

成都车展回归“大卖场” 新车创纪录 车企重心西移

日前,以“缤纷车展,炫动蓉城”为主题的第十七届成都车展正式拉开帷幕。与往年不同的是,本次成都车展被各大汽车厂商重视,厂商直接参与比例高达98%,新车首发及上市达68款创下新纪录。下面, TOP汽车带着大家一起看看,都有哪些重要车型。
郑州晚报记者 谢宽

上市篇

东风雪铁龙T时代新C5劲擎上市, 售价18.19万~23.69万元

8月29日成都车展上,东风雪铁龙正式发布T时代新C5。作为东风雪铁龙“T+STT核芯动力”的首发旗舰车型,此番上市的T时代新C5以“3T+MCS”科技组合——集1.6THP涡轮增压直喷发动机、STT智能启停系统、CITROEN CONNECT车载互联系统和MCS大师级底盘于一身,汇聚了东风雪铁龙的最新科技成果。T时代新C5分为2.0L、1.6THP和2.3L三种排量,售价为18.19万~23.69万元。

作为东风雪铁龙“T+STT核芯动力”首发旗舰车型,T时代新C5首次搭载动力强劲的1.6THP涡轮增压直喷发动机。得益于200bar高压缸内直喷技术、Twin Scroll双涡道涡轮增压技术、带负压真空泵的涡轮增压器的运用,使得1.6THP发动机显著降低了涡轮增压滞后现象,实现1000转涡轮增压介入工作,1400转达到245牛·米的峰值扭矩,最大功率123KW/6000rpm。

东风雪铁龙T时代新C5还采用了STT智能启停系统,可实现节省燃油和降低排放的双重目的,节油最多可达15%。

定位年轻 景逸S50上市, 售价6.99万~10.29万元

8月29日,东风风行景逸S50在成都车展正式上市。景逸S50定位为“高品质越级家轿”,凭借A+级产品的实力进军A级车市场,以“均衡高品质、全系标配博世ESP”的产品形象成为中国汽车自主品牌第二代产品的标志性车型之一。

景逸S50分为1.5L、1.6L两个排量共七款车型,价格区间为6.99万~10.29万元。其中,7万元自动挡入门级车型的价格,刷新了同类产品的品价比标准。配备CVT无级变速箱的自动挡车型价格也下探到8万元以内。

景逸S50的主要消费群体是“80后”的年轻一代,定位于一款家用轿车,景逸S50主张“幸福,就是和你在一起”,以“长情的陪伴”呼应年轻一代价值观的回归。已经进入主流社会的“80后”,普遍具有的个性独立使他们喜欢独特的产品。而这也正是东风风行打造景逸S50的初衷——提供一款高性价比又有独特性的“好产品”。



东风标致508



凯翼概念车



景逸



T时代新C5

江淮

发布篇

年轻就是硬道理,江淮SUV瑞风S3发布

8月29日,在成都车展上,江淮首款小型SUV——瑞风S3带着一身青春气息闪亮登场。

为了打造一款让85后新生代尖叫、怦然心动的“年轻”座驾,在瑞风S3研发之初,江淮对25~30岁的年轻目标人群进行了深入调研,倾听他们对心目中好车的定义和梦想,确立了瑞风

S3的“易驾”的价值定位点。

对于很多还是新手的年轻消费者来说,车子好不好开是一个重点关注的问题。瑞风S3搭载的1.5VVT发动机和6挡手动变速箱调教出色,其操控表现在上市前的专业媒体测试中得到了很高的评价。而同步上市的CVT自动

变速箱车型,更成为都市“堵车一族”的心头大爱。此外,瑞风S3配备的ESP车身稳定系统、EPS电子助力转向系统、定速巡航系统、HSA上坡辅助系统等装备简直就是新手的“福音”,让菜鸟也能做到起步不熄火、上坡不倒溜、长途不发愁。

全新东风标致508在成都车展全球首发

在今年的成都车展上,东风标致新款508车型首发亮相,这款新车正式上市销售的时间预计是2015年1月。新车在外观上采用了标致最新的家族式设计理念,内饰方面变化不大,但配置有所增加,更换了电子手刹;动力方面将搭载1.6T或1.8T的涡轮增压发动机。

东风标致新款508车型采

用了标致最新的家族式设计理念,前大灯组造型锐利,配备了条形的LED日间行车灯,进气格栅采用了镀铬饰条装饰,整体造型更具动感风格。车尾造型同样变化巨大,更换了新颖独特的尾灯,后保险杠显得圆润饱满,其排气口采用了双边共两出的设计。动力方面,东风标致新款508将搭载有1.6T涡轮增压发

动机,其最大功率为165马力。此外或将搭载1.8T涡轮增压发动机,其最大功率为200马力,最大扭矩为280牛·米。

作为品牌旗舰车型,全新东风标致508完美诠释了东风标致“严谨、激情、致雅”的品牌理念。在“升蓝计划”的强力驱动下,全新508完成了由内而外的尊崇蜕变。

创领智能互联汽车凯翼品牌正式发布

8月28日,备受关注的凯翼汽车宣告其品牌正式成立并同时发布了一款A级SUV概念车i-cx。会上,凯翼汽车还与中国社会福利基金会免费午餐基金管理委员会签署了“免费午餐”的战略合作捐助计划,体现了凯翼作为一个新品牌的企业社会责任。

凯翼的英文名“COWIN”意为“携手联合同心共赢”。凯翼

的核心价值还包括三个“YI”——易、益、翼。“易”指的是客户价值,即凯翼以客户需求为导向,以触手可及的科技应用实现更加易化的车生活。“益”指的是社会价值,即以感恩回报社会为己任,坚持不懈地投身公益事业。“翼”指的是自我价值,即以客户价值和社会价值作为实现自我的腾飞之翼。

在平台化战略以及打造精品车型策略的指引下,凯翼第一代产品设定了“5+1”的产品规划,所规划的产品主要是6款车型,包括1款A0级SUV、1款A级SUV、1款MPV、一款基于SUV和MPV的CROSS、1款A级轿车和1款A0级轿车,未来通过升级换代不断提升产品力,打造精品。

探讨篇

首届中国汽车公共关系案例大赛拉开帷幕

8月29日成都车展上,中国首届汽车行业公共关系案例大赛正式启动。这项专门针对中国汽车公共关系业的案例大赛,是经中国国际贸易促进委员会汽车行业分会批准,由北京正则大成汽车信息咨询中心承办,并邀请中国著名大专院校参与评审的大型活动,旨在促进汽车公共关系业的健康发展。主办方说:这是汽车行业阳光公关的标志性活动,对带动整个汽车行业的公共关系专业水平的提升,将起到积极的作用。

据悉,本届大赛将有五个第一,大赛是中国汽车行业第一次由行业协会、大专院校和媒体共同发起的,行业内最大规模的公共关系案例大赛;第一个公益性的汽车公共关系案例大赛,彻底杜绝用钱买名次、买名头;第一个引入大数据分析对在执行公共关系案例进行实时监控,并依据监控效果给出评价报告,即案例执行效果用第三方分析说话,给出量化评估,解决了评价的客观性问题;第一个由各大院校专家、教授组成的评委会,对厂家提报的案例进行全面、专业的定性评价,解决了评判的中立性问题;在中国公共关系学领域第一个真正实现产、学、研贯通的大赛,并将把大赛获奖入围案例录入中国传媒大学MBA学院案例库,以推动中国公共关系学教育事业的发展。