

全新卡罗拉携“心动”元素高调上市

6月19日晚,全新第11代COROLLA卡罗拉上市会在上海举行。当彰显尊贵的金色卡罗拉驶出时,时尚与科技在这里交融,激情与美好在这里碰撞。“卡罗拉先生”古天乐亲临现场,与现场观众共同分享了全新卡罗拉的魅力。总设计师安井慎一则以极富未来感的方式对全新卡罗拉的商品性进行了描述。

安井慎一介绍说,全新第11代COROLLA卡罗拉在承袭品牌高品质基因基础上,增加了“令人怦然心动”的元素,集中体现在卓然气魄的外观、超越同级的空间、兼具驾趣与经济性的全新动力系统。全新COROLLA不仅以4630mmx1775mm的车身尺寸



领先同级,同时以2700mm的超长轴距,配合全新薄款座椅与平整化地板,打造出960mm的后排空间和706mm的膝部空间,实现了超越同级车型的宽敞空间。

第11代卡罗拉共配备1.6L、1.8L两种排量、7个级别12款车型,商品性能全面升级、价格区间为10.78万-15.98万元。上市前预售短短一个月,全新第11代卡罗拉已取得超过8000辆的订单成绩,全面彰显了其重塑小型高端车市场格局的强大竞争力。

为了回馈消费者的喜爱与等待,一汽丰田特别将上市会精彩的表演秀向公众开放数日。此外,6月28日至29日,一汽丰田全国各经销商也将同步举办全新卡罗拉店头发布会。上百场卡罗拉巡回展示活动也将在全国范围内开启。

张云

RS 7点亮Audi Sport不眠夜

6月16日夜,北京奥迪金港汽车公园一改往日寂静。近千位来自各地的奥迪粉丝、特邀嘉宾在此相聚,参加“Audi Sport Night暨奥迪RS 7上市投放庆典”活动。一汽-大众奥迪宣布C级高性能轿跑车——奥迪RS 7 Sportback正式上市,售价为178.8万元;奥迪RS 5 Coupe特别版车型同时上市,售价为109.8万元。

目前,一汽-大众奥迪已超额完成当初“奥迪RS战略”许下的“每年引入两款运动车型”的

承诺,已有14款运动车型在中国市场销售。庆典活动的举行,标志着一汽-大众奥迪已经开始向中国引入“Audi Sport”子品牌——它不仅包含目前所有的奥迪运动车型,还涵盖汽车赛事、高端驾驶培训、运动车驾驶体验、汽车文化体验以及足球、高尔夫、马术、帆船和滑雪等一系列高端体育运动。

作为奥迪RS高性能运动车系“皇冠上的明珠”,RS 7 Sportback拥有高性能车前所未有的顶级品质,560马力4.0升直

喷双涡轮增压V8发动机性能强悍,在最新一代quattro和8速手自一体变速器的协助下,它从静止加速至100公里/小时仅需3.9秒,性能堪比超级跑车。



此外,RS 7 Sportback还提供了奥迪预防式整体安全系统前部版、夜视辅助功能、主动式车道保持系统和可升降尾部扰流板等科技装备,以及空气运动悬挂、电动助力车门关闭系统和自动泊车辅助功能等竞争对手无法提供的尊贵装备。

张云



6月15日,由广汽菲亚特倾情赞助的2014年“星光上海华谊ELLE之夜”公益时尚盛典在上海世博创意秀场举行,广汽菲亚特旗下代表时尚、活力的Ottimo致悦作为嘉宾接待用车,为到场的全体明星提供了尊贵、舒适的用车服务。

同日,广汽菲亚特携手华谊兄弟时尚共同发起的大型青春时尚选秀活动——“华谊新面孔·致悦达人秀”活动也正式拉开帷幕。

罗裕

延续中西部市场扩张战略 长安福特88家店同日开业

6月19日,长安福特宣布88家新的授权经销商同时开业,并在上海新的经销商店举行了盛大开业庆典。与此同时,山东东营、沈阳、郑州、西安、广东佛山等五大分会场也以其同样高涨的热情与主会场上海共襄盛举。至此,长安福特在中国的经销商网点总数将达到750家。

88家新经销商全部开业后,长安福特在中国中西部地区的经销商网点数量在其全国经销网络中的占比将达到约1/3,这也印证了中西部

地区消费需求的增长以及其强大的市场潜力。目前,在长安福特的750家经销商网点中,约75%布局于四五或六线城市。长安福特总裁马瑞麟表示,“在目前我们经销商网络高速拓展的态势下,预计到2014年底,我们的经销商网点将有望超过800家。”

长安福特迄今已经成功引进了福特新福克斯、翼虎、新蒙迪欧、翼搏以及新嘉年华等多款新车。2014年1-5月,实现全系产品销量达330771台,同比增长43%。

余音

MPV热:智能化、年轻化成趋势

按派系来划分,主要可以归为欧系、美系、日系和自主四大类。欧、美、日系MPV产品特性各不相同。作为欧系MPV的一员,上汽大通G10同样具备欧系MPV的商务配置较齐全、后排空间大、动力操控强等特点,符合公商务需求,又能兼顾家用。

对于MPV的各大品牌方来说,上海通用GL8长期占据着MPV市场“老大哥”地位。但现在的MPV市场情况也早已区别于十多年前。此时,消费者对MPV产品有一定的了解与认识,因此在选车时更有自己的思考。而且在当今时代更加年轻化的创富精英们需要用颠覆性的思维不断推出新的商业模式和形态,这也注定了传统的MPV形象已经难以满足这群人的需求,智能化、年轻化的MPV显得更加恰当。

