

7月沪籍汽车上牌3.37万辆

7月份上海上沪籍牌照汽车33720辆,环比增长11.58%,同比增长31.18%;1-7月上沪牌汽车累计208022辆,同比增长9.53%。这是上海市信息中心汽车产业研究室日前披露的信息。

7月份国产轿车上牌16910辆,环比增长11.41%,同比增长7.80%;1-7月累计上牌116262辆,同比下降0.94%,较1-6月跌幅有所收窄。除微型轿车外,该月其它类国产轿车上牌,月环比和同比,均为程度不一的增长。具体上牌数,豪华型轿车1263辆、中高级轿车5566辆、中级轿车6311辆、普及型轿车3605辆、微型轿车165辆。

1-7月累计上牌,豪华型轿车7854辆,增长1.60%;中高级轿车36507辆,增长2.80%;中级轿车45080辆,下降9.11%;普及型轿车25441辆,增长13.59%;微型轿车1380辆,下降35.03%。

国产小型客车(除轿车)7月份上牌6651辆,环比增长23.33%,同比增长47.57%。其中MPV为1846辆,环比增长26.87%,同比增长25.15%;SUV为4061辆,环比增长23.89%,同比增长76.49%;一般小客车744辆,环比增长12.73%,同比增长1.78%。1-7月国产小型客车(除轿车)累计上牌38154辆,同比增长21.27%。

7月份进口小客车(含轿车)上牌4169辆,环比增长19.86%,同比增长23.59%。具体国别车上牌,德国车1954辆、日本车700辆、美国车573辆、英国车426辆、瑞典车294辆、法国车114辆、韩国车69辆、意大利车34辆、捷克车1辆。1-7月进口小客车(含轿车)累计上牌24430辆,同比下降2.28%。

川页

凯迪拉克携手Bose巡展

由百年豪华品牌凯迪拉克与顶级专业音响Bose联手打造的“城市之音——凯迪拉克携手Bose 30年主题巡展”日前在上海梅龙镇广场中庭开展,为消费者全面展示了这两大行业领导品牌30年来在业内取得的众多创新科技成果。

在现场,消费者不仅可以看到30年前首款搭载原厂定制Bose音响系统的凯迪拉克Seville古董车与凯迪拉克全新豪华轿车XTS以及明星车型全新SRX联袂登场,还可亲身感受凯迪拉克至臻完美的车内音响效果以及众多创新科技带来的革命性驾乘体验。此外,由新媒体艺术家楼南立度身创作的“城市之音”作品,将凯迪拉克殿堂级的车内音效呈现得淋漓尽致。阿晖

英菲尼迪推“怡夏行动”

豪华车品牌英菲尼迪旗下的豪华中型SUV——EX系列自亮相中国市场以来,一直得到媒体和公众的广泛关注。作为英菲尼迪的又一款打破传统禁锢、引领豪华风尚的惊艳之作,EX豪华中型SUV给国内消费者带来的不只是一款具有开创意义的豪华中型SUV,更是一种高品味的全新生活方式。

目前,EX25后驱优雅版的官方指导价为46.38万元,而位于闵行区吴宝路789号的上海永达浦西英菲尼迪日前特别推出了的“怡夏优享行动”,即购车尊享超凡礼遇,现金优惠加上超值礼包等构成EX沪上最低价格,喜爱EX车型的消费者不要错过这个机会。

宜家宜商 五菱宏光S上市

8月6日,上汽通用五菱宣布五菱宏光S全国上市,共推出两个排量三款车型,分别为1.2L舒适型、1.5L舒适型、1.5L豪华型,价格区间为6.18万-6.98万元。

宏光S在延续五菱宏光紧凑型商务车定位的基础之上,进一步满足用户不断升级的多功能乘用车需求,全面提升内饰设计和配置,实现从“宜商宜家”向“宜家宜商”的转变。外观上,五菱宏光S采用通用雪佛兰家族样式的前进气格栅,配以鹰眼前大灯和炯炯有神的多边形雾灯。而车身腰线流畅连贯,车顶配置银色大尺寸行李架,彰显整车时尚感。新车轴距2720mm,长4400mm,行李箱空间扩展为330升。

