

全新911: 延续传奇 超越传奇



传奇特训营体验“战神”

东风日产 NISSAN GT-R 传奇特训营日前在北京八达岭机场火热开营,参与者通过亲身参与 GT-R 试乘试驾、模拟专业赛道驾控培训等独特活动环节,全方位感受 NISSAN GT-R 带来的速度与激情。被誉为“GT-R 灵魂之父”的日产首席设计工程师——水野和敏先生及 GT-R 核心研发团队也首度来到中国参加此次活动。

GT-R 自诞生之日起,就力求为实力派超跑驾驭者们提供梦想之车,也正因此,才成就了全球超跑拥趸心目中的传奇。自 1969 年问世以来,经过 40 余年的进化,GT-R 创下众多辉煌纪录,在全球顶级赛事囊括多项冠军,“公路战神”盛誉由此而来。

这次的特训营活动安排了简单的试驾环节,距离非常短,仅包含了一次直线加速和一次绕桩的环节,尽管不够过瘾,但这仅一分钟的试驾却已能让你充分领略到 GT-R 迅猛的加速和敏捷的操控。

若是启动弹射起步,GT-R 从静止加速到 100km/h 的时间仅需 2.8 秒,哪怕是比它贵上 2 倍的超级跑车,也找不到比它更快的了。我们的试驾虽然没那么夸张,但是 3.8L V6 双涡轮增压发动机配合双离合变速器带来的强大扭矩表现,已经让起步瞬间的加速度令人有点血脉喷张,加速的距离很短,最重要的是体会加速过程中那种兴奋与刺激。在绕桩过程中,GT-R 表现出极强的稳定性,悬挂稳稳地支撑住车身,几乎就没有侧倾。四轮驱动系统提供超乎寻常的稳定感,四只轮胎仅仅咬住路面,你只需轻松地晃晃肩膀就将连续的弯道征服。

自 2009 年底正式在中国上市以来,GT-R 就凭借顶尖技术和出色性能在国内超跑市场备受追捧。虽然 GT-R 仅 100 多万元的价格比不上一些超级跑车,但其实它却是一款可以叫板数百万元,甚至上千万元级别超跑的利器。或许就是这种实力,让 GT-R 毫无争议的享受着“战神”的头衔。阿晖



改进的发动机令 911 的油耗更低,输出功率更高。

多种新技术的运用提升了全新 911 的性能和效率,智能轻质铝合金钢质车身使整车重

量降低了 45 公斤,极大提高了燃油经济性。由于采用了多项改进措施,配备最大输出功率为 350hp 的 3.4L 水平对置发动机的 911 Carrera 仅在 4.6 秒

内便能从静止加速到 100km/h,油耗较上代车型减少 16%。而配备 400hp 的 3.8L 水平对置发动机的 911 Carrera S 实现 0-100 km/h 加速时间仅为 4.3 秒,油耗量却减少了 14%。这种卓越的性能改进措施令 911 Carrera 和 911 Carrera S 的最高车速分别达到了 287km/h 和 302km/h。更为值得一提的是,新款 911 车型的标准配备更为丰富,其中包括附带中国导航系统的保时捷通讯管理系统。

采用了智能轻质结构,融合了赛车运动的诸多特点,毫无疑问,新款 911 相比于前代车型,它的速度更高、更具动感,能车主带来了更极致的驾驶乐趣。张云

全新一代奥迪 A6L TFSI 强势出击

全新一代奥迪 A6L 自 2012 年 3 月上市以来,凭借引领行业的设计与品质、大幅超越同级产品的装备与配置、跨越级别的尊享享受和极具竞争力的价格,销量屡创新高。自本月起,装备 2.0 TFSI 发动机,价格为 38.3 万至 44.66 万元的全新一代奥迪 A6L TFSI 车型开始大规模到店销售。

