



车市资讯

**环境保护
东风 Honda 在行动**

据悉,东风本田汽车有限公司(以下简称东风 Honda)主办的“蓝天与爱同行——东风 Honda CIVIC(思域)节油大赛暨环保行动”6月13日将在内蒙古举行,近220位思域车主将和来自全国的思域节油精英共同种下爱心树苗,为改善环境做出贡献。与此同时,以健康环保为主题的思域健康“友·车”生活促销活动正在全国特约店展开,凡在活动期间购买CIVIC(思域)的车主,即有机会获得限量派送的价值2580元的时尚折叠运动自行车及环保健康礼品。

据了解,东风 Honda 生产的 CR-V 以及 CIVIC 比国家要求提早四年达到国 iv 排放标准,油耗及尾气排放在同级车型中为最低。在工厂建设方面,东风 Honda 通过使用“水性涂料”,减少环境污染 86.4%。

屈彦飞

第 30 万辆凯美瑞下线

日前,在广州丰田高层领导和生产一线员工的热烈掌声中,第 30 万辆凯美瑞缓缓驶下了生产线。自 2006 年 5 月份凯美瑞正式投产上市以来,在短短两年的时间里,广州丰田就实现了 30 万辆的生产总量。

2006 年,在全球中高级车市场上 23 年内创下 1000 万辆销量纪录的 CAMRY 实现国产并投放市场。凭借全面优异的性能,以及在空间和舒适性上的综合表现,“凯美瑞”这个名字迅速在国内车市中走红,被誉为中高级车市场的“全能冠军”。而消费者对凯美瑞的追捧也直接反映到销售数据上,2007-2008 年凯美瑞连续 16 次夺取了中高级车市月上牌量冠军,2007 年销量突破 17 万辆,创造了中国轿车市场的又一个奇迹。

刘瑞红

奥运圣火抵湘

**长丰汽车
接起“湘企”第一棒**



长丰集团董事长李建新接过火炬

备受关注的北京奥运圣火于 6 月 4 日正式在湖南省长沙市开始传递,数百名火炬手、护跑手和长沙上万名群众一起迎接了它的到来,长丰集团董事长李建新是此次火炬传递的第 10 棒。作为长沙接过圣火的第一位企业家,李建新与奥运冠军、抗震救灾英雄等社会名人一起,以自己的切身行动表达了湖南企业对北京奥运、汶川地震的关注和支持,“社会责任”成了湘企在此次火炬传递中最闪亮的一面旗帜。

“接触到火炬的一刹那,立刻感受到了奥运圣火赋予我的光荣感和神圣感,而汶川的地震使我手中的火炬添了一份沉甸甸的责任感,传递奥运圣火,也就是在传递希望,希望灾区人民可以感受到来自全国人民的关怀。”在跑完自己的一段路程后,李建新董事长对记者说。

作为中国最大的轻型 SUV 制造商、湖南省排名第一的汽车企业,长丰连续四年进入中国企业 500 强,在越野车、轿车、皮卡等领域厚积薄发,年生产能力达到 10 万辆;科技、环保、经济、时尚的产品在 SUV 领域享有很高的知名度和认可度,公司“猎豹”与“三菱”两大汽车品牌在中国中、高档 SUV 市场占有率有 32% 以上的市场份额。这次能够成为长沙火炬传递的第一家湘企,本身也是对长丰在湖南经济乃至全国行业中地位的一种肯定。

李建新表示,团结友爱是奥林匹克精神的重要内涵,眼下正值抗震救灾的特殊历史时刻,通过圣火的传递广泛团结大家的力量、相互了解和扶持,正是当前弘扬奥林匹克精神最温暖、最贴切的方式。

丁琦

车事播报

**吉利集团
1250 万资助灾区学子**

四川汶川大地震发生后,吉利集团在第一时间携经销商、供应商和员工首批捐款 1000 万元。近日,吉利集团再次作出决定,吉利集团将启动“吉利未来人才基金”和“李书福资助教育基金”,委托浙江职业技术学院、浙江吉利汽车工业学校在今年秋季招生中,面向四川地震灾区,定向招收 800 名应届初、高中毕业生,并为他们提供学习期间全部学费,毕业后在四川吉利生产基地安排工作,这项资助计划总计费用将达到 1250 万元。

据吉利集团新闻发言人介绍,根据吉利集团要求,目前上述学校已正式决定了这次特别招生政策,并将根据四川省高考时间安排择时组织灾区招生工作,深入灾区,为考生入学开通绿色通道。

陈仪

**支援灾后重建
江淮一往无前**

汶川地震发生后,举国上下同心协力,就在大家捐款捐物的同时,江淮汽车集团直接参与到救灾工作的第一线。

5 月 12 日晚,灾难发生后几小时,江淮汽车即与四川当地经销商取得联系,商榷救灾事宜。13 日上午,由该经销商提供的首批 10 辆江淮“亲情赈灾车”进入受灾最严重地区,这 10 辆车奔波于各救灾中心及灾区,为灾区串起了一道希望的生命线。

