

热烈祝贺中原报业传媒集团揭牌



创世纪·新起点



最大功率(kW) 167/6000
最大扭矩(N·m) 310/4600

核核心零部件,显示了强大的新能源产业化实力。荣威550插电式混合动力轿车节油率超过50%,百公里综合油耗仅为2.7L,并满足国5排放标准,计划于2012年批量投产。E1纯电动概念车为单厢三门四座A00级轿车,是上海世博会中国国家馆内唯一的新能源汽车展品,将于2012年底实现量产。荣威350纯电动轿车和上海牌Plug-in燃料电池轿车都曾在世博会上进行示范运行,技术先进,性能可靠。

新车型层出不穷

针对消费者的多样化需求,上汽带来了令人眼花缭乱的众多新车。自主品牌方面,荣威品牌首款SUV产品“跨领域专业SUV”荣威W5首次亮相,满足了消费者对都市时尚感、专业SUV技术以及人性舒适感的需求,成功进军增长势头良好的细分市场。MG品牌带来了MG5概念车,这款全新5门掀背轿车凸显了崭新的MG设计语言——更前沿,更精致,更精练。上汽通用五菱带来了首款自主品牌产品宝骏630,将为用户提供具有国际标准和高品质、拥有成本和使用成本低的“高品质价值之车”。商用车自主品牌MAXUS大通展出了首款宽体轻客产品,其产品品质、技术、安全和环保等均处于国际一流水平。

“十二五”期间,上汽将力争实现年产整车600万辆的能力,海外业务规模在国内汽车大集团中处于领先地位、形成系统的自主创新能力、形成具有独立产品开发能力的国内零部件配套体系、新能源汽车国内市场占有率达20%左右。

4月19日,上海汽车齐聚旗下乘用车、商用车和零部件业务板块的自主品牌和合资企业,展出百余辆新车,参展规模为历届车展之最。 晚报记者 陈栋

能源车集体亮相

上海汽车 世博会汽车馆『镇馆之宝』『叶子』等五款新 新能源谋划未来

新能源车阵容强大

强大的新能源车阵容,是上汽此次参展的最大亮点。在专门设立的企业形象展示区内,上汽展出了自主开发的荣威550插电式混合动力轿车、荣威350纯电动轿车、E1纯电动概念车、上海牌Plug-in燃料电池轿车、“叶子”概念车等五款新能源车以及电驱变速箱、电控箱、电池系统等新能

改革开放30年,上汽集团通过和大众、通用的合资合作迅速做大,成为国内汽车行业规模最大的汽车制造集团。借此次上海车展,我们对上汽集团执行副总裁、上海汽车乘用车公司总经理陈志鑫先生进行了专访。

记者:前几天,北汽集团董事长曾提到过“北汽的自主品牌发展要走上汽荣威的路”;请问,您认为上汽荣威的经验是否能复制?如果不能,最难复制的是什么?

陈志鑫:北汽集团发展自主品牌对中国汽车产业的快速成长显然是利好消息,对上海汽车来说也是一种鞭策。

我个人认为,一个品牌应该有自己的精神和灵魂,上汽荣威之所以能够取得今天的成就离不开它所经历的风风雨雨,如若生搬硬套对于其他品牌的健康成长比较困难;同时,上汽荣威自身也有巨大的成长空间,我们希望能和北汽自主品牌共同进步。

记者:我们知道,拥有87年历史的MG在英国社会和消费者中的影响力非常深;上海汽车下一步的海外战略是什么?

陈志鑫:现阶段,上海汽车双品牌主要立足于国内市场。上海汽车认为,只有品牌足够强势,才能走出去;而要想在全球市场竞争中赢得成功就必须具备三个要素:首先要有足够强势的品牌;其次,要有具备竞争力的产品;第三,要有正确的营销渠道。

在今年6月, MG6欧洲版就将在英国市场正式上市。通过MG6在英国市场的运作,将为上海汽车拓展海外市场培养人才积累资源。而上海汽车将英国技术中心并入英国制造基地,形成了一体化运作,也将为上海汽车海外经营模式奠定基础。另一方面,上汽集团还将寻求多元化海外市场拓展模式,如和GM合作开拓印度市场。

记者:荣威W5公布了17万~30万的价格区间,如何理解荣威W5的产品定位“跨领域专业SUV”?

