



○汽车史话(一)

雪铁龙的前世今生



雪铁龙(Citroën)汽车公司是法国第三大汽车公司,它创立于1915年,创始人是安德列·雪铁龙。主要产品是小客车和轻型载货车。雪铁龙公司总部设在法国巴黎。雇员总数为5万人左右,可年产汽车90万辆。



◆安德鲁·雪铁龙

腾飞的雪铁龙

1923年,安德鲁·雪铁龙在美国会见了亨利·福特,带回了福特汽车的流水线生产方法和机床,此后雪铁龙工程师总是定期访美。当年,“雪铁龙旅行车队”成立。当车队开始横贯全法的跋涉为车型提高声望时,魁德扎瓦工厂新建的流水线正以每天100多辆、每月3,500辆的效率,源源不断地向用户提供雪铁龙新车。而伦敦分公司的建立,更把其业务进一步向欧洲扩展。值得一提的是,雪铁龙半履带车在横贯非洲撒哈拉沙漠的壮举中第一次留下现代汽车轨迹。

1925年,雪铁龙连锁店由1919年的200家发展到5000家,5CV车型到这时也突破了8万辆的总产量。1926年,雪铁龙成立了专门的技术

研究实验室进行技术支持。同年推出一整套标准服务,还发行了维修手册。至于海外的业绩则首推在布鲁塞尔第一家装配厂投入运营,开始装配5CV、B12和B14,而在英国斯洛的第二家分厂开张也投入5CV的生产和装配。

1925年7月4日,巴黎世博会给了安德鲁机会,把由上千霓虹灯组成的“CITROËN”字样展示在巴黎埃菲尔铁塔上。这耀眼的光芒在巴黎的夜空显得格外明亮。当年驾机独自穿越大西洋的查尔斯·里本,更是凭借着这耀眼光芒的导航,平安登陆法国,这一时被传为佳话。

1928年,雪铁龙的日产能力达到1000辆,车型达14个之多。5000个遍及全国的办事处销售网,10家海外分公司和4个生产厂构成了雪铁



最早的雪铁龙

1900年,时年22岁的安德鲁·雪铁龙从波兰获得了一份用于人字形齿轮加工的切割专利。紧接着,这位毕业于综合工科学校的年轻人创办了雪铁龙齿轮厂。1919年雪铁龙汽车公司成立,开始了它在汽车行业孜孜不倦的追求。

龙一个良好的国际性销售市场。当年的海外销售业绩更达到了全法出口小轿车数45%。当年主打车型由C4替换原来的B14G。

1929年,雪铁龙年产量突破十万辆,达10.2万辆。当年新款C6E车在巴黎车展上也隆重登场,仅从4月到12月,该款车就生产了5090辆。

1931年,雪铁龙赞助了号称“黄色旅途”的一次远征,由40人、14辆半履带车组成。当年4月从黎巴嫩贝鲁特出发,于次年2月历时10个月途径喜马拉雅山、戈壁滩,克服重重困难到达中国北京。

二战爆发后,雪铁龙魁德扎瓦工厂被炸毁。雪铁龙在比利时的工厂部分遭毁。由于战时特殊情况以及公司管理层对德国当局的抵制,1940~1945年雪铁龙年产量逐渐下降。

今天的雪铁龙

战后30年间,雪铁龙快速壮大起来。到1975年,雪铁龙的年产量近70万辆,其中有55%销往海外。这时,公司创始人安德鲁·雪铁龙的汽车大众化的理想早已变为现实。不仅如此,除了经济型轿车,雪铁龙公司还积极开发概念车等多种车型。在多元概念下设计的雪铁龙在世界车坛中却也独树一帜。

2009年2月初,雪铁龙在巴黎举行盛大仪式,正式发布其全新品牌标识。新的品牌标识仍以双人字标为基础,同时整体采用富有金属感的色泽,轮廓更立体圆润,极富时尚、现代气息。双人字造型是雪铁龙标识永恒的主题,以此纪念发明了人字形齿轮传动系统的雪铁龙创始人。与新标识同期发布的还有雪铁龙全新的品牌口号——Créative Technologie。全新品牌标识和口号的发布,体现了雪铁龙这一拥有90年光辉历史的全球著名品牌迎来了新的发展阶段。



