

新年添“大件” 精品小车受追捧

随着新年钟声的敲响,人们告别了“末日预言”,开始为崭新的一年规划目标,这其中肯定少不了要添置一些“大件”。在房价高居不下的今天,先拥有一辆爱车成了很多人的梦想。而年末各品牌推出的各种优惠方案更是直接挑逗着消费者的购车欲望,促使一批人赶在年前挤进“有车族”的行列。

与此同时,2012年平淡了一整年的“微增长”汽车市场也像受到消费者高涨情绪的感染,在年末迎来了全新的销量反弹,从11月开始,销售态势不断走高,12月周环比增速更是高达18%,同比增速超20%(数据来源:腾讯汽车行业周报),为2012年车市收官奏出喜人音符,同时,也为2013年迎来完美开局。

新年车市“精品小车”最受宠

车市在新年来临之际大力度反弹并不是无因之果,在走访中记者发现,准备在年内买车的人不在少数。专家表示:中国人对于新年和春节都尤其看重,春节购票难、回不了家成了漂泊一族心中共同的痛,“买辆车,开回家,陪父母过个开心年”成了在外打拼一族的新年愿望,挑选一辆性价比比较高的小型车则成为他们的不二选择,而人们对于小型车的消费热情正好与专家的这一说法相互辉映。

在新疆威的展厅,从缴费长队中走出来的王先生对记者说:“没想到都是买小车的,大家跟我一样都是看中了骊威空间宽敞、乘坐舒适、一车多用的优点。本来嘛,作为第一辆车,气派与面子并不是我们所看重的,我们就是希望在能力承受范围内选择一辆除了可以上下班代步,还能兼顾家用的小车,而骊威完全符合要求。”

作为初次购车者,选择经济实用的小型车并不让人意外,但出乎记者意料的是,二次购车者选择小型车的也大有人在。一位刚刚订购了新疆威劲逸版的女士坦言,以她的经济实力完全可以换一辆更高档的三厢车,但同时她也表示,现在买车会更多地思考自己的实际需求,而不单是受广告的推动。她看中了劲逸版7座的空间布局,不仅满足全家人出游的需求,还兼具商用车的载物功能。

无独有偶,在飞度和POLO的展厅里记者也遇到同样的情形:前来展厅的消费者,

七成都是询问和了解小型车的。对此,该展厅市场经理表示,“自去年12月份以来,除了每天来看车买车的人大幅增多,销量大力反弹外,另一个明显的变化就是小型车备受青睐,销量比例全面上升,占半壁江山。”

消费者缘何“移情”精品小车

小型车在沉寂了一年的车市上率先突围确实让人有些吃惊,但经过对诸多主流小型车的分析,不难发现,小型车备受消费者青睐是有其必然缘由的。

首先,小型车物美价廉、性价比高。就现在而言,汽车虽然已经谈不上是奢侈品,但对于一般的家庭来说仍然是一个昂贵的消费品,价格自然就成为影响他们的首要因素,而目前国内的小型车几乎都处于经济型轿车的行列,相似的配置,小型车比中级车至少便宜1万元左右,并且它排量小、造价低,行驶、维修、保养等使用成本也相对实惠,解决了消费者面临的养车成本过高的头疼问题。

其次,小型车意味着排量更小。在城市道路日渐拥堵、油价居高不下、环保形势严峻的主题背景之下,节能环保的小排量轿车就受到消费者的大力追捧,但同时这也对汽车的动力系统提出了更高的要求:小型车如何在确保燃油经济性的同时保证足够的动力输出?

