



**Brilliance Auto 河南裕华晨光 华晨汽车全品牌经销商**  
**热烈庆祝骏捷FRV河南地区首家上市**  
销售热线: 0371-60612866 (花园店) 63730743 (北环店) 66539789 (中博店)

### 互动平台

## 你有“车系崇拜”吗

本报记者 李莉

随着中国成为全球第二大汽车消费者,世界上各个国家的汽车品牌不断涌入,中国车市的竞争逐步演变为各大车系之间的争斗,德系车型、美系车型、日系车型和中系车型(民族品牌)各显神通,各领风骚。据新华信国际信息公司的关于车系影响力的调查表明,消费者对于车系的偏好对购车选择会产生至关重要的影响。调查中,有84.3%的受访者认为对某一车系会存在偏爱。这其中有26.6%的受访者认为对车系偏好在购车时的影响力会达到81%~100%,33.6%的受访者认为影响力为61%~80%,两者超过60.2%。

日前,本报关于车系之争的讨论话题引发了不少读者的关注,不少读者参与互动表示,在购车时,除了关注品牌、价格、车型以及性能等因素外,不同车系也是影响消费者购车选择的一个因素。

中原车市互动平台:

电话:13526789459 QQ群:55637067



什么样的车才是好车,这是仁者见仁智者见智的问题,但买什么车却要看着口袋里有多少钱。从纯粹爱好的角度而言,我个人最喜欢德系车,日系车只能排在倒数第二,但作为消费能力有限的普通消费者,买车的时候我还是会选择购买日系车。虽然日系车普遍要比同级别欧美系车轻几十到几百斤,但口碑尚可,只要不出什么事故,维修率也比较低。此外,买车之后,如何养车也是一项更大的工程,除了燃油及税费之外,维修保养也是一项重要的支出,而日系车的油耗相对较低、保养费、零配件费用比较便宜,这符合了我购车的经济性需求。

——汽车发烧友李辉

在我看来各车系之间无所谓孰强孰弱,无所谓好坏,只要符合自己用车需求,同时符合自己的个人风格,就算选对了这辆车。就个人而言,车系可以说对我的选择起着决定性作用,安全性、舒适性是我选择车辆时的第一标准,因此我选车范围也就限定在美系车。日系车大多看起来比较精致小巧,经济省油,但却少了些驾驶的热情与乐趣;像君越、克莱斯勒300C、林肯大道、凯迪拉克这样个性张扬、豪放大气的车才更符合我的个性,同时它们宽大舒适、更具人性化的设计也更符合我的要求。

——新密私营业主周先生

一位对汽车有着多年研究的资深人士曾这样说过:德国车是精品;日本车是商品;美国车是人品(具有人性化);法国车是艺术品。汽车不仅仅是一种工业产品,更是一种文化,是一种艺术,不同的文化背景作用下会产生出风格各异的产品,车系之争在某种程度上而言就是不同的文化认同感。我个人比较认同法系文化,我现在在开的是标致两厢307,这是我的第一辆车,浪漫、优雅是我对法系车的印象。

——网友“蓝色的风”

虽然一个地区会有一个地区的特点,但现在工业产品全球化,各项新技术的应用普及也越来越快,同一个平台也会产生不同车系的产品,一些品牌的经典车型在全球市场都能风靡。在我看来,车系本来有差异,但国产化后好像越来越同质化了,所谓不同车系之间的差异,正在出现逐渐融合的趋势,对我来说品牌影响要远胜于车系影响。

——网友“深海”

车系之间的差别是客观存在的,但既然不同品牌的车都要在中国生产,同时也要最终供中国消费者使用,那么,无论哪国车,有何特点,毫无疑问都要符合中国消费者的习惯。如德国大众、美国通用、日本本田等品牌都相继在中国建立合资企业,进行本地化改造,打造适合中国消费者消费理念与消费习惯的产品。不同车系有自己的国别与血统,但它们都有一个共同的特点,那就是“made in China”。我认为,选择什么车一要看看消费能力,二要看个人的用车需求,作为代步工具,我买车的标准是经济性、耐用性以及性价比,因此首次买车时选的是自主品牌。

