



本报讯 近日,北京汽车作为2012第三届亚洲沙滩运动会(以下简称“亚沙会”)的独家汽车高级合作伙伴,向亚沙会组委会交付了包括北京奔驰、北京现代在内的首批官方服务用车。而北京汽车全力打造的基于萨博技术的中高端轿车平台、小型车平台以及承袭“越野世家”历史基因的越野车平台的众多车型,将陆续向亚沙会输送交付,

为亚沙会提供全方位、多层级的赛事服务。

组委会透露,之所以选择北京汽车作为高级合作伙伴,不仅是看中其在中国市场良好的口碑和品牌积淀,更由于其优越的产品性能和丰富的产品系列,能够为赛事提供优质高效的服务保障工作。据介绍,北京汽车将根据每款车型的产品特性,充分发挥产品优势,使不

同车辆各尽其职,承载起为亚沙会贵宾、运动员、随队官员、媒体、裁判员及技术官员提供完善交通服务的重任。

北京汽车相关负责人表示,汽车与体育看似两个不同的领域,却有着很高的契合度,北京汽车携手亚沙会,不仅是履行社会责任,更以优质的产品和服务,彰显北京汽车的文化精髓和产品主张。(陈君)

SUV 越野越美 (下)

本报记者 冉红政

深度观察

品牌营销时代来临

对于汽车企业而言,市场不好的时候,恰恰是苦练内功、提升品牌的时刻。今年亦是如此,汽车行业产量、销量增幅双降,“自主”在喊出品牌向上的口号后,开始重新放慢增长的步伐、苦练内功。

毫无疑问,做品牌在今年已成为了自主车企的共识,尽管各企业的目的不同,但这种被动的竞争多少透露出对市场放缓的无奈。

的确,今年各家车企的形势都比较严峻,汽车厂商对今年的预设产销目标仍存在着担忧,品牌力已成为决战未来的重要砝码。

一份以正在驾校中学习的准车主作为研究对象的“中国准车主汽车消费风向标”报告显示,准车主购车时首选的汽车品牌要值得信赖、放心,并且突出专业性。如果能够凸显高档、品位、时尚、活力,对于提升品牌的消费者偏好大有裨益。

在外界看来,品牌的塑造无非是“烧钱”,特别是在中国,中国品牌始终与国际品牌不能比肩,问题不仅仅来自于外界,而是中国汽车企业对“走自己的品牌之路”概念模糊,所有人的品牌概念只停留在“获得了市场份额就是品牌”。

可是国内的车企管理者,最喜欢的营销模式是走模仿路线。竞争对手如何操作?自己如何操作?这种路径的后果往往难以实现产品与用户的精准沟通,对品牌的影响力也难以提升。

前两年,因为政策的倾斜,国内车企借机得到了较快发展。但是品牌力的不足以及精准营销的羸弱;现在又由于市场的变化,很多企业开始为品牌提升所困扰。

品牌的问题看似是实力不济,实际上是营销的短板。随着竞争的激烈,汽车营销由覆盖社会大众的营销模式,转向聚焦精细化营销时代。要实现真正的品牌传播,必须精准把握用户特征。

要摆脱品牌的“枷锁”,首先就是要有耐力,不要因为销售的短暂下滑,就放弃了品质升级方面的努力。其次,各自主企业在做营销上一定要以服务为重点,不要一味地降价求销量。

某汽车品牌此前为求品牌向上,推出了新一代升级轿车。但为了求销量,再次打出了降价的大旗,这让品牌力并未得到提升,反而给品牌重新套上枷锁。

丢失市场份额并不可怕,可怕的是连刚刚形成的品牌竞争力也丧失了,这也许就是品牌营销下的一种悲哀吧。

红玉

车市播报

6599台 长安福特召回蒙迪欧-致胜

日前,长安福特马自达汽车有限公司按照《缺陷汽车产品召回管理规定》的要求,向国家质检总局递交了召回报告,决定召回2011年2月14日~4月16日期间生产的部分蒙迪欧-致胜轿车,涉及数量共计6599台。

本次召回的原因是该范围内的车辆,部分空调辅助加热器电源线可能与空滤器支架发生干涉,导致电源线绝缘材料磨损进而发生短路,使电源线发热、冒烟。长安福特马自达汽车将通过其全国授权的福特品牌经销商向受本次召回影响的车主发出通知,相关车主到经销商处进行免费检查和维修,以消除可能存在的的天安全隐患。

22457辆 雪佛兰乐驰被召回

日前,上汽通用五菱汽车股份有限公司根据《缺陷汽车产品召回管理规定》的要求,向国家质检总局递交了召回报告,决定自2011年6月8日起,召回2010年12月20日~2011年5月11日期间生产的部分雪佛兰乐驰轿车,车辆总数共计22457辆。

本次召回由于供应商装配原因,可能造成极少数车辆后轮轴紧固螺母开口销漏装。在行驶过程中,后轮系统中部件之间相对运动,极端情况下不能可靠防松,造成部件脱落,存在安全隐患。上汽通用五菱汽车股份有限公司将对召回范围内的车辆进行免费检修,以消除隐患。

