

绿

刘谦助阵

全新柴油发动机
开瑞微车惊艳全场

4月23日,北京国际车展W3馆,以“开启美好生活”为主题,开瑞微车携3款先进的小排量发动机、6款精品微车正式亮相。活动现场,开瑞微车正式发布国内首款1.0L柴油发动机,国内首款1.0L柴油微客开瑞优优同步亮相。刘谦作为开瑞微车的形象代言人也出现在开瑞展台。在明星和创新精品微车的作用下,开瑞展台吸引了众多观众,俨然成为本次车展最惊艳的微车展台。

作为微车新锐品牌,开瑞微车2009年迅速发展,成为微车行业一匹黑马,今年第一季度,销量乘势再上一个台阶,市场份额进一步扩大。据悉,开瑞微车把2010年看作快速发展年,希望产品、市场、品牌都全面跨上新台阶,实现品牌跨越和发展。首度亮相北京车展,开瑞微车就发布了国内领先的小排量柴油技术,并派出了全部主力阵容,不仅全面展示了技术研发实力和产品质量,更彰显了不断向上的发展诉求。

此次亮相的开瑞微车1.0L排量柴油发动机,是国内首款最小排量的柴油发动机,采用高压共轨与增压中冷技术,转速提升至2000转就可达到最大峰值扭矩,最大扭矩可以达到129N.m,和同排量汽油机相比提升了40%,相比汽油机转速提升至3500转以上才能获得最大扭矩,几乎是在起步之后就能达到最大扭矩,因此非常适合乡镇和农村路面的行驶。

陈栋



悦翔

4月23日,整合后首次以统一形象亮相的中国长安汽车集团,旗下主流品牌齐齐亮相,强势登陆北京车展国际馆,并以三千余万平方米展位面积,41款展车,其中6款纯电动等新能源车型,3款混合动力车以及3款低碳、高效发动机的强大阵容登顶车展之最,展示出中国汽车企业第一军团的强大实力和企业形象。其“长安行天下,绿色新未来”的参展主题和独特的G-Living发展理念让人耳目一新。

整合中航集团的汽车板块后,长安汽车成为中国乘用车企业中

子品牌最多、业务板块最全的汽车企业,在自主品牌与合资品牌的带动下,长安汽车产销量日益攀升。在产能提升到200万辆后,今年一季度产销更是稳居中国汽车行业第二位,旗下微车、合资与自主品牌轿车三大板块的业务正在实现均衡发展、齐头并进,各子品牌也在相应的市场里有着不俗的表现,既有长安福特福克斯、嘉年华、长安铃木奥拓等合资品牌明星车型,也不乏悦翔、奔奔等自主品牌明星车型,在主流车市中的占比不断提升。

新时代的新长安同样需要一个全新的发展纲领。17日,长安汽车正式发布了立足自主、锁定绿色、放眼全球的未来发展行动纲领,概括浓缩成“G-Living”,以“绿色出行专家”、“绿色发展模式积极践行者”的身份向世界汽车工业宣告自己独特的发展理念和行动计划。全新的“中国长安”,正在以更高的视角和放眼全球的视野,着手打造世界一流汽车企业,思考着未来中国自主品牌汽车的国际化之路。

“G”高度凝练了“绿色、成长、全球性”含义,第一个G为“Green”——绿色之意,代表环保与生命力、成长,更有健康生活等寓意。绿色是长安汽车雄厚的科技实力和发展方向的象征。第二个G为“Growth”——快速成长,代表长安汽车在中国汽车产业、在全球汽车产业中的实力和影响力与日俱增。第三个G为“Global”——意为全球化,代表了长安汽车“打造世界一流汽车企业”的宏伟愿景,更表达了长安汽车的全球化绿色发展美好心愿。三个G与“Living”结合,表达了长安汽车以低碳环保为核心发展方向,是“引领汽车文明、造福人类生活”的使命和“打造世界一流汽车企业”的伟大愿景的生动诠释和注解。