——二七区读者小梁

## 媒体车友走进江淮 深度认知品牌之美

近日,由河南世纪阳光组织的河南媒体记者和江淮车友走进了江淮瑞风和瑞鹰的生产基地,亲身感受汽车生产全过程,深度认知品牌之美。参观者从了解江淮的企业发展、企业文化和产品介绍开始,全面了解江淮汽车这个民族品牌的快速发展。车友用户及媒体工作者领略了江淮独特的企业文化,包括观看瑞鹰雷力车队秀表演,九华山山体试驾等系列活动的,对于瑞风、瑞鹰的产品特点有了更深入的认识。

中小型企业市场、二三级区域市场,已

经成为MPV新增增长点。日前,江淮在全国范围内启动规模宏大的“瑞风助力中小企业成长”活动,活动主要针对中小企业成长的重点销售区域二三级城市,销售利刃直指中小企业用车市场。据江淮瑞风汽车销售部负责人介绍,本次活动将在全国范围内展开,以区域为单位,与当地主流媒体合作,采取与相近购买瑞风的中小企业绑定宣传、召开有针对性的中小企业产品推荐会、与媒体合作举办中小企业发展论坛等形式,利用瑞风的一些优势资源,与中小企业用户分享,促进共同发展。

不仅如此,近两年江淮乘用车频繁召开中小企业用户、二三级区域市场用户互动活动,邀请各地客户代表走进江淮生产线,积极提升瑞风产品在更广阔的二三级市场的知名度和影响力。这也是其从用户需求出发进行营销活动的表现,因为对于众多中小企业用户决策者而言,实实在在的看到车辆的生产过程和厂商实力,无疑是为他们的购买决策吃下一颗定心丸。了解用户需求,从用户需求出发,这应该就是瑞风近年来稳居MPV市场销量榜首的主要原因之一。

张磊



本报记者李莉文宋晔图



### 两主题相得益彰

歌舞表演活力四射、书画名家泼墨助兴、近百款品质车型与十余家实力家装公司相映生辉……10月1日~3日,省人民会堂广场人头攒动、热闹非凡,由郑州日报、河南省室内装饰业协会、郑州市汽车流通行业协会主办的首届中原精品生活博览会暨家居·汽车主题展在此盛装启幕。

车展开幕正值国庆佳节,绿城天高气爽,一扫连日阴雨天的阴霾,上午9:00,未及展会正式开幕,河南省人民会堂广场已是人如潮涌。

上海通用、一汽丰田、东风本田、东风标致、北京现代、东风悦达起亚、上汽荣威、斯巴鲁、吉利汽车、奇瑞汽车、比亚迪、江淮瑞风、江淮宾悦等主流品牌率旗下“强兵悍将”盛装赴展,涵盖微型车、经济型车、中高级车、进口车、SUV、MPV、商务车的近百款热销车型将“品质·品味”的车展主题完美演绎;北京实创、北京阔达等十余家家装饰业公司则为绿城市民带来了“绿色·环保”家装新理念。

“车型多、优惠幅度大、参展车商信誉值得信赖,首届中原精品生活博览会为绿城市民搭建了一个便利、实惠的综合性置业平台,成为消费者在黄金周期间看车、赏车、选车、购车的的首选。”郑州市汽车流通行业协会秘书长吴大胜表示。

### 优惠力度空前

“现场推出车展特价车”、“现场订购车辆可享十一华山游”、

展旺盛人气把大批的Fans揽入怀中……

“从外形上看,荣威550把运动、时尚、优雅、前卫都揽入怀中,同时又不失英国式的贵气和雅致。”在某职业学校教书的高女士对河南旭致带来的“全时数字化”轿车荣威550一见倾心。记者现场蹲守发现,三天时间,荣威550热度始终不减,从外观、内饰、空间到“全时数字化”的概念,都是消费者关注的焦点,河南旭致销售人员告诉记者,目前这款车主要以预定形式销售,“手动挡的订单已经排到10月底了”。

