵消自主品牌通有的品牌力不足缺陷;以目标消费者节约企业发展成本的根本利益抵消二三线城市购买力下降的市场阻碍;以中小企业实实在在的口碑抵消国内CDV概念认知不足的消费者疑虑;以重视消费者意见不断对车型进行改款的发展思路保持这一全新细分市场领航者的市场地位,产生了好的营销成绩。(文峰)

收、电动随速转向、智能降噪进气格栅和低滚阻轮胎技术等,使其成为入门级豪华轿车的不错选择,再次唱响“一直被模仿,从未被超越”的自信。

美系代表凯迪拉克CTS 高贵质感,尽显豪华



凯迪拉克是美国豪华品牌的标志,其车型散发着浓郁的美国风范。凯迪拉克CTS外型设计极富美国风格,运用了许多凯迪拉克的经典设计语言。外观上,CTS承接了凯迪拉克家族的钻石切割棱线及V型设计,线条硬朗而饱满,颇具硬汉个性。锋锐刚硬的车身,又以丰满饱满的流畅线条来勾勒,刚柔并济。发动机方面,CTS采用了“世界十佳发动机”,油耗直降,使其成为美系轿车中的绿色贵族。作为一辆豪华运动型轿车,CTS配有40G车载硬盘娱乐系统、同级别最大的全景天窗设计、同级最大的18英寸铝合金镀铬轮圈、专业手工皮革包覆工艺等高贵质感设计,豪华气质,尽显其中,国外媒体更将其誉为“50年来最好的凯迪拉克”。

Acura TL动感个性,豪华与舒适性完美结合,宝马520Li价格优势明显,配置不失豪华水准,凯迪拉克CTS外观硬朗,秉承家族高贵品质,这三款车型很好地代表了日系、德系和美系豪华轿车各自的高度和其独特的品牌个性,可谓“三国演义”,他们也为豪华车消费市场带来了更为丰富而精彩的选择。(何河)

入了SUV和MPV风格的跨界车型。道奇酷威的设计核心“灵活、舒适”,无论是商务出行,抑或上下班的日常使用,以及偶尔去郊外体验驾驶乐趣,道奇酷威全部都能满足。道奇酷威的外形是典型的美式肌肉车,保留了SUV粗犷感;内部设有许多触手可及的储物格,方便小物品的存放,更有多达256种空间组合方式满足各种需求。此外,道奇酷威配备了V6发动机匹配6速手自一体变速箱,在经济性和动力性上都有不错的表现;而使用的前麦弗逊式、后多连杆式悬挂系统,均有独立的车架支撑,以降低行驶噪声和振动提供安静舒适的驾驶。(李晋)



品质得到消费者认可,在2008年和2010年全国汽车用户满意度测评中,领跑两次折桂,成为都市SUV市场中,名副其实的消费者最满意车型。截至目前,累计保有量超过17万辆的成绩,也使得狮跑成功占据了都市SUV市场的主力位置,成为了当之无愧的韩系SUV的代表车型。

自主品牌:哈弗

在竞争激烈的SUV市场中,自主SUV在品牌知名度、性能等相对较弱的情况下,以其“价格实惠”为消费者所熟知,代表车型为哈弗。哈弗的H系列和M系列车型覆盖了10万元以下的SUV市场,比较适合消费者需求。从近期哈弗整体销量就可以看出它的低价政策取得了不错的市场效果。(胡俊)

轿车市场现疲态 SUV 斗志昂扬

今年以来,轿车市场显现疲态,SUV却斗志昂扬,SUV车型销售1-5月产销61.05万辆和61.83万辆,同比增长27.29%和

29.58%,成为领涨中国汽车市场发展中的新板块。市场保持增长的局面,自然说明了热销车型有着过人之处。



目前SUV市场上基本是三分天下的格局,日系、韩系和自主品牌各自发挥着自身优势,取得了不错的市场业绩。

日系代表:逍客

受到日本地震的影响,CR-V和RAV4表现有所下滑,而逍客通过2011款改款上市,增加产能等举措,一举成为日系SUV中的亮点。逍客的前脸集日产传统之大成,宽厚的中网以及散热格栅中明显的镀铬标识,让人一眼就能认出它的血统。逍客整车线条极富张力,侧身一条弧形的腰线紧贴侧窗下沿,从前延伸至尾灯处,勾勒出了强有力的

下肢线条,腰线以下宽大的车体、外抛的轮拱,营造出扎实的SUV架势。

韩系代表:狮跑

狮跑作为韩系车型的后起之秀,自从2007年“拓界”上市以来,狮跑就以其时尚、大气的外形受到了都市年轻人的喜爱。同时,在都市SUV所突出的“节油性”和“舒适性”两大功能上,狮跑也表现不俗。2.0L车型搭载起亚著名的CVVT发动机,在确保输出足够牵引力的同时兼顾燃油经济性,百公里油耗与同级轿车相当。狮跑2630mm的长轴距保证了充裕的驾乘空间,车内空间的布局更是充分考虑到消费者的实际乘车感受,让驾乘者得到超越同级轿车的舒适性。狮跑上市3年多以来,产品