晚报记者 曲来印

海马两款重量级新车亮相

2010年4月23日北京车展媒体日,海马骑士宣布正式上市,定位为行政级SUV的海马骑士首批上市车型价格为13.68万元。“年轻”的海马郑州携4大系列、7款车型亮相,颇为引人注目,其第一款轿车——海马王子也在车展现场瞩目上市。此次海马王子上市五款车型,售价分别为限量版经济型2.98万元、实力型3.38万元、标准型3.58万元、进取型3.88万元、精英型4.28万元。

海马骑士是海马汽车首款自主研发的SUV车型,定位为城市SUV类型,车展。车身尺寸方面,海马骑士的长宽高尺寸分别为4421/1830/1710mm,轴距达到2619mm。动力方面,将搭载海马汽

车自主研发的全新2.0L双VVT技术发动机,转速达到6000rpm时,可爆发出110kW的最大功率;在转速达到4500rpm可大180Nm的最大扭矩。

用户群锁定于在20-35岁之间,时尚、充满活力同时又追求生活品质和消费品位的年轻一族,海马王子目标直指QQ3、F0、奔奔等微轿市场主流产品。海马郑州销售公司总经理欧永富表示:海马王子是海马郑州秉持“以制造A级车的手段打造A00级车”的理念而精心打造,将自己定位在了“回归微轿价值本原”,致力于为用户打造全新的微轿价值体验,力求在微轿市场中以高性价比取胜。

东风日产再创新高

根据最新统计数据显示,今年3月份乘用车市场延续了前两个月持续向好的增长态势,东风日产更是在3月份销量高达61776辆,同比增长达65%,1-3月份累计销量达到162634辆,实现了高达69.7%的同比增长,再次刷新历史成绩。

品牌化效应 加速东风日产高增长

3月份,东风日产迎来了史上最好的单月销量成绩,无论是61776辆的单月销量,还是65%的同比增幅都堪称历史之最。值得一提的是,第一季度东风日产全系销量累计突破16万辆,与去年同期相比增幅高达69.7%,总销量与增长率两项主要指数均为历史新高。

销售数据显示,3月份东风日产旗下各车型均实现了里程碑式的突破,“金砖四车”继续抢眼表现,齐齐过万,3个极为重要的代表车型单月销量同样创历史新高,再次演绎了2010年新的“东风日产速度”。其中,新天籁13407辆、新轩逸14285辆、逍客4877辆的市场成绩创造了各自上市以来的单月销量最高纪录。

对于东风日产今年1-3月69.7%的同比高增长,业内人士认为,经过6年多时间的积累,东风日产形成了完善的产品体系和营销网络,加之近两年在品牌方面的不断耕耘,已经坐稳了中国乘用车厂商“第一军团”的宝座。因此,其规模化、品牌化效应,将在市场销售层面得到进一步体现,企业整体销量也将稳步提升。

集体发力 彰显主流地位

在城市SUV市场,3月份逍客2010款销量突破历史纪录,达到4877辆,同比增长62.4%;1-3月累计销量达到12092辆,同比增幅高达69.9%。此外,奇骏/逍客2010款第一季度累计销量达到18125辆,印证了东风日产正逐渐扩张的SUV市场份额。

对于逍客的迅猛增势,业内人士分析认为,逍客的“异军突起”实非偶然,并且此种高速增长曲线仍将持续。一方面,国内SUV市场日渐火爆,SUV车型在所有车型中的市场占有率正加速增长;另一方面,“跨界”车型的概念、特点已得到消费者广泛认同。

另外,TIIDA和骊威也保持了稳固增长。数据显示,3月份TIIDA销量达16161辆,1-3月销量总和为44129辆,同比增长达到23.7%。另外,今年2月份TIIDA国内累计销量已突破60万大关,其中两厢TIIDA(骐达)销量持续领先,称霸10万-15万元中级车两厢市场。经典小车骊威始终保持单月销量过万的势头,1-3月累计销量高达27076辆,同比增长32.2%。

骊威和TIIDA能够在竞争日益激烈的车市中脱颖而出,双双登上冠军宝座,除了车型的强势产品力,还要归功于东风日产创新的营销理念和模式。TIIDA的唱游歌会和体育营销,不仅将产品诉求准确地传达给消费者,更开创了中级车市的“乐动生活”新风尚。同样,骊威车型以“骊威连连看”系列经典营销,成功将产品特性传递给消费者,为其称霸小车市场打下了坚实基础。