陈志鑫:荣威W5作为专业级SUV的专业性主要表现在以下几个方面。首先,它采用HFA高强度车体结构,也是真正专业的SUV必须采用的车身结构。其次,荣威W5采用的P-4WD专业级全模式四驱系统也是一大亮点。遇到特殊情况时,荣威W5的P-4WD四驱系统完全可以征服这样的恶劣路面。再次,荣威W5的前后悬挂分别采用双叉臂式前悬和五连杆半独立系统,有效增强SUV的越野专业性。而且荣威W5的最大爬坡能力是35.72角,最大涉水深度是520mm,甚至超过了悍马H3这样的专业级SUV,可谓“能,所不能”。

公司总经理陈志鑫

访上汽集团执行副总裁、上海汽车乘用车

自主创新走自己的路



2011年 SUV 最受关注 CR-V “三重标杆” 引领主流

《2011年汽车流行趋势调查报告》近期发布,调查显示,与以往相比,SUV的支持率大幅上升,关注度首次超过三厢轿车跃居“2011年最受欢迎车型”首位。这表明历经数年的迅猛增长,SUV已成为国内汽车市场中最重要的细分市场之一,而城市SUV市场的领军车型CR-V无疑将成为这一流行趋势的最大受益者。

作为国内城市SUV品类开创者,CR-V上市即引领风潮,诞生便风华绝代,一直占据城市SUV领头羊地位。得益于东风Honda精品战略,CR-V上市后以品质稳扎稳打,奠定了城市SUV市场的坚实基础。“群众的眼睛是雪亮的”,好的产品消费者用购买来表扬,当前,CR-V不仅已经连续4年摘得全国SUV销量冠军,而且在全国众多城市成为保有量冠军。从品类开创者到全国销量冠军、区域保有量冠军“双冠王”,这在国内车市并不多见,从这个意义上说,CR-V树立的不仅仅是城市SUV行业市场标杆,还是中国车市的行业市场标杆。

市场优势源于品质优势。在C-NACP和JD Power的相关评选中,CR-V取得了SUV产品中的最优结果,荣获JD Power中国新车质量调研报告第一名,及C-NACP安全碰撞史上最高分——506分(满分51分)。“销量第

一、安全第一、节油第一、质量第一、魅力第一、环保第一、保值第一”七个NO.1的光耀成绩,铸就了CR-V强大的产品力和良好的用户口碑,使得CR-V不仅在和其他SUV竞争对手相比时拥有绝对领先优势,同时还抢走了不少中高级轿车的潜在用户。可以说,七个NO.1的光耀成绩成就了CR-V的产品价值标杆。

CR-V不仅仅是一款车,更是一种生活形态。在上市之初,CR-V就以轿车化的舒适性、MPV的大空间和SUV的通过性“一车多用”功能诉求满足消费者多种生活形态的需求。随着城市SUV市场的逐渐发展,CR-V在车主心目中,不仅仅局限于功能上的满足,更是情感上的共鸣。超过40万的CR-V车主所代表的热爱生活、懂得生活、保持年轻心态的生活方式,成就了CR-V城市生活标杆。

2010年,SUV市场首次突破百万辆,开始摆脱小众市场桎梏,成为消费者购车首选之一,而根据成熟汽车市场情况,SUV车型一般占据15%汽车市场份额,可见国内SUV市场上行空间依然巨大。作为代表城市SUV主流审美价值观的CR-V,也必将凭借市场先行者和领先者地位树立的行业市场标杆、产品价值标杆和城市生活标杆三大优势,以及“双冠王”所形成的强大口碑,继续引领市场主流。

