

“城市化”成SUV主旋律

放眼国内车市,发展最为迅猛的无疑是SUV市场,不仅增速一直远高于乘用车市场平均水平,车型数量也出现了爆发式的增长,尤其在今年7月其他细分市场销量环比下滑的情况下,SUV市场一枝独秀,成为唯一增长的细分市场。这是广为人知的一面,然而鲜为大家注意的一面是,随着油价上涨,国内城市道路条件日益完善,以及消费者审美的演变,SUV市场也发生了向“城市化”集体变脸的趋势。

淡出视野 硬派SUV渐行渐远

随着消费者对流线型城市SUV造型审美的偏爱,以及鲜明城市化风格在SUV中愈演愈烈,城市SUV中的硬派车型们与先前的纯越野型SUV有了几近的命运,同样品尝到了“先甜后涩”的滋味。

来自东风日产的奇骏就是其中典型的一例,2008年,带着

几分老大哥途乐硬派印记的奇骏正式导入国内,刚毅硬朗的外形使奇骏相较其它城市SUV更多了几分纯粹的SUV味道,而在这幅硬汉外形下,奇骏更有着强大而全能的内在产品力。以“CROSS CITY跨越酷尚城市”为开发理念的奇骏,汇聚了日产先进的C平台造车技术,并具有超越同级城市SUV的高性能,并以智观、智驱、智享三大核心优势开创城市SUV的智酷全能新风潮。

但随着城市化外形风格愈发流行的趋势,硬派奇骏逐渐开始叫好不叫座。究其原因所在,无外乎其外观——奇骏棱角分明的硬汉外形已经逐渐不合时宜,在鲜明“城市化”外形浪潮下,奇骏的外形成为了其前进路上的结结实实的绊脚石。

突围主流 内硬外软、 软硬兼修是王道

奇骏将SUV应有的越野性

能和日常用车的舒适性、低油耗等结合于一身。在越野性方面,作为城市SUV中的“技术之王”,奇骏配备的智能全模式四驱系统是目前城市SUV车型中最强悍的四驱系统之一。

而在日常使用方面,奇骏则配备了低速高扭的日产先进发动机和享誉全球的XTRONIC CVT无级变速器,兼具良好的动力性和出色的燃油经济性。而无论是AVM全景式监控影像系统,还是高品质内部设计以及“CARWINGS智行+”智能全方位行车服务,奇骏将领先的智能配备与宽大舒适的驾乘空间完美融为一体。客观地说,在产品力方面,奇骏拥有的是更为全能的优势。

对于奇骏来说,它的短板与



产品力毫无关系,外形才是制约奇骏销量的最大原因。这给了我们足够的理由去相信,未来,产品力强大的奇骏倘若能在外观上稍作妥协,凭借内硬外软、软硬兼修的整体实力,重归主流几乎毋庸置疑。而在今年,不断有来自海外媒体的消息称,全新一代奇骏已经进入路试阶段,垂直换代的新奇骏最大改变就在于外形设计,这个消息令无数纠结于奇骏外形的消费者们欣喜不已。(刘义)

汽车消费2.0时代下的中国车市透视

近年来,随着80、90后消费群体逐渐成为车市主力,以及二次购车需求的不断扩大,中国车市消费结构正在发生革命性的变化,车市悄然迈进了2.0时代。从1.0到2.0不是简单的数字升级,而是反映了中国汽车产业的转型以及消费结构的升级,中国汽车的消费理性繁荣期即将到来。

消费结构升级 中国车市进入2.0时代

在车市1.0时代,大部分消费者都是首次购车,消费心理不够成熟,买车更多的是为了显示面子和彰显社会地位,然而时过境迁,随着中国汽车市场格局的变化,二、三线消费群体的增长等环境变化,以及城市拥堵加剧、一线城市限购等问题,中国车市逐渐由1.0时代进入2.0时代。

在2.0时代,车市呈现出与1.0时代很大的不同。首先,产品选择更加丰富,以前一款车“一家独大”的局面已经一去不返,A级车、B级车仍是汽车消费的

主力,SUV成为消费者关注的焦点,MPV有逐日爆发的趋势。

其次,二次购车和购买第二辆车的比例越来越高,在这个过程中,人们越来越懂车,对好车的评判标准也在悄然发生变化。同时,在车市2.0时代下,产品的类型也更加丰富,更具个性化。这些都预示着中国车市2.0时代已经来临。