破局者:G10取代GL8不是神话 在这样一个时代,就非常需要

MPV又迎黄金十年 G10欲演弯道超车

曾经是一个汽车细分市场中占有份额很小的门类,MPV在2013年创下了同比增长1.6倍的成绩,而在今年的前四个月,同样保持着飞速的增长。MPV的增长在很多人的意料之外,却又在情理之中。随着中国车辆升级消费热潮的掀起,多个城市限牌加上二胎政策的颁布,中国汽车消费者的需求已经开始变得多元化。而MPV车型以其宽敞的车内空间以及行李箱空间,博得了越来越多家庭的青睐。

一个强有力的新生代MPV成为该市场的“破局者”。作为上汽大通战略转型的拳头产品的G10,锁定金字塔中上层位置,直接对标GL8。仔细算来,上海通用GL8与上汽大通G10应该算是“表兄弟”,上海通用算是上汽家的大女婿,而上汽大通则是上汽



的“亲儿子”。在品牌和产品竞争力上,上汽大通G10丝毫不弱于“表兄”GL8。具体而言,G10的座椅造型比GL8的更具设计感和美观度,同时空间表现在宽敞舒适方面都超出了GL8。第二排座椅,G10可以提供极为宽裕的腿部空间,已经无需几拳

和几指来衡量,大到夸张,而GL8的腿部空间大约在2拳左右。第三排空间方面,G10优势更加明显,远远拉开了与GL8的距离,G10的座椅前后可整体调节,靠背可以4/6调节,而GL8的则完全是固定死的。其次,G10的中间座椅的三点式安全带和

独立头枕,而GL8则仅有两点式的安全带,且无中央头枕。

就动力性能而言,GL8 2.4L版123KW的最大功率水平表现在G10面前绝对是不堪一击。就算拿GL8的顶配车型3.0 XT旗舰版相比,G10也是毫不逊色,虽然最大功率上略有差距,但是G10最大升功率和扭矩都远远胜出——升功率超出30%,扭矩表现胜出近20%。这组数据直接表明,G10在大动力、环保油耗方面堪称完美,绝对是当仁不让的MPV市场动力新标杆。

如果说GL8开辟了MPV市场的混沌天地,雄霸市场前十年,那么“新兵”G10此次的蓄力出击,则是对MPV市场格局的重大冲击,即将开创未来十年的新格局,引领中高端MPV的又一个黄金十年。

丰田内斗!「卡」位在先,恐难「凌」驾

第11代卡罗拉已于6月19日晚正式上市,这也将丰田两合兄弟车的正统之争推向最高潮。一汽丰田在第11代卡罗拉上市时反复强调的口号“我才是卡罗拉”颇有点自我正名的意味,而雷凌提出“我是雷凌,不是卡罗拉,只为年轻而生!”的口号更是针锋相对。拥有产品线优势的一汽丰田,第一次受到了来自营销手段更为犀利的广汽丰田的挑战。

丰田分别在两家合资公司投放这两款产品,无疑是希望看到两家企业通过竞争为品牌抢得更多的A级车市场份额,并最大程度降低了单车成本,可以理解为“鹬蚌相争,渔翁得利”。

公开资料显示,此次一汽丰田所推出的第11代国产卡罗拉是基于欧洲版卡罗拉打造的产品,而广汽丰田几乎同时推出的首款A级车产品雷凌,实际上则是基于美国版卡罗拉打造的产品,其总设计师均为安井慎一。这两款实际上是同宗同源的车型,除了外观设计方面有一定的差别之外,其核心的数据参数、空间、底盘、动力总成基本都是一样的,甚至其定价也是相同的。

毫无疑问,一汽丰田和广汽丰田都会花最多的资源和最大的力气来做好这两款车。那么,这对“双生子”究竟谁能略胜一筹呢?

由于两款车的参数配置基本相同,因此其之间的差别更多体现在品牌的软实力上。就品牌而言,已经国产过两代车型的卡罗拉,其客户的认知度和口碑都有了一定的积累,卡位在前,这无疑是其最大的优势。广汽丰田雷凌初出茅庐,在知晓度上难免会矮一截。当然,雷凌的定位还是比较明确的,其主打个性与运动可能会吸引部分年轻客户的关注。

就目标客户群而言,连总设计师安井慎一也承认,卡罗拉的年龄层覆盖范围会更广一些,上至30多岁的人甚至到40多岁的人也会喜欢卡罗拉,而雷凌则会局限于20岁到30岁之间的用户群。通过对比两款车型的配置,我们不难发现,在舒适性方面,雷凌明显要略低于卡罗拉,主要表现在多功能方向盘、方向盘和座椅材质、座椅加热、扬声器数量、一键启动方面。而雷凌的配置明显更偏重运动性,换挡拨片、运动驾驶模式从精英版就开始标配,并且拥有运动型座椅,而偏重家用的卡罗拉并没有这几项配置。在价格相同的前提下,更看重高级、质感和豪华感的卡罗拉,或许能比更看重运动的雷凌,更能打动消费者的心。

再就国产化率而言,一汽丰田卡罗拉达到89%,广汽丰田雷凌也在80%以上。因此,卡罗拉日后的价格手段和促销空间也应略大于雷凌。

当然,这对“双生子”的未来市场表现如何最终取决于南北丰田的营销能力,毕竟谁也不愿意做输家。随着七月份雷凌的上市,卡罗拉与雷凌剪不断理还乱的关系也依旧会继续下去。其结局,究竟是“既生瑜何生亮”的感慨,还是兄弟联手共拓市场的双赢,让我们拭目以待。

罗裕