

和以前不同,8万元现在也能买到自主品牌自动挡紧凑型车或者合资品牌小型车自动挡。我们仔细看了一下,8万元可以选择的有长城C30和宝骏630,而同样优惠可以购买的还有瑞纳三厢自动挡。下面,我们就来一个大PK,看看这三款车型各有何优劣,又该如何选择。

记者 谢宽

8万自动挡 谁得心应手

测评3款不同级别热门车

乘坐空间 宝骏630最理想,长城C30与瑞纳持平

瑞纳2570mm轴距在小型车级别已经是排名靠前的指标,瑞纳的座椅采用织物面料,柔软度和侧向支撑表现都很好,驾驶座还带有高低可调功能,适合身高不同的驾驶者,对于175cm的男性来说,前排完全没有问题。转至后排,头部空间有些局促了,这无疑让一些身高超过170cm的乘客感觉不适应。

长城C30的车身尺寸虽说不大,但内部空间却比想象中要好很多。以180cm的男

性乘客体验,前排空间在没有座椅高低调节的情况下可以有一拳左右余量;换到后排,他的腿部也有超过一拳的空间,在紧凑级别中算是标准状态了。

得益于2640mm的轴距数据,身高178cm、体型健壮的男性坐在宝骏630前排并调节好适合自己的坐姿后,头部仍然有一拳的空间,表现让人满意;而同样的人士,在保持前排座椅调节不变的前提下,坐在后排做体验时腿部有两拳的空间、头部则略显压抑。

动力与操控 各有优势、侧重点各不相同

从动力性能表现上来看,瑞纳搭载的1.4L发动机并没有很强的爆发力,起步动力输出非常平稳,同时,4挡变速箱的表现平顺性非常好,只不过瑞纳和运动两字基本无缘,在底盘调教方面,一般操控表现得中规中矩。

长城C30尽管只是CVT变速箱,但功能很齐全,不但可以模拟6速手动功能,同时具备S运动挡。实际体验中,1.5L发动机带动1.1吨多重的长城C30还算比较轻松。底盘方面,非独立后轮悬挂同样限制了长城C30的操控发挥,不过其调教偏硬朗,所以弯

道支撑还不错。

之外,宝骏630搭载的具有连续可变进气正时技术的1.5LDVVT发动机,整体性能在3款车型中特别抢眼,再加上来自通用的6速手自一体变速箱,宝骏630无论是加速效果或平顺性,都当之无愧排名第一。同时,宝骏630底盘扎实没有松散感,体现了合资背景自主品牌的优势。悬挂方面,它把凯越上的双连杆后悬替换为半独立扭力梁之后,舒适性有所降低,而支撑性还不错,平直路面应付颠簸能力也值得肯定。



配置 安全方面差别不大 舒适功能长城C30最好

三款车的售价均在8万-9万元,瑞纳2010款三厢1.4 GLS AT豪华型,售价为9.99万元。长城C30的2012款1.5 CVT精英型是顶配,8.32万元指导价即便没有优惠也毫无问题,宝骏2012款1.5L自动精英型刚上市,8.58万元定价算得上厚道。

安全方面,三款车差别不大,都是以双安全气囊+ABS+EBD、安全带未系提示、四轮碟刹为基础。不过除了瑞纳三厢没有儿童安全座椅接口外,其他两款自主车型反而都配备了。这个方面,真还找不出明显差距。

舒适性方面,长城C30的自动空调以及后视镜电动折叠有一定优势。宝骏630则胜过瑞纳三厢,毕竟真皮座椅、后排中央扶手这些也是能加分的。

编辑点评:从空间舒适性考虑,宝骏630应该是被首先推荐的,因为他们的空间的确够大。如果是追求加速平顺顺畅同时省油,那么6AT的宝骏630以及CVT的长城C30是合适的。对于瑞纳三厢更感兴趣的消费者其实也是理性的,虽然空间和性价比要稍差一点,但品质可能更为放心一些。我们不想简单说谁好谁不好,但长城C30的销量,宝骏630的6AT厚道以及瑞纳三厢的品质,的确是各有所长,剩下的就看您的喜欢了。

“Expo 超级店”卖智能家居 未来超级店与易购协同经营 苏宁加速去电器化:线下推超级店 线上百货化



发布会后,苏宁电器总裁金明接受媒体采访

随着线上与线下渠道的双重冲击,9月3日上午,苏宁正式宣布启动自己“去电器化”战略,推出新一代线下实体零售店,即苏宁Expo超级店(简称苏宁超级店)。如同苏宁董事长张近东在今年全国“两会”期间所说,苏宁电器要逐步去掉“电器”两个字。如今,苏宁在线上渠道快速拓展除电器外品类的同时,也将全面展开线下门店的改造。

