

我凭的是实力

——华泰B11被市场迅速认可的背后

据业内专家分析得出,上半年的日本地震使日系车产能受到冲击,为其它品牌B级车上冲腾出空间,下半年,各大品牌或将迎来重新排位的市场格局。对具备扎实技术实力的自主品牌而言,此时正是把握机遇,扩大认知,谋求上位的好时机。近几个月,自主品牌抓住机遇发力B级车市,如近期尤为活跃的华泰B11,地方车展、区域销售,试驾、促销,动作频繁,迅速得到市场关注。

华泰汽车相关负责人介绍说,B11在研发之初定位为B级车,作为华泰汽车的首款轿车产品,B11以“级别之上”的实力,彰显华泰汽车对消费市场的诚意,希望它在市场上——一炮打响。华泰B11结合中国B级车市场的消费诉求,在外观及内部空间、技术、动力等方面,为消费者提供了超越级别的驾乘感受。

华泰B11的整体设计融合了欧系车华美、大气的设计元素,兼容日系车稳重刚毅的风格,彰显尊贵、阳光而不失沉稳的气质。4943mm、1852mm和1511mm的长宽高尺寸,以及达到2764mm的轴距,让这款定位于B+级别轿车直逼C级,空间优势毫无悬念,为整体营造宽敞舒适的驾乘空间奠定了基础。

此外,B11独特的“U盾”超



大前散热器格栅成为其区隔其他同级车型的记号,配合利刃般的腰线、浑厚的车身使侧面更显大气沉稳。三钻立体环形LED灯组设计,钨光镜面电镀工艺灯唇提升尊贵品味,华贵的方形双尾气管,层次感和线条感极强,当与C级车设计媲美。

在配置上,华泰B11不仅拥有中高级商务轿车的主流装备,更以其高科技优势在同级别车中独树一帜。它率先搭载了华泰汽车与Intel共同研发的3G实时车载智能决策系统TIVI系统,集娱乐、信息、驾乘、生活应用于一体,在自主汽车全科技应用中走在了前面。

于今年上市销售的汽油版B11车型,搭载了源于欧洲的Kavachi 1.8T涡轮增压发动机。该款发动机采用多点燃油喷射MFi技术,SIEMENS全新一代EMS6204管理策略,ETC8集成全新电子

节气门控制系统。其最大功率118千瓦,最大扭矩可达215牛米,0-100公里加速时间仅为9.6秒,同级轿车中可圈可点。

华泰B11在强化自身的同时,售后服务上也秉承了华泰汽车“全心服务”的理念,为消费者提供全方位、人性化的一站式优质服务,让用户亲身参与到店售后服务的评价管理体系中,效果显著。

华泰B11以“级别之上”的出众产品力佐以全面深入的售后服务价值导向,短期内实现“上位”,在强手林立的B级车市场,挣得一席之地无疑是对消费信心,给予有力的支撑。

(恒念)

沃尔沃发布“以人为尊”品牌战略

8月23日,沃尔沃汽车品牌战略新闻发布会在北京举行。沃尔沃全球高级副总裁兼中国区董事长沈晖表示了对沃尔沃中国区上半年整体市场情况的满意,并重点阐述了新的时代背景下沃尔沃汽车“以人为尊”的品牌战略规划,这一品牌战略也凸显了沃尔沃汽车对中国文化的关注。

沃尔沃中国成长战略稳步推进

从去年8月,吉利正式完成对沃尔沃的收购开始,沃尔沃已经从跨国大车企的一个业务分支向一家独立运营的公司进行转变。在中国,沃尔沃汽车公司也由之前的一家销售公司转变为全职能的企业区域总部,并成立了强有力的管理团队。8月22日,沃尔沃汽车中国区北京办公室也正式成立。今年以来,在中国成长战略的引导下,沃尔沃汽车中国在各个业务方面都取得了优异的业绩:1-6月新车销售达到21000辆,同比增长36%;成功发布了全新S60及各车型的2012款。新的生产基地也在稳步推进中,成都大庆工厂正在等待政府审批,新的工厂也将坚持全球统一的生产和制造体系。

