

捷豹路虎上半年全球销量创新高

根据捷豹路虎近期公布的数据,其2016上半年全球销量同比增长22%,达291556台,创下该公司半年全球销量的历史佳绩。与此同时,在刚刚过去的6月份,捷豹路虎全球销量达46456台,同比增长17%,刷新该公司6月全球销量的纪录。

2016上半年,捷豹路虎在中国市场的销量同比增长19%,达53157台;其中,国产路虎揽胜极光及国产路虎发现神行为销售主力。自进入中国市场以来,国产路虎发现神行便得到了消费者的广泛青睐,2016年上半年累计销量达17000台。与此同时,全新捷

豹XE及路虎揽胜运动版等进口车型亦表现强劲。

捷豹路虎中国及奇瑞捷豹路虎联合市场销售与服务机构总裁毕少朴说道:我们在上半年的出色表现,将为下半年以及捷豹路虎在华的长期发展打下坚实基础。 晨阳

升级套餐 奔驰售后发力

7月22日,针对车龄在三年以内的车主,梅赛德斯-奔驰在京正式发布逸蓝售后服务保养套餐,这是对逸蓝保养套餐轻享版和尚银保养套餐的补充和升级。奔驰还表示,8月15日起再次下调部分零配件价格,平均降幅达30%。

逸蓝保养套餐的内容涵盖星徽保养菜单中的基础A、B保养,以及火花塞和空调滤清器更换服务。其中,购买2A2B以上的客户,还将享受第四年免费故障道路救援服务;而购买3A3B的客户,还将拥有零首付、零手续费、零利率分期付款的超值优惠政策。多项超值组合,减轻了客户的用车成本。此外,奔驰还为客户提供了终身免费的24小时事故救援、定制化投保方案、管家式理赔等服务,全方位为客户提供无忧、便捷且安全的用车体验。

与此同时,奔驰还通过原厂配件艺术展,表现出雨刮器、火花塞、蓄电池等每一个看似微小配件中的工业美学。 姚琼



劳斯莱斯魅影Black Badge中国首秀

7月22日,劳斯莱斯汽车“风范尊行·无畏之旅”赛道日在上海国际赛车场正式拉开帷幕。除了在赛道上展示劳斯莱斯汽车的速度、动力及优雅格调,此次赛道日还开启了全新车型魅影Black Badge车型的中国首秀。

魅影Black Badge车型有很多独特设计,例如车头的欢庆女神采用了具有高光泽度的特别黑色材质,位于车头、车身和车尾的每一个双R标志均由银底黑字反转为黑底银字,同时,多处原本的镀铬设计也被更具格调的黑色所取代等。车内,黑色内饰与皓蓝色巧妙搭配,显得更为前卫。此外,魅影Black Badge车型配备了经专属设计、以复合碳纤维材质和轻质铝材结合的新型轮毂。

在魅影车型现有的高功率输出基础上,魅影Black Badge最大扭矩增加了70Nm,最大功率可达465kW,并搭载重新设计的空气悬架系统、全新驱动轴以及升级后的8速自动变速箱。 姚琼

全新保时捷Boxster豪迈登场

保时捷全新中置四缸发动机跑车718 Boxster日前登陆上海闵行保时捷和浦西保时捷中心。其中,全新保时捷718 Boxster售价59.8万元,718 Boxster S售价85.8万元。

全新718 Boxster的亮点在于搭载了四缸涡轮增压水平对置发动机,体现了保时捷跑车使用四缸水平对置发动机的传统。源自赛道的涡轮增压技术,显著提升了发动机的效能:2.0升发动机最大扭矩达到310Nm;而718 Boxster S的2.5升四缸发动机在可变几何涡轮增压技术的加持之下,最大扭矩和