英伦汽车品牌整合进入收官阶段



英伦汽车

Englon Automobiles

英伦汽车品牌

整合进入收官阶段

据吉利消息,为尽快让金刚、金鹰系列产品融入吉利英伦汽车品牌旗下,从2011年1月1日开始下线的金刚、金鹰系列车型,全部悬挂吉利集团在北京正式发布的英伦汽车徽标,这也标志着吉利英伦汽车品牌旗下所有产品整合进入收官阶段,秉承“底蕴、信赖、关爱”的品牌内涵,英伦汽车品牌将正式踏上吉利年销百万辆目标的宏伟征程。

英伦汽车品牌 打造关爱型家轿

英伦汽车品牌是吉利继全球鹰、帝豪品牌后推出的全新子品牌,其目标人群是以家庭为重,关爱家人,以为家人创造更美好生活为购车目的,重视车辆安全性,成熟理性的消费者,是吉利为打造百万辆销售架构而推出的全新子品牌。

2011年,英伦汽车品牌将承担吉利1/4左右的销售任务。目前,全国共有428家英伦汽车经销商,其中A级4S店200家,B级4S店100家,运营状况良好。预计到2011年底,全国英伦汽车授权经销商将全部完成新的渠道形象再造工作,英伦汽车品牌将以全新的渠道形象展示在消费者面前。在未来的两到三年内,英伦汽车还将陆续推出SC5、SC6、SC6-RV、SX5、SX6、SV5、TXN、IG等包括

SUV、MPV在内的十余款车型,构建完整的产品线。

根据吉利汽车多品牌战略规划,全球鹰、帝豪、英伦汽车这三个子品牌都将采用各自的销售网络体系,针对不同的消费群体开发不同风格的产品,通过不同的店面网络形象,在未来两到三年形成三个成熟的销售渠道,三个品牌形象,让经销商能够有序的竞争,提升吉利销售网络的承载能力。多品牌战略对于提升吉利的品牌形象与溢价能力,大有裨益。

金刚、金鹰

风采依旧

2010年,吉利英伦汽车旗下金刚、金鹰系列车型销售近10万辆,累积销售逾30万辆,特别在2010年12月份,金刚、金鹰系列车型月销达到12000台左右。



作为吉利的新三样产品,在上市数年后依然能保持旺销的势头,既说明消费者对自主品牌汽车的强有力支持,也说明英伦金刚、金鹰产品性能稳定,性价比优势突出。

金刚、金鹰系列车型,是吉利精心打造的基于国际先进的底盘技术而开发的一款全新轿车,创造了精品家庭轿车选择的新视角。刚性十足的车身设计、晶钻造型、仿生鹰眼大灯、凌厉的车身腰线等彰显着金刚、金鹰系列车型独特的个性魅力。而精工细琢的造车工艺、完善的人性化配备,41~43分贝的怠速噪音、C-NCAP四星级安全标准设计、排放达到国IV标准等卓越的产品品质,成就了金刚、金鹰系列产品在经济型轿车市场的持续旺销。金刚、金鹰系列归属英伦汽车品牌,将对其销量起到中坚作用。

推荐车型发现地:

烟台市上菱汽车销售有限公司

推荐人:连伟名

推荐车型:雪佛兰



新乐驰搭载的P-TEC

发动机是通用新一代全球战略发动机,由通用欧洲技术的先进平台研发而来,动力强劲,油耗低,升功率达到52.2kW/L,是国家第一批节能环保车系,百公里综合油耗只有5.7升,城市郊区油耗仅有4.87升。

新乐驰优化了设计构造,对1220个关键点进行了优化,减少维修成本,特别是有效降低了发动机配件数量,减少消费者日常养护使用费用。采用美国通用的轿车试验标准,顺利的通过整车耐久性试验(实验相当于用户使用32万公里),新乐驰的P-TEC发动机严格按照通用的GED

(全球发动机耐久性)试验标准进行了大量实验,顺利的通过了各种严格的考核,严格苛刻的生产、检测流程和国际顶级设备来全力打造国际品质,让新乐驰具备可靠地生产保障。

新乐驰的底盘经英国莲花汽车工程专家精心调教,使新乐驰具有出色操控性及安全感,并给人以同级别车难得可贵的愉悦驾驶感受;采用全新的变速箱,档位更清晰、换挡更轻松,更适合城市拥堵路况;采用博世ABS+EBD来确保安全制动,采用强化高刚性车体、安全气囊、吸能方向盘确保新乐驰的安全。