

车风尚



系列报道之越野文化

SUV 不仅代表一个简单的车型领域,而更象征了一种概念 地域不同,玩法不同,都是渴望与大自然亲密接触 玩户外 玩得就是心跳

渴望驾驶激情,渴望与大自然亲密接触,这是很多越野爱好者们的最爱,特别是那些整天生活在大都市里的人们,很希望能够驾驶汽车到郊外感受大自然,而轿车由于底盘太低,其通过性不好,很多郊区的地方根本没法通行,驾驶着汽车想去原野感受越野的刺激,这个任务就落在了越野车上。

晚报记者 谢宽

SUV 不等于越野

“SUV 不仅代表一个简单的车型领域,而更象征了一种概念。任何车辆只要满足运动和多功能,就可以算作 SUV。”如果这句话正着去推敲的话,越野车算是 SUV 的一种,但是反过来推敲,并不一定所有的 SUV 属于越野的范畴。其实,在纯正的越野车血统,要符合四轮驱动,较高的底盘、较好抓地性的轮胎、较高的排气管、较大的马力和粗大结实的保险杠等特点。也就是说,这些汽车能在质量很差的路面或者根本没有路的地区上行驶,因而有着能“吃苦耐劳”的本领。

纯越野的启蒙,正是源自 2002 年中国轿车市场、SUV 市场进入家庭增长最快的时期,越野文化携带着激情与活力也在逐渐的萌芽、发展。

郑州越野一族的兴起

“如果从 2003 年全国汽车越野赛郑州站算起,9 年间郑州越野运动最终迎来了发展的春天。”玩越野有一段时间的爱好者朱昆焯说:“那时候郑州玩越野不过 30 人,而且车型都比较单调,除了一些北京 2020 外,就剩一些切诺基,而现在玩越野的人越来越多了,不仅出现了黄金叶、郑州红星爱好者等一批越野俱乐部,而且现在一聚会,车型多至 20 款有余。”

目前郑州拥有一座可举行全国越野比赛的专业化赛车场——郑州红星爱好者赛车场,位于黄河大桥北段。2010 年元月,这里举行了全国越野场地赛,会聚了北京、陕西、河南、山西、湖南、内蒙古等 10 个省市近 300 位选手参与。

越野的“升温与火爆”,同时带动了汽车销售市场和汽车改装市场的发展。据不完全统计,2010 年 SUV 车,像长城赛弗、郑州日产帕拉丁前 10 个月一直维持在月销 10000 万台以上的水平,而郑州就占了总销量的三分之一市场。

玩越野也有南、北派

广东人玩越野,最早起源于上世纪 90 年代广东对外开放的最活跃时期。各式各样的进口车首先由广东流入国内,让广东人早早地感受到了由汽车文明带来的种种魔力,“越野”的星星之火开始燎原,久而久之形成了南派。较广东不同,郑州人玩越野,多数源自北京 2020 相关的“吉普文化”的痴迷,素有北派特色。

由于两地文化、环境、渊源不同,越野一族的玩法也很不相同。郑州的越野部落主要以玩“旱地”为主,快速通过沙地、单边桥、爬坡……是他们的拿手好戏;而广东越野人则以“水路”为主,走泥地、过深水沟……是他们的强项。

14.98 万~23.98 万元 广汽丰田逸致公布价格

6 月 22 日,广汽丰田逸致将在北京公布售价。新车有 1.6L、1.8L 和 2.0L 三个排量共 6 款车型。其中,1.6 精英版售价为 14.98 万元,1.8 精英版售价为 15.98 万元,1.8 舒适版售价为 16.98 万元,1.8 豪华版售价为 17.98 万元,1.8 豪华多售价为功能版 18.98 万元,2.0 至尊售价为航版 23.98 万元。

逸致是专门适应中国消费者的需求进行开发的,外观设计具有时尚、动感的特点,内饰则精美、丰富,并且拥有一系列人性化配置。据了解,该车车身尺寸长宽高分别为 4450/1790/1640 毫米,轴距为 2780 毫米,甚至比凯美瑞还要长,第三排座椅可以多人乘坐。

逸致内部构造简洁而温馨,尤其是达到中高端轿车级别的长轴距,体现了家用空间宽敞舒适的设计理念,强化了内部的大空间效果,与其家用定位非常吻合。为满足不同需求的家庭使用,逸致将配备多种动力选择,为消费者提供充足的日用动力之余,带来卓越的燃油经济性。

丰田逸致提出了 FUV 时尚多功能车的概念,它与卡罗拉同平台车型,定位为一款紧凑型 MPV,能够满足更多的实用性需求,主打年轻家庭用车市场。外观风格来看,丰田的逸致基于欧规的卡罗拉进行开发,因此同国内市场所常见的卡罗拉外观方面有一定的差别,譬如说进气格栅、丰田的徽标位置、前大灯等。运动化的大包围在同级别 MPV 车型中比较少见,车身的线条则以稳重为主。

虽然丰田逸致是一款七座车型,座椅排列模式非常丰富,第二排座椅也可以完全放倒,这样一来整个车厢内可以构建 32 种不同的座椅布局方式,而且座椅放倒只需要按下座椅上的一个按钮就可以了,无需费力的折叠和移动。配置方面,高配车型上将装配导航系统、自动空调、无钥匙启动、多功能方向盘、天窗等。

黄奎



5 年 10 万公里整车保修 第八代索纳塔“终身”保修理念的“破”与“立”