上汽通用五菱汽车乐驰特约服务中心将主动与召回车辆的用户取得联系,安排免费检修事宜。王蓝



东风本田 CR-V

该车外形更时尚,操控更便捷,具有多变自由的空间组合。
动力方面,HONDA i-VTEC 发动机具有高动力输出、低油耗、低污染、低噪音的特点,匹配技术领先的 HONDA 的 5 速自动和 6 速手动变速器。
购车优惠:近日,记者从东风本田汽车华林特约销售服务店获悉,8 月份,店内有价值 6000 元的订车礼包,先到先得。

一汽丰田 RAV4

RAV4 有 2.0L 和 2.4L 两种排量的车型,发动机均采用了丰田的 VVT-i 技术,与之匹配的 5 速手动和 4 速自动变速器,动力输出迅猛顺畅的同时还兼顾了良好的燃油经济性。该车全系配有带 EBD 的 ABS 系统,而 S-VSC 系统也应用在 RAV4 的多款车型上。
购车优惠:记者从郑州裕华丰田汽车销售服务有限公司了解到,厂家有购车送交强险和 1000 元汽油卡的优惠。同时,该店送价值 15000 元的加装配置。



东风悦达起亚智跑

智跑外形漂亮、内饰设计炫丽、做工比较精细,配备全景天窗。除了 2.0L 的部分车型配置 5 速手动变速器外,智跑其余版本都匹配 6 速手自一体变速器。
配置方面,智跑配备了适时四驱系统、车身稳定控制系统、上下坡辅助控

2011 款新逍客

新逍客增添了两种更为靓丽的颜色——风尚金和炫雅红,配置方面,该车增加了全景天窗,配备了全景影像倒车系统。安全方面,新逍客达到了 C-NCAP 与 E-NCAP 的双五星安全标准,搭载了 CARWINGS 智行+智能全方位行车服务系统,通过联系远程呼叫中心为车主提供更多服务。
购车优惠:日前,记者走访东风日产郑州中原专营店时,销售人员介绍:无任何优惠,不加价销售。

北京现代 ix35

ix35 有 2.0L 和 2.4L 两种排量。在变速箱方面,ix35 手动挡车型采用传统的 5 速变速器,而在自动挡车型上,ix35 采用了先进的 6 速手自一体变速器。同时,ix35 还拥有多项高科技配置,如定速巡航、倒车影像、ECO 经济驾驶模式以及以往多见于豪华车的上下坡辅助系统、全景天窗等。
购车优惠:据北京现代河南长江特约销售服务店销售人员介绍,购车即送价值 5000 元冰爽大礼包。

本周新车重磅上市

本报记者 冉红政

奇瑞 E5

正式上市时间:7月6日

奇瑞 E5 的前身是奇瑞老款 A5 车型,也就是在现在的旗云 3 基础上打造的。

标致 508

正式上市时间:7月10日

标致 508 与雪铁龙 C5 出自同一平台,也是东风标致首款中级车。

本周我们将迎来两款重磅新车上市,分别为奇瑞 E5 与东风标致 508。E5 是奇瑞的重点新车,定位于紧凑型,基于老款 A5 改进而来;东风标致 508 作为战略产品终于将迎来上市发布,其出众的外观设计和丰富的科技配置让我们对这款新车充满期待。

外观方面:奇瑞 E5 的前脸设计相当大气,整个前脸造型很有中级车的风范。相对于大气稳重的前脸,奇瑞 E5 的尾部设计显得逊色很多,后 45 度角的视觉效果不佳,外露的排气管影响了尾部整体协调性。
内饰方面:虽然整体设计比较简单,但却抛弃了老款 A5 的呆板设计思路。奇瑞 E5 的内饰设计风格与荣威 350 极为相似,特别是中控台区域。
动力方面:奇瑞 E5 分别搭载了 1.5L 和 1.8L 两种排量的发动机。其中,1.5L 发动机额定功率为 80kW,最大扭矩 140Nm;1.8L 发动机额定功率 97kW,最大扭矩 170Nm,与之相匹配的是 5 挡手动变速器或 CVT 无级变速器。

本地速递:记者从河南新大陆实业发展有限公司奇瑞汽车特许销售服务店了解到,奇瑞 E5 于 6 月 18 日到店,价格区间为 7 万~10 万元。目前有“抢鲜订奇瑞 E5 送苹果 iPad2”和“交 3000 抵 5000”的活动,其中,前 1000 名缴纳订金的预订用户送 iPad2,第 1001~3000 名缴纳订金的预订用户获得“交 3000 抵 5000”的购车优惠。

外观方面:标致 508 的设计基本延续了 5 BY PEUGEOT 概念车的样式,采用了标致新的家族式设计样式,侧身线条与面的交融使得整车一气呵成,沉稳的车身尾部线条刚毅饱满。
配置方面:标致 508 将配置例如 ESP 电子稳定系统、氙气大灯、倒车影像、无钥匙启动等一般性配置,同时还配备了中控台集成旋钮操作系统。
动力方面:2.0L 车型的最大功率、扭矩分别为 108kW/6000rpm、200Nm/4000rpm;2.3L 车型分别为 126kW/5875rpm、230Nm/4150rpm,与其相匹配的变速箱是 5 速手动和 6 速手自一体两款产品,其中 2.0L 车型仅提供手动挡车型。

本地速递:记者在河南省政锐汽车贸易有限公司获悉,标致 508 的价格区间为 18 万~30 万元,7 月 1 日开始接受预订,订金 3 万元,没有优惠活动,展车将于 7 月 10 日到店。