最大功率达到420Nm和350马力,百公里加速时间缩短至惊人的4.2秒。

718 Boxster 拥有极高的外观辨识度:带一体式LED行车灯的双氙气大灯令前端更加完美,用户也可以选装能效更高、照明效果更佳的带四点日间行车灯的LED大灯。Sport Chrono组件、保时捷扭矩引导系统和主动悬挂管理系统等调节驾驶

动态的选装配置为新车带来了高度定制化的运动特性。而能使离地间隙降低20mm的PASM运动型底盘则首次作为选装配置出现。 林夏



全新奔腾B50耀世登场

全新奔腾B50华东区域上市会日前举行。全新B50是一汽轿车基于全新B级车M2平台打造而成的一款高颜值全尺寸家轿,搭载的4GB系列1.6L和1.4T高性能发动机,拥有与豪华B级车相媲美的悬挂系统以及丰富的主被动安全配置。全新B50此次推出两种排量八款车型,官方售价为8.18万-11.78万元。全新奔腾B50内饰有四种色彩搭配,筒式组合仪表以及超大7英寸彩色多功能显示屏,提升了整车内饰的“颜值”。全车具有一键启动、手机互联、语音控制、定速巡航、无钥匙进入等配置。2725mm轴距也让B50拥有了超越B级车的超大驾乘空间。 晓超



全新阿特兹8月10日上市

双标杆引领 中高级车市场迎来变阵

今年上半年,轿车销量559.3万辆,同比略有下滑。其中,主流合资B级车占据17%左右的市场份额。尽管近年来表现远不如SUV市场火爆,但更高的净利润来源和品牌形象的需要,让中高级轿车市场成为各大车企竞相追逐的战略高地。

尽管上半年中高级车市场的变化,远不如SUV市场的剧烈。但在平静的市场表象下,实则暗流涌动。下半年,日产天籁、丰田凯美瑞、东风雪铁龙C6等车型不断有上市信息传出,整个产品阵营进入集中升级换代期。更重要的是,随着一汽-大众全新迈腾实现换代,一汽马自达全新阿特兹也将于8月10日实现上市,商务风与运动风鲜明的两款产品,在满足主流消费需求的同时,也将进一步加剧中高级车市场阵营两极化。

有业内人士评论说:“不断的产品升级换代、消费者结构的变化、豪华品牌价格下压,都在推动着中高级车市场的分化。特别是在重磅级产品的引领下,越来越多的产品呈现出鲜明的个性化、年轻化特点,运动和商务成为中高级轿车的两大主流风格。”

新车风格强化 运动与商务特征成主流

事实上,在中高级车市场,很长一段时间运动型轿车都是被商务车压制的。但随着消费者观念、消费年龄结构的变化,运动型产品阵营逐渐强大,特别是下半年全新阿特兹等一批重磅车型的更新换代,运动型轿车的发展趋势将会更加明显,运动与商务车市场将成为中高级车两个最重要的主流市场。——这样的观点已经成为很多车企和专业人士的共识

下半年上市的重磅级新车也从产品上印证了这一观点。作为中高级商务车市场的标杆,一汽大众迈腾将在今天实现全新换代。从产品变化来看,全新迈腾的车身尺寸和轴距再次加长,后排车门开角的增大、后排航空头枕以及后窗遮阳帘的增加,无一不强化了全新迈腾的豪华感与尊贵感,商务风格进一步明确。而在运动型产品阵营中,不得不提的是将



在8月10日上市的一汽马自达全新阿特兹。作为马自达品牌的旗舰产品,阿特兹不但传承了马自达特有的运动基因,还实现了魂动设计和创驰蓝天技术的全新应用。与市场大热的CX-4相同,全新阿特兹也是马自达品牌的第6.5代车型,与现款相比有了明显的提升。车内静音效果和内饰材质的大幅提升,将整车的品质感提升到了B+级车的水平。特别是在运动特征上,全新阿特兹的进气格栅、前大灯都进行了全新的变化,线条运动将更加流畅夸张,运动风格更为明显。同时,为了增强运动舒适性,悬架也进行了全新的调教,这也再次证明了马自达对于运动精神的传承和突破。

需求是产品变化的根本,产品则是未来趋势的风向标。从商务旗舰全新迈腾到运动型标杆全新阿特兹,中高级市场的产品的风格正在加剧两极化,而鲜明的特征也将成为推动整个中高级车市场走出低迷状态的关键。

产品阵营分化 谁将执运动型车牛耳?