理性繁荣期到来 小型车期待复苏

随着中国车市2.0时代的到来,消费结构正在发生变化。一方面,消费者更加成熟,选车较以往任何时候都更加理性。另一方面,相比以往,市场竞争也更加充分。与此同时,中高级车、SUV等细分市场一改以往“一家独大”的格局,德系、日系、韩系群雄并起,市场混战加剧。相比之下,小型车市场则显得有点儿“落寞”。究其原因,与近些年的消费升级、小排量优惠政策退出等不无关系。

事实上,新一代小型车拥有



着不俗的产品力。其中,今年大热的小型车新生代骊威就集多项顶级高端技术于一身,其采用的日产高级车技术打造的全新一代HR16DE发动机。同时配备的双C-VTC连续可变气门正时智能控制系统、DIS双喷射技术则通常应用于中高级车身上。而其润滑技术更是达到了赛车级水平,在延长发动机寿命的同时,确保最大功率输出、更低排放的优异表现。此外,新生代骊

威应用的日产全新智能XTRONIC CVT无级变速器。而其采用的制动能量回收系统,不仅是同级车上绝无仅有,即便是在更高级别车型上都难得一见。拥有强大产品力和创新的营销服务模式,相信小车市场的“怀才不遇”只是暂时的,在用车环境、交通环境的压力下,未来会有更多理性的消费者回归小车市场,小型车将迎来新的春天。(天琪)

最低首付2.8万元

2013款Mazda6引发A级车市大洗牌

为给“马粉”们提供灵活多样的购车方式,一汽马自达推出相当“给力”的金融购车方案——购买2013款Mazda6,在最低首付拉低至2.8万元的基础上,更可享受18-24期、零利息、零手续费的组合消费信贷优惠。作为一款经典B级别车型,并且拥有70万用户的运动型家轿,在起步价已经调整至12.98万元的低价基础上,再强力推出消费信贷优惠,彰显Mazda6抢夺A级车市场的雄心和市场策略。

四大信贷方案: 零门槛真实惠

“金九银十”的车市是厂家必争的黄金销售时期,而真正符合消费者心意的促销政策也是致胜的法宝。针对购车者不同的现金预算和付款方式偏好,一汽马自达为他们量身定制了4种金融购车方案:首付50%,尾款1年后一次性还清,零月供,零利息,零手续费;首付20%,18期零利

息,零手续费;首付50%,24期零利息,零手续费;首付50%,36期零利息,低手续费。比如说,如果购车者选择“首付20%,18期零利息,零手续费”的贷款方案,购买2013款Mazda6自动挡时尚型,最低首付仅需20%,更可享受长达18个月的免息贷款,还没有手续费的负担。这意味着只要首付2.8万元,就能轻松拥有新款Mazda6。而其他三种金融购车方案则提供了12至36个月期限不等的车贷服务,最低的月供仅需2000元,为各类理财风格的消费者提供了实惠便利的车贷服务。

据来自一汽马自达最新调查显示,多数贷款购车者重点关注利率和手续费,同时比较关注首付款、办理周期。调查同时显示,零利率零首付前提下,适当延长还款周期(如24个月或36个月),适当降低首付比例是多数贷款购车者倾向的理想贷款产品。真心真意,更有真实惠。一汽马自达此次强力推出的金融购车方案,确实是有有的放矢,与购

车者心连心。

以B攻A: 价值领先 技压群芳

Mazda6是一汽马自达首款引进车型,开辟了中国车市运动型中级车的细分市场。从2003年中国市场面世,Mazda6风行十年,至今已经有70万车主共同见证了Mazda6在空间、安全、操控性、整车品质方面的卓越表现。