以人为尊品牌战略发布

作为沃尔沃汽车全球复兴及中国成长战略的重要组成部分,沃尔沃汽车“以人为尊”的品牌战略也隆重发布。该战略指明了沃尔沃汽车今后的品牌发展方向:沃尔沃汽车以人为

中心,深入了解人们的用车习惯,并依此进行产品的设计及工程研发;由于设计从驾乘者的切身感受出发,所以沃尔沃汽车在功能性、高科技配备、驾乘感受及安全性各个方面独具优势,从而给予消费者现代的北欧豪华体验。沃尔沃强调,在以人为本这一品牌理念的指导下,沃尔沃在深刻理解用户需求的基础上,塑造最有亲和力、最人性化的北欧豪华品牌,同时延续沃尔沃汽车安全可靠和高品质的传统。

经销商网络销售达到200家以上

今年以来,沃尔沃汽车中国的销售网络已经稳步增长到117家,未来将达到200家以上,年内还将再建10家沃尔沃

体验中心。在最佳合作伙伴的激励机制下,沃尔沃同期还实施了销售网点设施和服务的升级。升级后的沃尔沃4S店采用全球设计概念,成为拥有国内唯一设有无障碍设施的汽车品牌展厅。

与网络同步升级的还有市场营销活动,沃尔沃将全力打造消费者体验平台,通过体验式营销推广品牌和产品,让消费者能亲身感受到沃尔沃以人为本这一品牌战略。2011年,拥有80多年历史的北欧豪华汽车品牌沃尔沃在中国开启了新航程,在连续的发布了中国战略和品牌战略之后,沃尔沃将向着2016年达到20万销量和20%中国豪华车市场份额的目标迈进。

(本记)

2011款炫丽CROSS 成高性价比家轿首选

东风雪铁龙C2 优惠幅度引市场瞩目

据了解,2011款炫丽CROSS自5月份上市以来,以月均销量超过四千台的优异表现,稳居A0级市场前三甲,在整个车市普遍低迷的情况下取得如此优异的成绩,凭借的正是其出色的性价比优势。享受补贴后,2011款炫丽CROSS价格不足6万元。2011款炫丽CROSS搭载获得“十佳发动机”的全铝VVT发动机,拥有出色的燃油经济性,具备了高性价比家轿所要求的全部要素,特别是其良好的节油性和亲民的价格,使用和购买成本的综合优势相当明显,这使它成为高性价比家轿中当仁不让的首选。

(若水)

近日,笔者从东风雪铁龙4S店了解到,2010款C2的促销力度再次拉大,全系让利超过5000元。据销售人员介绍,C2此次促销是限时优惠,只有在8月底之前提车的消费者,才能享受到这么高幅度的让利。目前大部分地区的4S店现车充足,部分车源紧张的4S店也已经在加急补充货源,以满足旺盛的市场需求。2010款C2共有1.4L手动舒适型和1.4L手动VTS运动型两款车型,有波尔多红和珠光黑两种颜色可供选择。C2车身呈“半水滴式”流线型设计,时尚而充满力量,结合此次的大幅优惠措施,必将赢得更多的消费者的青睐。

(本记)



荣获2010
美国GOOD DESIGN AWARDS
大奖



荣获2011
IF国际设计论坛大奖



荣获2011
REDDOT DESIGN AWARD
大奖

招募令!

如果您是08年以后赛拉图, 如果您想置换一款全新K5, 那就赶快来金万通吧!

8月24至31日赛拉图置换享终端销售价其他置换车型高于市场价万元

“5”动生活, 起亚重磅出击, 置换力享终端销售价格 活动时间: 8月24-31日

179匹巅峰动力 7.7L/百公里傲人油耗

活动内容: 08年以后赛拉图置换K5享终端销售价 其他置换车型高于市场价万元



精英格调 新典范

济南金万通起亚专营店

置换热线: 87566868 87518886

地址: 济南市经十西路段店立交桥西行500米路南(世购广场对面)

济南金万通明湖专卖店 (济南地区唯一K5城市展厅)

置换热线: 0531-88990505

地址: 济南火车站东行500米路南明湖东路明湖天地1号楼C座10-101号

济南金万通奥体直营店

置换热线: 0531-88997979

地址: 经十东路奥体中心商业街2号厅

济南金万通匡山直营店

置换热线: 0531-88995959

地址: 济南市济齐路267号(匡山汽车大世界东区北门正对面)



HID氙气大灯
LED日间行车灯



6速手自一体变速器



车辆动态稳定
控制系统(VSM)



全景天窗



18寸轮毂
胎压监测(TPMS)



后排中央扶手
集成控制

5年

发动机 • 变速箱

10万公里保修

2008年8月29日起销售的起亚傲跑