长久以来,迈腾、雅阁、天籁等传统强势

车型分得了商务车市场的大部分份额。特别是自从第七代迈腾上市后,销量更是居高不下,成为整个中高级商务车的标杆。而在运动型车阵营中,虽然阿特兹、CC、锐志、思铂睿等产品在总体销量上难以与商务车匹敌,但近年来消费需求和人群的变化,正在为运动型车带来新的机会。

相比于几年前,中高级车消费者的年龄呈现出年轻化趋势。有数据统计,30岁以下购车用户数量明显上升,35岁以下年龄层的中高级车消费者已经从2007年的43%,上升到了今年的50%以上。更重要的是,这部分新兴的购买力更喜欢年轻化、个性化的运动型轿车。正如商务阵营中的标杆产品迈腾一样,运动风格轿车阵营中也很可能借助这样的趋势,催生出新的运动标杆。从产品力以及市场口碑的情况来看,全新阿特兹很有可能是下一匹运动黑马。

从产品开发来看,全新阿特兹完全继承了马自达驾乘愉悦的品牌精髓,魂动设计和创驰蓝天技术所带来的动感外观和人马一体操控,完全满足了年轻人独立、个性的审美观以及追求驾控乐趣的需求。这也与以全新迈腾为代表

的商务型中高级车,在产品设计上追求稳重豪华、加长加宽的设计风格完全不同。有评论表示,在中高级运动型和商务型轿车市场上,全新阿特兹和全新迈腾是将两种风格演绎的比较纯粹的车型,这也反映出目前市场上主流消费人群的两种不同需求。

而在具体技术层面,与迈腾始终强调的“TSI+DSG”黄金动力总成相对应,马自达的创驰蓝天发动机和变速器在很多车迷心中拥有不可替代的地位。观察人士指出,大众的涡轮增压与马自达13:1的自然吸气发动机,已经达到目前主流动力系统的顶尖水平。在造车文化上,马自达品牌始终强调以人为本,从人的感受出发来实现产品的运动化特征,阿特兹的线性动力便是典型的体现。而德系车的工程师文化则为迈腾带来了更加严谨的设计与技术。可以说,全新阿特兹和全新迈腾是东方传统的匠人精神西方工程师文化的极致代表。尽管造车技术、理念与文化迥然不同,但正是在各自领域追求极致的精神,才让两款车型具有了鲜明的产品特征。

除了具备与迈腾极其相似的标杆气质,在整个中高级运动型轿车市场上,阿特兹也堪称一款不可替代的重要产品。2014年,凭借大胆的魂动设计和突破常规的创驰蓝天技术,阿特兹的上市一举颠覆了消费者对于日系车造型中庸、风格不够鲜明、运动性能不强的认知。根据乘联会数据统计,2016年1-6月阿特兹总销量成为市场上表现超强的运动型中高级车。此外,第六代阿特兹积累了不错的市场口碑,加上偏爱运动型轿车的年轻人的逐步增多,可以预见,只要定价合理,全新阿特兹很可能实现与主流商务车销量的齐头并进,成为运动型中高级车阵营的一个新标杆。

强者恒强,在一个市场快速变化的时代,这一定律并不绝对,特别是对于面临豪华品牌挤压、SUV市场分流、新品不断进入的中高级车市场而言,唯有与消费需求保持同步,不断强化自身特色,形成无可替代的核心竞争力才可立于不败。这也是阿特兹和迈腾在中高级车市场上引领各自细分市场的关键所在。