动力方面,五菱宏光S搭载了通用最新一代1.5L、1.2L发动机,具有低转速高扭矩的特点,且燃油经济性极高。1.5L发动机的最大功率可达82kw,最大扭矩为146.5牛米,百公里油耗仅为7.5L。

姚琼



沃尔沃60系三新车亮剑

8月5日,沃尔沃在杭州一口气发布了新款60系三大车型——S60、XC60、V60,价格区间横跨32.29万-59.99万元。

与上一代车型相比,沃尔沃新款60系外观方面可谓焕然一新:更加犀利动感的前脸,简洁有力的车身线条,灵动的尾部设计。同样全面升级还有豪华内饰,从真皮材质,到缝制细节,精湛工艺营造出与众不同的北欧豪华品位。

通过新款60系车型,沃尔沃还渐渐为中国市场描绘出了未来智能座驾的雏形。新款60系加载了多项行业领先的智能安全科技,包括世界首创带全力自动刹车的行人和自行车碰撞安全系统配合全面增强的City Safety城市安全系统,为未来城市智能交通提供了最新的范本。FAHB全智能主动式远光灯则突破了传统大灯远近光的限制,使夜间行

2013款Mazda6驾·值新生 相约天门山试驾见真功

“驾”——出众的操控表现与极致驾趣;“值”——升级的人性化配置与亲民的定价,以及更具品质感的外观与内饰的重新搭配,都令2013款Mazda6耀然“新生”。新款年型车已于7月1日登陆全国各个经销店,共分三款:2.0L手动型、2.0L时尚型、2.0L超豪华型,终端售价13.58万元起。

99弯——直接对话通天大道

8月22日,一汽马自达将在被誉为“通天大道”的天门山99道弯,举行媒体试驾、试乘2013款Mazda6,“真枪实弹”地展开一场“弯道之王”与天门山99道弯之间的正面对决。

天门山99道弯,自下至上长度为10.77公里,海拔从200米直拔至1300米,大角度发卡弯比比皆是。此次“驭揽天门99弯”不仅是对驾驶者的挑战,更是对Mazda6弯道之王成色的检验。

活动中,一汽马自达将安排媒体记者亲自驾驶2013款Mazda6完成上山路段,着重体验新款年型车底盘、悬架的运动特性以及操控精准性。出于安全考虑,下山路段,活动主办方会聘请专业教练驾驶2013款Mazda6,媒体记者则侧重体验驾乘感受,体验年型车过弯时的平顺感以及稳定、灵敏的制动效果。

Mazda6上市以来,就凭借有口皆碑的操控表现被誉为“弯道之王”,通过此次“驭揽天门99弯”挑战天然极限弯道的活动,体现出年型车“操控优势”,唤醒驾乘者对Mazda品牌ZoomZoom运动精神的认知,重燃挑战弯道极限的心理冲动,彰显并强化Mazda品牌的运动基因和产品亮点,重塑Mazda6弯道王者形象。

品质——迈上更高一个层次

提升品质感是2013款Mazda6着重努力的方向,这一变化主要体现在外观与内饰两个方面。外观上,车头前杠两端装配了全天候LED行车灯,双侧后视镜上也加装了转向灯,档次感大大得到提升。内饰的转变从拉开车门的一刻就能感受到。老款的沙色座椅被黑色真皮座椅所取代,强烈的运动气息充满整个车内空间,而木纹装饰全部被金属拉丝所取代,视觉效果与触感均属上佳,品质感极具提升。