全新一代奥迪 A6L 除了展现出气势恢弘且动感十足的视觉效果,还提供唯中国市场的独有全景天窗、加长副仪表盘、负离子发生器、后排娱乐系统、后座椅通风及按摩功能等十余项中国专属装备,并且在驾乘舒适度、空间静谧度上大

幅改进,舒适性不仅全面超越了竞争对手,更在功能性、娱乐性等方面跨越了级别。

全新一代奥迪 A6L TFSI 车型采用了全面升级的 2.0 TFSI 燃油直喷涡轮增压发动机,能够在 4000 至 6000 转/分的区间内持续输出 132 千瓦的最大功率,并在 1500 转/分时输出 320 牛·米的峰值扭矩。配合 6 速手动变速器或全新的 8 速 multitronic 无级/手动一体式变速器,全新一代奥迪 A6L TFSI 车型可在 8.7 或 8.8 秒内完成 0 至 100 公里/小时的加速。

与上一代车型相比,全新一代奥迪 A6L TFSI 车型在维持原价格体系基本不变的基础

上,技术与配置大幅升级。其中,带能量回收装置的发动机启停系统、奥迪驾驶模式选项、奥迪保持辅助系统、带 LED 日间行车灯的增强版双氙灯、电子机械式转向系统、MMI touch 触摸板以及带汉语显示的增强型导航系统等十余项领先同级的高科技



装备成为标准配置。

全新一代奥迪 A6L TFSI 车型以其出众的油耗表现,还成为唯一进入《节约能源使用新能源车减免车船税的车型目录》的高档车型,获得了车船税减半征收的政策支持。一汽-大众奥迪还针对指定车型,推出了“全新一代奥迪 A6L 金融购车方案”。

精品质 提营销 优服务 南京依维柯2012“中考”出色

“上半年累计销售达 7 万多辆,同比增加 11.8%,旗下两大品牌依维柯、跃进更是双双取得突破,品牌份额增加明显!”这是来自于南京依维柯上半年的一连串令人振奋的数据。

据了解,今年上半年,我国商用车产销均表现为负增长,同比下降 8.59% 和 10.40%。其中,客车(含底盘)销售 23.74 万辆,同比增长 2.66%;货车(含底盘)销售 174.72 万辆,同比下降 11.92%。在商用车行业整体产销表现不佳的情况下,南京依维柯却实现了逆势上扬。11.8% 的同比增长,也让南京依维柯毫无悬念地成为 2012 年商用车企业“中考”答卷的佼佼者。

精品质

在产品研发和改进领域,依维柯公司在技术平台资源共享的基础上,为依维柯轻客系列注入了欧洲同步的先进技术,使得像宝迪、得意等产品的技术适应性和可扩展性能能够不断满足专业客户的业务需求,这点从上半年宝迪、得意两款轻客产品上扬的销售数据便可得到印证;另一方面,依维柯在跃进系列技术性能的改进提升上也给予了大力支持,无论是北京车展上惊艳亮相的高端欧卡 K301 还是在中高端市场上表现不俗的 S/H 系列,这一切都无疑让跃进这个中国轻卡领域历史最悠久的品牌不断焕发出新的生命力。

提营销

品质是企业的核心,而良好的营销策略则是推动其有效运作的齿轮。南京依维柯今年创立了“K-club 销售精英俱乐部”,丰富了以往针对创造优异销售业绩的经销商进行表彰奖励的模式。

在搭建完整的营销体系的同时,还根据全国市场不同的经济状态、人文环境、消费习惯以及竞争形态,持续细分市场。截至目前,南京依维柯已形成以依维柯新宝迪系列和跃进 K 系列领航轻型商用车高端市场,以依维柯新得意系列和跃进 S、H 系列抢占中低端市场份额的局面,打造出了覆盖商用车领域高端、中端、低端市场的产销矩阵。

在各区域营销人员与经销商的齐心协力下,南京依维柯深挖市场潜力,各类促销活动层出不穷:如重产品体验的“宝迪品鉴会”,重用户关系维系的“跃进精英汇”,还有不断深挖用户利益的温馨 360 服务年会。而正是这一整套全方位多视角的营销手段,让南京依维柯在提升产品销量的同时,还进一步丰富了企业文化内涵,传递出南京依维柯致力于争做“负责任的商用车专家”的企业形象。