集体发力,全面开花。依旧是“东风日产速度”,同样是标准的均衡发展模式,东风日产2010年一季度的全面胜利必将能为中国车市的持续长足发展带来更多启发。

借东风 日产赢

4月9日郑州迎来了今年的第一次大型室内车展,各经销商也是铆足了劲,要在本次车展上大展拳脚,作为东风日产在郑州的经销商,威佳、威达店也不例外,通过精心的准备,携八大车型在车展璀璨亮相。

莅临东风日产展台,不仅能看到精彩的演艺活动,还能参加各种幸运抽奖,现场更是引入了全程直播,通过设置在现场的两部摄像机,直接把现场的各种活动投放在舞台中央12平方米的大屏幕上,经过声、光、色的配合极具震撼力和感染力。东风日产的展位自始至终人潮涌动,成为最具人气的地方。三天车展,经最终盘点,我们一举拿下定交车570台的优异成绩,创下车展新高!

晚报记者 王美华

魅力“行转停”
Mazda2“动的乐趣”召集令

近日,一季度销量大幅攀升的Mazda2又有新动作——以“动的乐趣”为主题的品牌体验和深度试驾活动正在全国展开。在4月24日长安马自达郑州经销商组织的试驾活动中,既有Mazda2“Zoom-Zoom”品牌个性的彰显,又有汽车族时尚生活乐趣的融合,还有魅力“行、转、停”的深度体验;活动环节上不仅给“新老司机”一试身手的机会,更有价值礼物赠送,抓住了客户“一试多得”的心态。



Mazda2“动的乐趣”召集令

厌倦了沉闷繁重,渴望动起来享受生活的乐趣?想在安全驾驶的前提下充分享受速度的乐趣与激情?在这个姗姗来迟的春天,Mazda2发出集结令,召唤新老“驭马族”加入新春自由行。

在此次“动的乐趣”主题活动中,主办方倡导安全与环保的驾驶理念,实用与趣味并重,把进转停的驾驶技巧,演绎成春意盎然的

自由感受。与常规汽车试驾不同,以“动的乐趣”为主题的试驾是一场互动式趣味驾乘体验:包含模拟路面的实际驾驶操作过程,还展示了精彩刺激的专业示范,试驾环节既包括速度与激情的挥洒,更多的是充满轻松有趣的驾乘游戏。在各项趣味环节中,Mazda2“静若处子,动若脱兔”的独特个性和出色性能,得到全方位体现。

Mazda2魅力“行、转、停”

拒绝平庸的个性,让Mazda2跳脱于其他日系品牌,深受时尚年轻族群的喜爱。而亲手开了Mazda2,则会对这款车极易上手的“好开”特性有更深体会:怠速时很安静,起步直接,绝无拖泥带水,而发动机低转速高扭力的特性则随时输出充沛动力;深踩油门时机舱传出的“Zoom-Zoom”声浪,听起来着实过瘾;带EPAS电子助力转向的方向盘起步低速轻盈,速度起来后精准稳重,极易上手,也令人放心。此外,拥有4.7米“同级车最小转弯半径”头衔的Mazda2在转向、掉头时的确灵活轻松,这在车多路窄、停车位紧张的市区里,更能穿梭停靠

自如;而在60迈急刹测试中,随着ABS及时响应,车身稳稳地停住,真是“想停就能停住”。

在人性化设计和领先配置方面,Mazda2也体现出多层次的价值感:集成音响调节键的方向盘能在高速驾驶时“目不离路”的轻松掌控音乐;仪表盘宽大的数字显示屏、柔和的背景光即使是长途驾驶也不易视觉疲劳。

在到店的新车上看到了附带的油耗数据,1.5L排量的Mazda2和Mazda2劲翔混合路况百公里油耗仅为6.3L,这确实是非常省油了!此外,厂家提供的“3年6万公里”质保期普遍比日系车长一年,令人更觉省心和放心。

晚报记者 陈栋