中控台的变化可谓翻天覆地,老款车型的按键被一个七英寸触摸屏所取代,影音娱乐操作全部通过手指完成,就如同使用iPad一样,倒车时触摸屏还可显示倒车影像。为平衡安全行车与接听电话之间的矛盾,新车装配蓝牙适配设备,方便驾驶者通话的同时双手离开方向盘。另外,升级的中控台支持链接iPod,驾车中随时随地聆听音乐。

操控——极致驾趣,传承经典

现如今,“弯道之王”已经成为Mazda6的标签,凭借清晰、个性化的定位与精湛的造车品质,屹立于中国汽车消费市场十年。运动化的悬架与车身调校,开创了B级车的先河,确立了运动型轿车的标杆,而2013款Mazda6不折不扣地将卓越的操控表现传承下来,确保驾乘者体验到优质的操控感受,达到“人马合一”的境界。

2013款Mazda6在不断追求极致驾趣核心精神的同时,又进一步完善人性化配置,并给予消费者一个更加可接受的市场定价,每一点变化都在不断向消费者传达新款年型车的“驾”·“值”新生。

关注汽车三包 奉献优质服务

2013年广汽丰田汽车消费教育大讲堂上海站举行

汽车三包政策即将于今年10月1日起施行。此前只能享受“包修”待遇的车辆,须满足什么条件才能进行退、换?消费者如何对车辆进行鉴定?消费者如何切实保障自身利益?

针对一系列热点问题,8月8日,“卓越品质·优质服务·安心消费——2013年广汽丰田汽车消费教育大讲堂”活动在上海举行,就三包政策的具体内容和对消费者购车、用车的影响进行了解读。

生产线“零不良率” 广丰成绩领先全球

汽车三包政策为消费者提供了保障,但对于消费者来说,不用退、不用换、不用修的车才是最根本的利益保障。要让消费者省心、放心,保持高水平的产品品质至关重要。

广汽丰田自成立之初就全面导入了全球最先进的设备,建成了丰田全球技术和设备最先进的样板工厂。而在先进硬件的配套下,广汽丰田还在“现地化”基础上引入了丰田享誉全球的精益生产方式。精益生产方式核心理念是高效率以及绝不制造不良品,在此理念指导下,广汽丰田在生产环节中引入“安东”系统和“品质自工序完结”的品质管理方式,让每个工位都做到



“不生产不良品”“不让不良品流向下一道工序”。在丰田2012年全球品质监察中,广汽丰田第二生产线获得了“零不良率”的成绩。年初,J.D.Power发布2012年中国车辆可靠性研究报告,凯美瑞和汉兰达分别获得各自细分市场冠军。

心悦服务关怀不断 优质团队深得认可

汽车三包政策并没有对汽车服务的标准做出限定,但要让消费者在买车、用车过程中更安心,汽车厂商必须为消费者提供更专业、贴心和人性化的服务。广丰自成立起就确立了“尊贵、贴心”的渠道理念。并通过成立“心悦服务品牌”,建立了专业化、系统化服务体系,售后方面实施的多项举措均高于行业标准。

在常规关怀服务中,广汽丰田会定期开展“春季服务双周”“夏季服务双周”“冬季服务双周”等免费的季节性检测服务,以及“国庆安心服务月”、“汽车养护学堂”“安全驾驶训练营”等服务体验活动,向车主传递护车知识及进行安全教育。

在特殊时期,广汽丰田通过开展“真诚关爱行动”系列活动,对车主展开全方位的关怀,如针对特定意外事件向顾客做出“用车无忧”承诺;针对危急情况对车主实施“水浸车”客户关怀活动;针对异地出行推出“心悦驿站”和“远程服务”活动,让顾客随时随地感受到无微不至的用车关怀。

大讲堂结束后,很多消费者还试驾了广丰全系车型,亲身体验车辆性能、品质。另据了解,今年7月,广汽丰田单月销量超过2.9万辆,创下了历来同期销量最高纪录,1-7月的总销量同比增长7.3%,持续领涨日系车板块,品质及服务已深得消费者认可。