超大空间感受舒适从容:相比于A级车,新款Mazda6在车内空间上有先天的优势,毕竟是中级车平台的产品,Mazda6拥有A级车所不能及的强大内部空间,前排腿部最大空间为380mm,后排腿部最大空间为410mm,即便180cm的身高都可坐得舒舒服服,特别是后备箱容积很大,达到了500L,方便储物。安全呵护悦享一路安心: Mazda6配置6安全气囊的保护,安全系数领先同侪,并且其曾在日本举行最严格的j-ncap车身撞击测试中,获

得最高的六星级安全指标。性能优越的悬挂系统唤醒驾驭天性: Mazda6双横臂前悬设计最大程度过滤掉颠簸路面的影响,保证了Mazda6最佳的稳定性和乘坐舒适感,这样的设计还确保了最佳转向半径,具备卓越操控表现的同时,又兼顾了主动安全性;其E型多连杆后悬挂除了刚性强,还最大限度的保证了后轮抓地力,提升了整车的操控表现,Mazda6因此成为运动型中级车市场的开拓者,被誉为“弯道之王”。完美品质与车主并肩前行:作为中国首款运动型中高级轿车的Mazda6的卓越品质始终如一,得到消费者的青睐,成为十年畅销的经典车型。

如果说12.98万元的亲民价格,“弯道之王”的操控美誉早已让消费者跃跃欲试的话,那么,此次消费信贷组合优惠的出台,必将使得作为B级车的Mazda6,成为勇敢的跨界者,引发A级车市大洗牌。

(张晋芳)

世界大力士尖峰对决 全能Mazda8随行出征

谁是当今全球第一大力士?由一汽马自达倾力支持的20辆Mazda8作为接待用车的“2013三亚特约世界第一大力士冠军赛”于8月17日-25日在三亚举办,各路力士在力举圆木、高举大桶、拖拉飞机、无穷提拉等项目上展开尖峰对决。

“Mazda8具备宽敞灵活的内部空间、人性化的科技配置、时尚运动的优雅外形。我们认为Mazda8时尚全能的功能定位与大力士冠军赛独具的运动、健康、时尚的赛事气质能完美契合,相得益彰。我们认为这是一次‘能’与‘力’完美结合的典范。”赛事主办方在谈及Mazda8脱颖而出的原因时说。

充满活力的马自达品牌一直是“积极向上、锐意进取”的代言人,而定位于时尚全能的Mazda8,承载了品牌精神,以“齐家乐业行天下”的生活态度为产品注入了新的活力,由此树立了“时尚新商务”的风向标。“2013三亚特约世界第一大力士冠军赛,有幸落户三亚,作为长期关注国民健康、倡导运动时尚的汽车企业提供倾力支持,其实是Mazda8承载品牌精神的自然释放。”一汽马自达相关负责人谈及此次支持三亚特约世界第一大力士冠军赛的初衷时表示。他接着强调,“乐生活,才能赢事业。只有让来自全球的大力士们乘坐舒适,他们才能呈现出更好的精神面貌和竞技状态,才能给观众带来更精彩的博弈。”

(芳芳)

陕汽重卡: 倡导卡车司机文化 共创美丽中国画卷

9月8日,全国各地的卡车司机代表云集河南焦作,共同庆祝第七届“中国卡车司机节”暨陕汽德龙新M3000重卡上市发布会的盛大举行。陕汽德龙新M3000重卡的盛大亮相和重卡行业首部微电影——《幸福方向盘》的首映,再次为本来就备受瞩目的卡车司机节带来了全新看点。

陕汽对德龙新M3000重卡新品发布现场,不仅邀请用户进行实地试乘试驾,让用户切身感受到德龙新M3000重卡的全面升级;同时还特地邀请全国超级卡车越野大赛年度冠军李文利等人进行了蛇形对穿、单车漂移、人车漂移等高难度特技表演。与此同时,重卡首部微电影——《幸福方向盘》的现场首播,该片以生动的视觉语言真实再现了卡车司机的生活和心声,引起了在场用户的强烈共鸣。

据了解,陕汽本次全新推出的德龙新M3000重卡,是欧洲技术与军工品质完美结合,以产品全生命周期和客户经营全过程两大领域核心价值为依托,开发的轻量经济型重卡。相比旧款产品,德龙新M3000凭借五大标杆再次引领物流运输价值典范。

(张岩)