新车型有热度,老款车有口碑。赛拉图、卡罗拉、三厢307、思域等中级车型同样是家庭购车用户的热门选择,三天下来,每款车都收获了数十位意向购车消费者。

### 换车族首选“城市SUV”

如果轿车是首次购车家庭的首选,那么,对于准备换车的消费者而言,一辆空间既充裕又休闲舒适的SUV则是不二之选。车展现场,不仅东风本田CR-V、东风悦达起亚狮跑、江淮瑞鹰等国产城市SUV霸气十足,进口SUV也分到一杯羹。

“水平对置发动机结合左右对称全时四轮驱动系统,可以确保车辆在行驶中具有极高的平衡性和操控性;2.5T涡轮增压发动机既保证了澎湃的动力又避免了大排量车高额的车购置税……”在河南裕华江南斯巴鲁展位前,个性独特的全时四轮驱动都市多功能SUV斯巴鲁森林人现场很有“人缘”,不少市民围着这款车价格不足40万元的进口SUV细细询问。

“进口车在车展上重在宣传,卖不卖车倒在其次,主要是借车展旺盛的人气热身,和消费者混个脸熟。”河南豫中汽车服务有限公司带来的进口车丰田RAV4同样集市民的万千宠爱于一身,销售经理唐红军表示:“作为城市多功能性的SUV的先驱,预计丰田RAV4明年国产后,价格将在25万左右。”

### 家用中级车俏销

车展现场,数十款家用中级车为观展市民演了一出最出彩的“群雄争霸”戏:“当家花旦”新凯越与伊兰特悦动现场人气;比亚迪F6、江淮宾悦、奇瑞A3、荣威550等自主品牌中级车与合资品牌比拼“功力”;新威驰、标致307两厢等数十款今年上市的新车型则借助车



### 购车请“高参”

#### 看车“智囊团”频现

“买车是件大事,看准了才能入手。”或携家带口,或呼朋引伴,记者在现场看到,不少前来选车的消费者都有自己随行的购车“智囊团”。

“前几天一直下雨,都在家憋了好几天了,这两天天晴了正好出来看看,全家人的意见都要尽量考虑到。”一家三口同来看车的市民夏先生乐呵呵地告诉记者。巩义的林女士则从家里“拽”来了两个懂车的朋友做“高参”:“10万元左右的家用车型实在太多了,趁着朋友放假正好让他们过来给参谋参谋,选辆性价比高的车型。”

### 装修选车两不误

#### 逛完家装展逛车展

“解决了买房的问题,买车也将很快被提上日程。”从家装展出来,袁先生和妻子直奔汽车展区,他颇为兴奋地告诉记者,自己刚刚到新房钥匙正准备装修,新房离工作单位比较远,搬家之后买一辆车代步势在必行,“选好装修公司正好再过来选车。”

记者注意到,三天时间,更有

不少参展家装公司的设计师趁中午休息的时间到“隔壁”汽车展区看车选车。10月2日中午,在东风本田展位前,北京实创嵩山路店部门经理杨先生坐在一辆红色思域里面细细品评,“公司不少同事都有车了,年底前我肯定也要买。”他告诉记者:“我比较喜欢有运动感、有活力的车型,思域的外观很合我的审美要求。”

### 消费新理念初现

#### 分期付款受青睐

“买这款车思域的话能不能分期?”“分期买1.6L凯越高配首付要多少钱?”……采用分期付款的方式自食其力买车成为一些年轻白领的消费新模式。

10月3日上午,在河南旭致展位前,看上了荣威550的赵小姐准备用分期付款的方式早日实现自己的购车计划。“首付7万元,每个月还3000元左右还能够承受得住。”在某医院工作的她告诉记者:“工作了就不能再向父母要钱花,反正就算不买车的工资也都被我花得差不多,还不如分期付款开着呢。”