2011 年 6 月 8 日,北京现代发布了最新服务政策:为旗舰车型第八代索纳塔提供“5 年 10 万公里整车保修”服务。这一政策的发布一石激起千层浪,在中国汽车行业引发强烈反响。业内专家认为,北京现代此举堪称业界“里程碑”式的事件,在推动我国汽车市场从“价格战”到“服务战”升级、从“汽车大国”向“汽车强国”迈进的过程中,有着划时代的重要意义。

从“大”向“强”迈进

落后保修标准亟待更新

2010 年,中国的汽车产销量双双位居世界第一,我国已成为当之无愧的汽车大国。2010 年 10 月公安部交管局发布的数据(按上牌数来计算,最权威的数据)显示,我国机动车保有量已达 1.99 亿辆,其中汽车 8500 多万辆,每年新增机动车 2000 多万辆。8500 万辆的数据就意味着,中国的汽车保有量已经超过 7500 万辆左右的日本,仅次于拥有约 2.5 亿辆的美国,成为全球汽车保有量第二大。

然而,中国距离“汽车强国”还很远,从产品研发、制造,再到销售和服务都存在一定的不足,从“汽车大国”向“汽车强国”转变,还有很长的路要走。特别是在产品服务领域,我国与欧美发达国家以及日韩等国相比,保修、保养及汽车金融服务都处于起步阶段,尤其是保修时间差距最为明显,与美国普遍的 4 到 5 年的保修期相比,国内厂商大多约定俗成地执行着差不多 2 年(或 3 年)6 万公里的保修期,未能实现与国际车市的“接轨”。

从“价格战”到“服务战”

接轨国际势在必行

国内的汽车厂商对于“价格战”一直乐此不疲,但在售后服务的竞争方面,大家却不约而同选择沉默。北京现代对消费者的一项调查表明,很多私家车一年才跑 2 万公里,3 年根本达不到 10 万公里,所以,很多车主都是在过了 2 年或 3 年的保修期后,才发



现车子的故障率开始增大,但这时已经需要自己买单了。调查显示,在过了保修期的一年之后,一辆中高级车的平均维修费用在 8000 元左右,高的则可能突破 20000 元。

随着技术的日趋成熟和市场的不断发展,消费者的观念、需求也在不断进步,“要求享受全球同等的销售、售后服务”的呼声愈演愈烈。

推出“终身”保修理念

北京现代树立汽车服务新标准

根据发达国家的经验,消费者换车周期一般为 5~6 年,国内的情况也是如此。基于这种情况,北京现代提出了“终身”保修理念——让消费者在 5 年/10 万公里之内享受整车保修服务,使消费者在全部使用周期中都更加“从容”。

专家指出,此举无疑打破了汽车行业多年以来的“潜规则”,奏响了中国汽车服务领域的最强音,树立了未来汽车售后服务的新标准,极大地增强了消费者对北京现代和第八代索纳塔的信心。

对于汽车生产厂家而言,要达成 5 年 10 万公里的整车保修承诺绝非易事,这不仅要求过硬的产品品质,更是对企业采购体系、生产质检体系、销售服务体系的整体考验。因为,车辆行驶时间越长,里程越高,发生故障的几率也越高,厂家要承担的维修成本越高。

业内人士分析认为,“5 年 10 万公里”整车保修标准的推出,不仅旗帜鲜明地表现了北京现代“以消费者利益为中心”的企业宗旨,更展现了北京现代对第八代索纳塔产品质量的高度信心。

事实上,在保修政策方面,北京现代一直走在国内厂商的前列,早在 2008 年,北京现代就率先在业内推出动力总成“5 年 10 万公里保修”条例,令近百万用户得到实惠。而本次北京现代大手笔将“5 年 10 万公里”保修范围扩大至“整车保修”,也意味着第八代索纳塔拥有

更好的产品质量,经得起更长时间的考验。

第八代索纳塔的保修政策无疑是史上最“给力”的。在同级竞争车型中,睿翼、雅阁、凯美瑞保修期为“3 年 10 万公里”,新君威和天籁仅“2 年 6 万公里”,虽然上海通用推出了“延长保修期”计划,消费者可根据自己的需求选择延长 1 年、2 年或 3 年的保修服务,消费者也能获得最多 5 年的原厂保障,但这毕竟是需要另付费的服务,而北京现代的“5 年 10 万公里”整车保修服务则是完全免费为第八代索纳塔的车主提供。

在美国市场,凭借“5 年 10 万公里整车保修”政策,第八代索纳塔受到了市场的高度认可,销量位居所有车型 TOP10 之列,并在今年 5 月份以 22754 辆的月销量超越了雅阁、凯美瑞等竞争对手,成为最畅销的中高级轿车之一,实现了现代汽车品质和品牌的大幅提升。

自 4 月 8 日上市以来,第八代索纳塔以齐全的配置、卓越的安全性、周全的服务迅速崛起,在中高级车市场上展现强大的竞争力,上市短短两月,月均销量破 6000 辆,迅速跻身中高级车主力车型之列,而此次推出的前无古人的“5 年 10 万公里整车保修”服务政策,无疑将更加提升第八代索纳塔的竞争力,同时更成为北京现代乃至整个汽车行业的一个标志性事件。业内人士认为,如此大手笔的服务升级,势必引起其他企业的迅速跟进,推出更多有利于消费者的举措。

第八代索纳塔“5 年 10 万公里整车保修”政策,既是北京现代“真心伴全程”服务品牌的延伸,也将“真心伴全程”服务品牌提升到新的高度。凭借产品的强大竞争力,第八代索纳塔赋予了北京现代“时尚睿智”的全新形象,显著提升了北京现代的品牌价值,而全新保修政策的推出,必将进一步强化消费者的价值认同,帮助北京现代形成高品质的、睿智创新的、值得信赖的企业形象。