同喜悦 共成长 40万 CR-V 车主助力 东风 Honda 腾飞

刚刚过去的2010年,中国车市很给力,新推车型多达122款,年产量1800万辆,雄踞全球第一大汽车市场。而在发展迅猛的SUV市场,CR-V累计销量逾40万,蝉联城市SUV市场第一把交椅。持续旺销与可靠品质带来的强大的口碑效应造就了“CR-V传奇”,更使东风Honda成为了目前车市中备受瞩目的明星车企。

作为东风Honda的主力车型,CR-V之所以能在日新月异变化的车市中屡创销售奇迹,与其精准的市场定位和过硬的产品品质密不可分。虽然目前市场上与CR-V定位相似的SUV车型不在少数,但CR-V却凭借着“销量第一、节油第一、安全第一、质量第一、产品魅力第一、环保第一、保值率第一”的综合优势,在大浪淘沙的车市中异军突起,不断刷新着SUV的销量神话,稳坐国内SUV车市的龙头宝座。不仅市场表现出色,CR-V还凭借其优秀的品质赢得了无数赞誉,在C-NACP和JD Power的相关评选中,取得了SUV产品里的最优结果。

在CR-V的带领下,CIVIC(思域)、思铂睿在2010年也取得了优异的市场表现,东风Honda更是以26万辆的销量佳绩超额完成了年度销售目标,备受业内瞩目。傲人成绩背后,除东风Honda无与伦比的产品力支撑以外,更离不开广大东风Honda车主一直以来的信赖与支持。正是这些忠实车主们的一路

陪伴才让东风Honda的市场表现一路攀升,他们也是东风Honda辉煌业绩的缔造者与见证者。

正是怀着对广大车主的感恩之心,东风Honda在为车主们提供优质的售后服务的同时,还一直致力于组织各种类型的感恩回馈活动。从CR-V“巅峰之上V动我心”达人评选到CIVIC(思域)“六重喜悦大礼”,都给东风Honda车主们送去了无数的欢乐与惊喜。在新春来临之际,东风Honda更是启动了“感恩1+1”东风Honda全系车型新春联合感恩活动。旨在倾情回馈广大东风Honda车主的同时,让更多车友零距离体验东风Honda三款明星车型的超凡魅力。即日起至2011年1月底,广大车友到店即赠好礼,试驾洽谈有心动惊喜,逢周末还有包括音乐表演、冷餐会、互动游戏及限时抽奖等精彩环节的欢乐派对!对于购买CIVIC(思域)或思铂睿的车友来说,除可以享受金融、二手车置换等优惠政策外,还有机会参加抽奖赢取“浪漫樱花之旅”,赴日参观Honda博物馆,饱览东瀛美景,可谓精彩纷呈,惊喜连连。

全车系、全方位的大力度新春联合感恩活动,在给消费者带来更多惊喜与实惠的同时,也进一步提高了东风Honda产品的性价比。而伴随CR-V、CIVIC(思域)及思铂睿三大明星车型的持续旺销,东风Honda也势必继续传奇。

- 东本港源店 销售热线:0371-63382000
销售地址:郑州市花园路北段与开元路交汇处南50米路西河南汽车贸易中心院内
- 东本双仪店 销售热线:0371-967967
销售地址:郑州市郑东新区金水东路与黄河东路交汇处南200米
- 东本华林店 销售热线:0371-6777999
销售地址:郑州市中原路与华山路交汇处西200米路北

- 东本华林店 销售热线:0371-6777999
销售地址:郑州市中原路与华山路交汇处西200米路北
- 东本港源店 销售热线:0371-63382000
销售地址:郑州市花园路北段与开元路交汇处南50米路西河南汽车贸易中心院内
- 东本双仪店 销售热线:0371-967967
销售地址:郑州市郑东新区金水东路与黄河东路交汇处南200米