河南神源、郑州豫中丰田等参展经销商告诉记者,目前,越来越多收入有保障的“80后”采用分期付款的方式购买爱车。

### 购车观念成熟

#### 使用成本受重视

“实际油耗是多少?”“保修期是多长?”“维修保养一年大概需要多少钱?”……买车重在使用,车展现场,除了价格之外,这些问题成了“出镜率”最高的话题。

“售后方面的问题,一定得问仔细,买车价格都是死的,后期维修、保养、油费等使用方面的花费才是购车支出的‘大头’。”充当购车“顾问”的一位男士颇为内行地告诫朋友。

在东风悦达起亚河南双盛展位前,“全系车型提供5年10万公里保修”的宣传标语非常醒目,1.4L的RIO、1.6L欧风、赛拉图等燃油经济性较强的车型受到了绿城市民的青睐。记者了解到,9月26日刚刚上市的奇瑞A3也把保修服务延长至4年12万公里,成为这款“中系车”参与市场竞争的重要筹码。

### 新车T台

10月2日,备受瞩目的2008巴黎国际车展在凡尔赛门展览中心正式开幕,一批备受关注的汽车首次亮相,其中不乏与中国市场联系紧密的全球首发车型。

在这些对中国汽车市场未来走向有着巨大影响的新车型中,除了将以进口形式引进国内的产品外,还有一些即将国产的“重头”新车。

### 斯柯达改款明锐



Octavia(国内为明锐)是斯柯达品牌销量最为成功的车型,本次巴黎车展大众公布了其改款Octavia,此次改款明锐也有可能将于明年在中国生产。

首次亮相的小改款斯柯达Octavia,在原有设计的基础上加入了全新的设计元素,其时尚、动感的风格与新一代法比亚与B级车新速派保持一致,前灯和格栅都采用了全新的造型,前保险杠也采用了一体式造型。其尾灯和尾部保险杠都加装了光线反射装饰条。同时小改款Octavia的内饰也加入了新的运动元素,新设计的方向盘与中控台造型让人眼前一亮。

### 第六代高尔夫



本届车展亮相的第六代高尔夫采用了PQ36平台,其技术与结构基本沿用了PQ35平台已有的先进技术,底盘采用前麦弗逊式独立悬挂与后多连杆式独立悬挂的组合,具有极佳的操控品质与行驶舒适性,激光焊接与高强度的车身结构也得以全面继承。

在外观设计上,第六代高尔夫改进主要集中在车头,由于引入了大众最新的设计元素,用极具科技感的多边形前灯与短小的中网取代了第五代高尔夫备受争议的大嘴式中网。同时,相比上一代车型,第六代高尔夫的车身侧面细节也更加简洁,全新的白色仪表盘背光与中控台造型更加年轻化。

### 铃木全新一代奥拓轿车



作为国产轿车的一代传奇产品,随着铃木新奥拓在巴黎车展上的正式发布,我们身边熟悉的小家伙也许真的迎来了接班人。全新一代的铃木奥拓作为铃木在欧洲与第三世界全面推广的重量级产品,其设计延续了这一系列一贯的灵巧与紧凑。

新奥拓预计将搭载1.0L全铝制汽油引擎,排放可达到欧V标准,二氧化碳的排放量将低于109g/km。与这款引擎相匹配,铃木新奥拓可使用五前速手动变速器与四速自动变速器,并可以将最高车速保证在120Km/h以上。新奥拓很有可能会在2009年由长安铃木在中国实现国产,并成为长安铃木的最新入门轿车。

### 起亚新赛拉图



作为韩系产品在华的中坚力量,热销多年的赛拉图也已经迎来了换代的最佳时机,大胆而硬朗的线条迎合了这一品牌运动与时尚的市场定位。

在底盘改进不大的前提下,新赛拉图的外观改进可以说是焕然一新。从车头望去,短小紧凑的中网是起亚家族最新的家族特征,而这款轿车A柱的巧妙处理也展现了设计师对轿车美学的独特认识。东风悦达起亚新赛拉图国产计划可能将在2009年全面展开。