优服务

作为商用车行业的领先服务品牌,“温馨 360,服务你我他”的服务理念已深深地烙印在南京依维柯的每一款车上。与此同时,上半年,南京依维柯还坚持以“激发消费潜力、促进城乡发展、创新服务理念、服务社会民生”为诉求,倡导科学、理性、适度的汽车消费理念,积极组织服务人员进行专项市场调研;并通过“精英会”等用户活动的深入举办,倾听用户的声音,交流用车心得,力求为用户量身打造更多、更好、更舒适、更安全、更环保的产品。

在南京依维柯看来,上半年的成绩,仅仅是一个开始。在更加形势严峻的商用车下半年市场,南京依维柯还有更艰巨的任务在前面,精品质、提营销、优服务的步伐也将会再加速。

雷诺在华施“第二阶段复兴计划”

随着整体市场环境变化以及雷诺总部提升中国区战略地位,雷诺中国近日正式发布“第二阶段复兴计划”,其中包括以提升品牌价值为导向的品牌建设策略、以贴近消费者为目标的网络拓展和以客户为本的售后服务升级等三方面举措。

随着雷诺中国销量快速增长,品牌认知度大幅提升,雷诺中国的重要性也开始凸显。今年年初,中国区从雷诺亚非区中独立出来,成为雷诺全球优先发展的市场之一。同时,拥有丰富亚大区工作经验的雷诺集团执行副总裁中村克己先生被任命主管雷诺在中国的事务。

雷诺中国将“创新、设计、环保、品质”的雷诺品牌 DNA 与中国消费者的诉求相结合,提炼出新的品牌内涵,即“年轻、活力、创新、高性价比”。未来,雷诺将延续娱乐营销和品牌体验策略,通过与消费者面对面的沟通与交流,持续深化品牌内涵,提升品牌价值。

面对市场竞争激烈、经销商利润下滑的情况,雷诺中国将加大资金投入,以高度模块化

的方式,建立授权经销商和更为贴近消费者的授权卫星店,使消费者尽享便捷的售前和售后服务。同时,通过优化 R-REDI(“雷诺零售环境更新计划”)结构和成本,保证经销商伙伴的利益。今年,雷诺中国将建立 30 家授权卫星店,将经销商网络下沉至三四线城市。截至今年年底,雷诺中国计划将经销商网点拓展至 115 家。

随着车主基数的增大,雷诺中国再次进行服务升级:继“诺相随”全方位客户体验服务和“诺生活”车友会之后,本次服务升级将以客户为本,启动“慧生活·优相随”大型主题活动。该主题活动包括车主回家政策、保有车主重新购买政策、保有车主推荐奖励政策和“玩转你的城市,尊享法式 Hui 生活”消费者体验活动。

雷诺中国执行总裁陈国章表示,“雷诺中国‘第二阶段复兴计划’就是希望通过提升品牌价值、网络拓展、服务升级,强化与中国消费者的沟通,使其了解并信赖雷诺品牌,尽享安心、放心的汽车生活。”

雪铁龙电动车环球之旅入华



全球首次量产电动车环球之旅——雪铁龙 C-ZERO 环球之旅 7 月 18 日顺利抵达成都。自 7 月 9 日进入中国路段以来,雪铁龙纯电动 C-ZERO 已在中国行驶近 1500 公里,全球累计行驶超过 10000 公里,经历了沿途复杂多变的气候和环境,充分展示了雪铁龙在纯电动车发展上的技术优势,也再次验证了纯电动车作为绿色出行解决方案的可行性。

C-ZERO 电动车最高时速可达 130 公里,最大续航里程为 150 公里,要完成这次环球之旅,沿途预计需充电约 300 余次,折合电费约 250 欧元。罗裕