以热销车型新疆威为例,它搭载了1.6L HR16DE全铝合金发动机,该款发动机是日产的经典之作,采用轻量铝合金制造技术和多项先进的加工工艺,使扭矩、功率、燃油经济性达到理想匹配。并且,该发动机还采用偏置式曲轴设计,气缸内径的中心轴向前偏移8mm,最大限度降低活塞摩擦,进一步保证了油耗。

除了节能环保,空间也是消费者非常看重的因素。记者从汽车工业协会网站的一项关于小型车的调研发现,“小车大空间”正在成为小型车消费的一个趋势,而素以大空间著称的新疆威,凭借持续稳定的销量位居市场前列,也从侧面印证了这一事实。

以新疆威劲悦版为例,它的大空间可谓首屈一指,其长、宽、高分别是4178 mm、1690mm、1565mm,而轴距则达到2600mm,这足以令它在同级别车中傲视群雄,让驾乘



者在车内能够获得很好的头部空间和腿部空间。特别值得一提的是它的后排腿部空间非常理想,即使坐下3个成年男性,腿部也可以舒展开来。此外,车内座椅的外形与支撑能力很好,即使长时间乘坐也不会感觉不适,这种人性化配置还体现在行车过程中各种细节上面,体贴入微且恰到好处

另一款着眼于初级白领的热销车型飞度,空间上虽不及骊威,但在同类车型中却也是佼佼者。飞度的空间设计让这款仅3.9米长、轴距仅为2500mm的小车,以紧凑型发动机、中置油箱布局、紧凑型悬挂,实现了“驾驶室前移”和“超低地板设计”的组合,尽可能扩展内部空间。由此可见,“有容乃大”是小型车制胜的又一法宝。

“全时全能”小车成趋势

随着城市拥堵、限制购车等社会问题涌现,消费者用车需求呈现多元化,一辆车不仅要适合上班驾驶,还要满足全家人出行的需求。消费环境的变化给家轿市场提出了新的要求,开始呼吁“全时全能”。一个最常见的情况是:迫于油价攀升因素,很多人开始将小型车作为首选,但同时又不希望以牺牲动力、

空间、安全性等作为代价,具备“全时全能”优势的车型,则获得了更多消费者的青睐。

在这种趋势下,汽车厂商纷纷针对消费者的需求,设计出更多满足“全时全能”特点的精品小车,新疆威就是其中的代表。从最初的“全时多能”到后来的“全时全能”,新疆威可满足车主兼顾家居生活与商务活动的各种需求,可谓最早将“全时全能”作为核心卖点的车型之一。

例如,新疆威劲逸版,采用突破轿车理念的7座设计,称得上一辆小型MPV,使三代人共处一车不再成为难题。三排座椅拥有多种不同的组合方式,这让它的内部既可以是车厢又可以当做行李室。最后一排座椅可以“一拉式”折叠,从而获得平整宽敞的储物空间。而新疆威劲锐版,在造型上更具动感活力,配备宽大的行李箱和顶置行李架,除了日常工作生活的代步使用以外,还适合与朋友一起去郊外旅行。新疆威以内部大空间、极高的性价比和优异的产品品质,广受业内人士和消费者好评,长期位居细分市场前列。

功能丰富,灵活多变,而动力问题也是消费者在考量车辆“全时全能”的重要指

标。很多厂商都在多功能和动力性能上寻求平衡,如热销的新疆威、飞度和POLO都以各自的方式诠释着“小车大动力”。

新疆威劲锐版搭载的1.6L HR16DE全铝合金发动机最大功率达105马力,峰值扭矩可达150N·m,真正实现了小车大动力。轻踩油门,就有源源不断的动力输出,让车主的右脚在长时间驾驶中不易疲惫。这种动力性能对游走于工作、事业并兼顾家庭生活的消费者而言,无疑是精明之选。而另一款精品小车飞度,则采用1.3L和1.5L i-VTEC发动机,并搭配5速手动或自动变速箱,动力表现得到了车主的肯定。相比之下,POLO虽然空间稍逊但也动力不俗,搭载了1.4/1.6 EA111系列发动机,经过进一步优化后,动力性、驾控感受都有提升。

业内专家认为:随着全球经济的回暖,国内汽车市场将继续扩容并逐步成熟,日益理性的消费者必然向更能贴合其需求的多功能小车倾斜,而汽车排污费的征收也表明更加节能的小型车将成为2013年的发展趋势。以新疆威、飞度、POLO为首的精品小车,在2013年或将率先破冰,引领中国汽车市场新的消费潮流。(筱 嫣)