与此同时,远在千里之外的江淮汽车向灾区支援 200 辆车用于救灾,随后捐赠了 300 万元现金,用于灾后重建。截止到 5 月 27 日,江淮企业动用车辆 199 辆,出动车次 1465 台次,总行驶里程约 18 万公里,运送伤员 320 人,运送救灾人员 2800 人,抵达一线目的地 131 个,企业内部员工自发捐款 263 万元。

郭思贝



安全、个性、经济

——“新 A5-08 款家庭派”领跑家轿车市的三大利器

产要求,对车辆的安全、时尚、舒适、节能、稳定等方面进行了 38 项技术要素升级,“新 A5-08 款家庭派”应时而生,该车型有三个系列:新 A5-08 款欢腾派轿车,主要配备了高级音响系统;新 A5-08 款逍遥派轿

车主要配备了天窗、恒温空调系统;新 A5-08 款尊享派轿车,主要配备精致真皮内饰,人机一体护位系统。更为关键的是中植作为经销商对这款车辆具有独立的定价权和营销权,为消费者争取到了最具竞争力的价格(三款车型直降 9000 元),率先实践了“定制式”营销模式,为中植在今后更好地服务客户提供了一定的借鉴经验。

利器一 经济

很多汽车用户一提到经济性就自然而然地

想到油耗,其实油耗仅仅是汽车经济性的一个指标,购车价格、配件价格、养护成本等都是经济性的重要考量参数。6 月 8 日,中植奇瑞中原路 4S 旗舰店举行了一场别开生面的老用户座谈会。席间,来自洛阳的 A5 车主刘先生介绍说,他经常驾车往返于郑洛两地,一个多月来自己的车子已经跑了 6000 多公里,平均油耗不足 7 升,首保之后又做过一次保养只花了 100 多元钱,选择奇瑞 A5 让他节省了大笔开支。

据中植奇瑞服务总监介绍,奇瑞 A5 的低保养成本来自低服务成本和低配件成本。奇瑞 A5 的 3 年或 6 万公里的保修期内用户可以享受相关备件免费检测更换服务,为客户节省了一大部分日常维修费用,同时,奇瑞的“四季关爱”活动经常会推出一些优惠保养保养活动;而在最近的一项 A 级车备件价格调查中,奇瑞 A5 在共计 57 种常用和易损件总价中,以 15529 元的最低价在备件经济性方面遥遥领先,甚至比素有“备件低价王”之称的捷达还低出 19%。

车市分析人士认为,受急速扩张的私家车消费和目前中国主流消费者的经济基础影响,A 级车市场依然是中国家用轿车的主攻地,而消费者对汽车的个性化要求也越来越明显。4 月 18 日,中植奇瑞首创的“定制式”汽车营销模式启动,经过近两个月的实践和完善,这一模式得到了广大消费者的极大认可,产品销量不断攀升。截至 6 月初,首批用以满足广大客户个性化消费的奇瑞“新 A5-08 款家庭派”系列定制车型销量已突破 150 台。

笔者通过对近百位“新 A5-08 款家庭派”用户回访得知:安全、个性、经济,依然是该车型领跑中原家轿市场的三大利器。

利器一 安全

对于汽车而言,小心驾驶是一方面,其自身所具备的安全性是保障驾乘人员减少意外伤害的最关键因素。“没有什么能比家人的安全更重要,所以用车就要用那种‘看上去敦实、坐上去扎实、用起来踏实’的产品。”消费者张先生直言不讳地说,“为家里买车,安全性是我关注

的第一位。”

在中植奇瑞“新 A5-08 款家庭派”的用户中,有张先生这种想法的人不是少数,他们大都在深入了解和对比试驾后选择了这款车,足以说明奇瑞在 A5 的安全性上做好了工夫。据中植奇瑞服务站技术总监梁先生介绍说:“奇瑞 A5 车身采用世界先进的机器人全自动激光焊接技术,车身焊缝处相当于整张钢板强度,配合全金属封闭钢板框架结构,使得整车极其坚固,抗撞性能好;四通道、双回路的 ABS+EBD,四轮 14 寸碟刹等,使得奇瑞 A5 刹车效能高,制动灵敏及时,加上 B 级车底盘,加长前车身吸能缓冲区、吸能转向柱、预紧式安全带、双气囊、侧围全钢防撞杆等被动安全配置,整车安全性能非常突出。”

利器一 个性

“个性”是现代入常说的一个词语,衣食住行都离不开张扬自我需求、体现个人审美取向,汽车亦是如此。以家庭用户的需求特点为主导,中植奇瑞经过长期的反复论证,向厂家提出生

中植奇瑞汽车城

0371-67520333 郑州市西环路与化工路交汇处北 1000 米路东

中植奇瑞中原路 4S 旗舰店

0371-67275555 郑州市中原西路 116 号

中润奇瑞北环 4S 品牌店

0371-67259996 郑州市北环汽车交易中心对面