



凯尊



玛驰

“新车法则”是车市屡试不爽的定律，新车对购车欲望能产生强烈的刺激。新车拼什么，拼的就是“新”，如果能够形成颠覆就再好不过了。新车千万别走寻常路，不然会无人喝彩的。记者选取近期即将上市的具有颠覆性的新车，看看它们都颠覆了什么？

晚报记者 舒晗



新车首发 颠覆的不仅是眼球

佳宝重金奖励红灯止步

7月中旬，唐山市“红灯止步第一人”活动的二期开奖圆满结束。经过不懈努力，活动开展两个月以来共计发放文明奖券数万张，众多市民受到奖励。唐山市政府领导对“红灯止步第一人”活动高度重视，唐山市委、市政府及一汽吉林相关领导出席两次颁奖礼，并为获奖者颁奖。据悉，此次活动奖项将达50万元，其中，特等奖中奖者可获得“一汽佳宝”汽车一辆。“红灯止步第一人”这样以汽车重奖文明的公益活动已经取得了社会的广泛认可，文明出行新风尚逐渐形成，活动影响力逐月递增。

刘瑞红

奇瑞A3 2011款登陆河南

8月8日，河南通美奇瑞4S店以全新的形象完美呈现于中原人眼中，同时，奇瑞在下半年重磅推出的A3 2011款也在这一天精彩亮相。据悉，河南通美奇瑞4S店展厅于今年7月底完成升级改造，达到了奇瑞一级经销商的展厅标准。据悉，为迎接A3 2011款全新上市，河南通美为给2011款A3的忠实粉丝们带来最大实惠，特别为新A3潜在客户制定了购车优惠计划，即“现场预交2000元新车订金，即可在购车时，额外赠送2000元精品加装大礼包”。此外，据通美奇瑞负责人介绍，8月14日，通美4S店将举行“进店一元就购车”活动，现征集活动意向客户。屈彦飞

荣威750风尚大师版限量上市

2010大师鉴风尚——荣威斯诺克大师风尚之旅郑州站于8月8日在大商国贸店隆重举行。世界顶尖级斯诺克大师——阿里斯特·卡特亲临现场，共同见证上汽荣威750的高端品质，品味英伦经典，畅想尊贵驾赏。据河南锦程荣威汽车4S店负责人介绍，上汽集团推进自主品牌建设，相继推出了荣威品牌和750产品，逐步形成了合资品牌和自主品牌共同发展的格局。荣威750风尚大师限量版的推出，令消费者充分领略荣威的经典、尊贵、内蕴的品牌精神，尽享高品质、高品位相伴的驾驶旅程。

陈仪

颠覆市场：瑞纳要在中国首发

8月9日，北京现代全球首发车型——VERNA 瑞纳新车在郑州举行推介会。VERNA 瑞纳是由现代汽车设在韩国、北美、欧洲和中国的四大研发中心，历时5年共同设计研发的全新战略车型，是北京现代以品质立品牌的首款全球首发战略车型。据悉，VERNA 瑞纳全球首发上市会将于8月23日在北京举行。北京现代副总经理、销售本部副部长熊伟接受媒体专访时表示：“VERNA 瑞纳是第一款在中国首发的现代品牌汽车，VERNA 瑞纳深度洞察中国消费者需求，以AO+级高标准打造，是一款肩负提升北京现代品牌重要历史使命的高品质车型，体现了北京现代品质经营的成果。”VERNA 瑞纳秉承现代汽车屡获全球设计大奖的“流体雕塑”设计理念，外观时尚，内部空间更大更舒适，动力性和燃油经济性都非常优秀，符合国家节能惠民政策标准。

颠覆创意：玛驰主张“易生活”

日前，东风日产新一代玛驰网上订单已经超过6000张，占到总订单数的55%，创下了网上订车纪录的同时，也开创了业内网上通过支付宝订车的先河。到底是什么原因令网络订单持

续火爆？究其原因，离不开玛驰“易驾、易享、易行”的三大产品力及东风日产强大的品牌号召力。

新一代玛驰的“易驾”，突出表现在澎湃动力、精准操控和驾驶便利三个方面。名副其实的“黄金动力组合”和4.5米的同级车最小转弯半径，令玛驰在同级车中脱颖而出。“易享”指的是时尚设计、宽适空间和e车助手。玛驰的e车助手实用而毫不繁杂，令玛驰无疑成为当前最易使用而年轻人又能够消费得起的e车。而玛驰的“易行”则体现在全价值链的低碳节能设计理念、可信赖的品质和领先安全。玛驰旨在帮助消费者轻松应对交通拥堵和泊车难题，给他们带来悠然自在的生活节奏，让其尽情享受温馨时尚的都市生活。这就是MARCH所主张的“易生活”。

颠覆审美：起亚凯尊唤醒视觉

设计师彼得·希瑞尔以“光和线”为主题，赋予凯尊更趋流线与立体的车身线条，塑造了强烈的动感风格。

起亚家族式的散热格栅使得凯尊彰显出密斯·凡得罗式的简约，前灯组采用了当下较为流行的不规则多造型，尤其是LED日间行车灯的加入，使前灯组有了一个闪亮而轮廓清晰的灯

眉，让整个前灯宛如一双炯炯有神的鹰眼——锐气而犀利。凯尊的车身比例使得视觉效果比实际长度要来得更加修长，再搭以凌厉动感的侧身线条，每一次华丽转身都展现出光与影的灵动，哪怕是街角的一次邂逅。凯尊正在颠覆固有的审美经验，唤醒你的视觉。

颠覆传统：五菱宏光家用回归

调查显示，2009年以来，我国家庭用户已占商务车消费群体的50%以上，开始成为引领商务车市场的新力量。同时，消费者的购车观念也逐渐回归理性，一方面希望把商务和生活用途有机兼顾；另一方面，价格和经济性也是其考虑的基本因素。“合理的定位、合理的价格、合理的油耗”已成为实用主义主导下商务车的三大新标准。作为首款紧凑型商务车，即将上市的五菱宏光基本上颠覆了传统商务车“高定位、高价格、高油耗”的形象。该车长4.3米，2720厘米的超长轴距和大空间可以轻松容纳7~8个座位，非常适合家庭用户出行。同时它搭载上汽通用五菱倾力打造的P-TEC 1.2升和1.4升两款通用汽车新一代全球战略发动机，在保证动力输出的同时，将节油性放在了重要位置来考虑，售价也将大大低于当前主流的商务车。