东风日产宣布全新一代天籁上半年上市 首次发布换代天籁局部官图

2013年1月16日,东风日产宣布:全新一代天籁将于今年上半年上市。同时,东风日产正式发布四张全新一代天籁的局部官图。东风日产副总经理任勇表示:“从现在开始,中高级车市场正式进入‘天籁时间’。全新一代天籁无论造型、操控还是舒适体验,都将达到中高级车市的最高水准,远远超出消费者的期待。”



东风日产全新一代天籁



全新一代天籁前后大灯采用“鲨鱼式”设计

从发布的官图可以看出,外观方面,全新一代天籁的造型曲线简洁而富有张力:车身侧面更加流畅,猎豹式腰线极富肌肉感、飞驰感。在前后大灯上,全新一代天籁采用了更显凶猛、灵活的“鲨鱼式”设计,刚劲有力的线条与车身腰线融为一体,彰显时尚动感的同时,更具视觉冲击力、力量感。

内饰方面,全新一代天籁沿袭经典的“Modern Living”设计理念,为消费者打造像家



全新一代天籁内饰造型沿袭经典的“Modern Living”设计理念



全新一代天籁的“海鸥展翅”造型中控台

一样舒适、惬意、豪华的阔朗空间;而“海鸥展翅”造型的中控台,完美展示全新一代天籁的优雅与动感。

在全球范围内,天籁车型已历经近半个世纪的传承,即将在中国换代上市的天籁是该车系的第十一代车型。

天籁一直是国内中高级车市场的领导者。凭借出色的产品实力和对人性化舒适的极致演绎,天籁享有同级车市场上“舒适之王”的美誉,

国内累计销量超过70万辆,长期稳居中高级车市场销量三甲。

如今,全新一代天籁即将续写传奇。

“天籁对东风日产乃至日产在中国市场的战略意义不言而喻。作为日产集全球之力倾力打造的一款重磅车型,全新一代天籁将重新定义中高级车市场。请聆听,一曲全新的天籁即将奏响。”任勇说。

(文 捷)

附录:天籁历代车型简介

1968年 第一代天籁(原名桂冠)

1968年推出的第一代天籁,以豪华而优雅的气度惊艳世间,舒适豪华内饰重新定义了驾乘之乐,其长车头、短车身的优雅造型成为了几代经典,并在当时创造了165公里/小时的最高时速。

1972年 第二代天籁

第二代天籁实现了低油耗与高性能的平衡,将澎湃的动力与宁静优雅的空间和谐统一。

1980年 第四代天籁

第四代天籁配置大量人性化的设备:One Touch一键式电动车窗、手拉式驻车制动向脚踏式驻车制动转变等,在世界范围内开创先河,令汽车对驾驶者更加关爱,让汽车更加平易近人。

1994年 第七代天籁

第七代天籁车身尺寸和内部空间大幅提高,并且引入了新一代VQ(V6)发动机,成为一款乘坐舒适、易于驾驶的车型,以强大优异的驾驶性能表现树立了又一个典范。

1998年 第八代天籁

第八代天籁配备BOSE音响及GPS电子导航系统,彰显着高雅睿智的新一代轿车风貌。

2004年 第九代天籁

经过了八代的进化后,天籁于2004年正式在东风日产完成国产化。第九代天籁以“Modern Living”为设计理念,并采用唯一连续14年当选“全球十佳发动机”的V6发动机。

2008年 第十代天籁

2008年上市的第十代天籁,是以“悦己·越人”的品牌主张、“Riding Comfort”的驾乘理念打造的日产旗舰名车,成为移动舒适的全新典范。凭借全球领先的VQ发动机+CVT无级变速器“铂金动力组合”、980Mpa超强钢车身、超大型全景天窗、BOSE5.1声道环绕音响系统等耀眼配置,第十代天籁被消费者誉为中高级车市场上的“舒适之王”,并长期稳居中高级车市场销量三甲。