苏宁超级店能够实现一站式购物

本次苏宁超级店的推出意味着苏宁线下实体零售全面开启“去电器”进程,苏宁超级店经营品类涵盖17大类、国内

外2000大品牌,在3C、家电的基础上,增加百货、日用、图书、金融、虚拟产品等,SKU数量超过10万,产品出样总量超过40万,是对传统家电零售业态的全面突破,能够真正实现一站式购物。

同时,超级店还设置金融虚拟产品等多个主题销售区,经营范围从实体产品延伸至系统集成服务、整体解决方案,为消费者提供家装家电、智能家居、商务办公、游戏电玩、电子电教、健身休闲、汽车用品、金融服务等20多种整体解决方案,带来专业购买建议、全套产品设计方案。

“在公司‘旗舰店+互联网’的战略下,‘超级店’作为苏宁旗舰店的最高形态,承载着苏宁线下丰富品类、智能体验、科技转型的重任,对于提升单店经营质量,实践线上线下融合新模式都有重要意义。”苏宁电器总裁金明介绍说,“去电器化”基于对消费者需求、对产品的研究,并围绕消费电子、家庭娱乐、家居生活、关联产品来进行商品规划和品类拓展,并能提升单店收益。首批四家苏宁超级店将于9月下旬在北京、南京等地亮相,预计年内开设20家超级店,未来3年内改造升级400家。

超级店还将推出智能家居产品

苏宁的“科技转型 智慧服务”强调以科技创新提升服务体验,为此,苏宁在南京总部设立了概念店,研究产品、销售

流程、智能服务等,此次应用了概念店的部分科技转型成果,如智能手持终端、热度分析、智能家居等,增强了店面的科技感、智能体验。

未来超级店营业人员都将配备智能手持终端,可随时随地完成价格查询、库存查询、消费订单制作等工作,简化购物流程。同时,超级店内的信息化应用进一步提升:率先引进“电子价签”;店面采用了热度分析系统、客流计数系统、摘机系统,记录客流店内分布、客流总数、消费者体验产品次数等数据,更准确地分析消费者购物行为,制定精准销售策略,持续提升店面经营质量。

金明介绍说,超级店是实体零售实践“科技转型 智慧服务”战略的开始,除了大量的信息技术应用,还将提供部分云产品。未来超级店还会推出更多智能家居产品。特别是超级店还将集中提供诸多苏宁云终端产品。如苏宁应用商店客户端,它集合了应用、游戏、音乐、视频等多种内容软件,为消费者提供优质手机应用程序的获取渠道与软件管理服务。

线上+线下

超级店与易购协同服务消费者

“超级店为给消费者量身定做全新的店面环境、商品展示和陈列系统,以人为本营造全新购物体验。”金明介绍说,未来超级店的商品陈列、专区设计、室内照明、中央空调温度设定均遵守国际标准并

符合中国消费者特点。店内楼层布局合理、功能专区分类清晰,3米超宽主通道和产品主分类标志、品牌标志、促销标志、体验区标识、服务区标识等多层次的环境导引系统,清晰明确地设定了消费者购物路径。

“苏宁新十年规划中,实体零售与电子商务共同承载着转型重任。”金明说,目前,消费者即可在超级店的虚拟产品生活服务区登录苏宁智能客户端,完成票务预订、优惠券购买,参与团购、度假旅游、资讯查询等。基于大采购平台的优势,超级店将与苏宁易购协同扩充经营品类,尤其增加非电器品类及系统集成服务产品的比例。

配送和服务方面,超级店不仅设立了苏宁易购的自提点,还在门店库中单独开辟了苏宁易购的网购产品仓库,增强了网购消费者的自主提货便利性。超级店设置的客户服务中心和3C服务中心在增强实体门店的产品安装检测、售后维修服务等功能的同时,也成为网购消费者共享的售后服务点,更好服务线上线下消费者。

业内专家分析,苏宁超级店的适时推进,是其线上线下融合模式新的体现,有助于单店经营质量的提升,而苏宁“线上+线下”相互咬合,全方位满足了消费者不同购物体验的需求,是对商业模式的颠覆和管理体系的重塑,重新定义了零售业的模式和标准。