LEXUS 雷克萨斯 盛装登陆长春车展

7月15日,以“科技、绿色、未来”为主题的第八届中国(长春)国际汽车博览会在长春国际会展中心盛大开幕。全球知名豪华汽车品牌LEXUS雷克萨斯携旗下6款车型以及全球首款豪华掀背油电混合动力车型CT 200h 荣耀登陆车展。此次LEXUS雷克萨斯集中展示了集科技和智能为一体的多款豪华车型以及LEXUS G-BOOK雷克萨斯智能副驾体验区,令参观者可以进一步领略LEXUS雷克萨斯“不断超越顾客期待”的全方位品质体验。

对参展此次盛会,丰田汽车(中国)投资有限公司高级副总经理中岛健仁表示:“长久以来,LEXUS雷克萨斯一直非常重视包括长春在内的东北市场。我们希望通过车展这个平台,更直接地了解当地市场,倾听消费者的需求;更希望通过品牌、产品、服务等诸多方面的不断努力持续提升东北市场客户的满意度。”

CT 200h是全球第一款搭载了完全油电混合动力系统的豪华掀背车型。优化的油电混合动力系统设计,不仅实现了超低的废气排放量,更彰显出LEXUS雷克萨斯在环保科技方面锐意进取的精神。秉承了LEXUS雷克萨斯L-finesse设计理念,CT 200h以其强大的科技优势,进一步诠释了LEXUS雷克萨斯绿色发展之道。

LEXUS雷克萨斯不断追求绿色的更高境界。在展台现场独立设置的油电混合动力区,除展出备受消费者喜爱的油电混合动力车型LS 600hL,还通过力的h次元——即生命力、爆发力、创造力、静谧力,向现场观众展示了LEXUS雷克萨斯超凡的科技魅力以及可持续发展的研发理念。(何河)

一汽吉林“重金” 出击长春车展

在第八届中国(长春)国际汽车博览会上,中国一汽以超强阵容包揽了整个A区,显示了其在主场作战的豪迈气势。一汽吉林作为中国的小型商用车生产基地,携森雅M80、森雅S80、佳宝V70等旗下主力车型亮相车展,并启动了“喜庆森雅十万辆,千人旅游同分享”大型营销活动及系列购车新政,“重金”出击发起抢攻下半年市场的营销战役,引发了众多消费者对一汽吉林多功能车专业技术平台打造实力品质的高度关注。

一汽吉林是我国第一辆微车的生产企业。作为中国一汽自主产品的重要生力军,一汽吉林还肩负着五年内“产销跨越60万辆,占集团总量12%,自主产品25%”的“十二五”使命,并承担着“微车赢,则一汽赢”的历史重任。

参加本次车展的一汽吉林产品,分别来自“森雅”和“佳宝”两大专业技术平台,主力车型包括经过全新升级的森雅M80、森雅S80、佳宝V70-2011,及各自细分的MPV、SUV和微客三大市场。“森雅”和“佳宝”两大专业技术平台系列产品,曾为一汽吉林创造了从2008年4.3万辆到2009年8万辆,再到2010年15万辆的产销纪录,带领一汽吉林迅速走上跨越式发展的轨道。今年上半年,一汽吉林更是凭借两大平台系列产品逆市上扬,取得“累计销量5.3万辆,同比增长17.8%,领先行业28个百分点”的大好成绩。

这其中,生产森雅系列产品的丰田创新型多功能全球战略平台,是丰田用于生产小型多功能车技术最先进的平台。丰之于生产各种面包、微客等低端平台技术制约的同类产品,森雅显然更胜一筹。旗下的森雅M80和森雅S80,拥有比同类产品更长的轴距,更大的车身尺寸,更高的离地间隙,具有大空间、强承载、高通过性的特点,更能满足城市小型车用户商务家用休闲等多功能需求。

其中,森雅M80曾在2010年凭借雄厚实力荣膺“小型MPV销量冠军”的桂冠。该车是同类型车型中唯一一款拥有7人座超大空间的多功能车,配备了原装进口DVVT发动机、AT变速箱,拥有非常高的性价比优势,是细分市场备受认可的“超值典范”。

森雅S80则被誉为“经济型城市SUV典范”。同样配备了原装进口DVVT发动机、AT变速箱,但森雅S80外形与内饰设计更加动感时尚,是同级市场中唯一全系标配双安全气囊,全系四通道ABS+EBD技术,综合品质方面全面超越第一代城市SUV,创立了第二代城市SUV新标准。

另外,隶属于佳宝平台下的佳宝V70素有“微客硬汉”之称。进行了4大升级,6大增强,55项品质优化的佳宝V70-2011款,安全性达到五星级标准,其所搭载的T系列发动机曾荣获“2010年度最佳小排量发动机”大奖,动力提升35%以上,节油10%以上,性能全面超越微车级别。车展期间,为庆祝长春森雅车友会成立百人以上声援企业参加长春本土车展,88名森雅车友会成员还自发组成快乐车队在长春市内主要干道巡游,给此间的长春市景平添了独特风景。这些被誉为是长春市“全城最努力车友会”的雅友们,在过去一年里组织了各种公益、联谊活动,并在售后服务等方面与企业形成良好互动,是一汽吉林品质保障的最忠实拥护者及有力见证者。

同时,为庆祝下半年森雅产品即将突破产销10万辆,回馈广大消费者的支持与厚爱,一汽吉林还同期推出了为期两个多月的“喜庆森雅十万辆,千人旅游同分享”大型活动。(李晋)