起亚全球销量猛增 索兰托极速登顶

《2011年汽车流行趋势调查报告》显示,SUV车型支持率大幅上升,关注度首次超过三厢轿车,跃居"2011年最受欢迎车型"首位。这也意味着众车商在这个必争之地不断加大力度,SUV市场颇似中高级轿车市场——"欧美韩日"四国大战的格局。

在这场愈演愈烈的市场激战中,进口起亚旗下城市SUV代表索兰托迅猛崛起,其表现令人瞩目。全新索兰托自2009年在中国上市以来,一直供不应求,今年销量与去年相比,更是增长了一倍。同样,在整体低迷的美国汽车市场,2011年1-11月,其累计销售达119572辆,比2010年全年销量还超过2万多辆。

从索兰托在美国和中国的销售增长,可以发现一个基于理念、造型、动力、配置的全球汽车消费共识,而这也是全面解析索兰托热销之谜的思考起点。





精准契合目标人群

起亚推出索兰托之前,通过调研发现,城市SUV主流人群有着多元化消费需求:车型不仅要有着中高档轿车的舒适性,同时要具备较高的越野能力和安全性;配置丰富,便于日常生活、旅行;造型能够突显个性、阳刚大气。

在这个消费者需求洞察基础上,城市SUV代表索兰托就此诞生。从高 大车身、简约造型、优秀的通过性到 丰富的科技配置,索兰托契合了城市 SUV驾驭者内心重点需求,既能在 摩天楼之间潇洒穿行,也能安全无 忧在郊外或高速上自在越野,同时 享受高配置带来的便捷和舒适。

因此,这个堪称全能型的城市 SUV竞争选手,一上市就受到广泛 热切的关注。

简约硬朗的外观设计

在简约主义成为全球设计主流 风格的今天,这个全能选手造型完全



称得上应运而生,并且将简约美学在 汽车设计领域做到一种极致,那就是 索兰托主设计师彼得·希瑞尔赋予的 "简约的直线美学"。

经过这位起亚首席设计师充满灵感的创作,直线及棱角运用在索兰托身上呈现出起亚特有的造型风格。它的长宽高分别为4685mm、1885mm、1755mm、轴距为2700mm,高大车身鲜明演绎着男人本色。虎啸式家族前脸,镀铬环状散热格栅与HID前大灯融为一体,加上宽大粗犷的双色前保险杠,强化了阳刚气质。越野的豪迈和城市的时尚,两种截然不同的风格,就这样浑然一体。

在简约风盛行的都市里,索兰托"直线美学"尽显视觉魅力。重要的是,它引爆了设计能量,在城市SUV领域掀起了"直线审美风潮",由此成为全球SUV新风尚。

动力安全的信心保障

这个"阳刚型男"不仅造型出众, 在动力方面也能让驾驭者随心而行。 索兰托兼得轿车操控性和越野通过性,随心疾走于城市和野外。为更切实满足不同驾乘需求,索兰托以汽油版和柴油版游刃于两大细分领域,汽油版配备2.4升双CVVT发动机,最大功率128kw在同类车型中表现不俗。柴油版则是2.2升涡轮增压发动机,最大功率145kw、最大扭矩436N.m,且都配备了6速手自一体变速箱,而扭力自动分配的4轮驱动,更可从容面对各种恶劣路况。

电子稳定控制系统(ESP)及下坡辅助制动系统(DBC)等全方位安全配置,确保驾驭者无忧上路。而索兰托荣膺一系列国际权威奖项,更增强了驾驭者信心。在美国IIHS碰撞测试中,其获得"最佳安全车奖"。在欧洲NCAP测试中,它获得五星级最高星级评价。最近,索兰托柴油四驱版还在澳大利亚捧得"最佳SUV"桂冠。

科技舒适的驾乘体验

既然作为全能选手,索兰托内

当驾驭者享受驰骋快感时,全景式天窗同时为他们营造出强烈的通透感,广阔天际、漂浮白云、沿途风景,抬头可见,随时带来舒畅心情。一键启动,带倒车影像功能的防炫目车内后视镜、定速巡航功能等"悦行装备"很显诚意。此外,真皮座椅非常舒适,前排座椅加热让冬季出行轻松御寒,驾驶座带有8向电动调节功能,而驾驶座椅通风则可让驾驶者在炎炎夏日也感到舒适惬意。

目前中国SUV占乘用车总体市场的整体份额已经达到10%左右,而欧洲、美国分别是15%、25%,因此中国SUV市场还将长期保持高速增长态势。在中国市场,索兰托正在引领这一消费趋势,以全球品质提升消费者信心,相信在将来索兰托势必赢得更多消费者追捧。

