

轻卡第一品牌开门红 江淮轻卡一季度销量增8%

中国汽车工业协会统计数据显示,连续13年出口第一、国内中高端轻卡第一品牌的江淮轻卡,2014年一季度以近6万辆、同比增长8%的销量成绩继续跑赢大市。

帅铃、骏铃、好运三大品牌整体爆发,并同比实现3%、11%、6%的增长。市场分析人士认为:江淮轻卡一季度的稳健表现得益于以产品、服务、渠道为核心的战略新布局的完成。

细分化集群 新品性能优势突出

作为高端轻卡战略旗舰,帅铃系列出众的动力,节能环保的技术优势,一直是客户心中顶级轻卡产品的代表。而随着帅铃新旗舰的帅铃中卡登场,高端中卡市场也将不断点燃客户对新产品的激情。

“帅铃高端化、谱系化的发展战略,正在推动国内高端轻卡由单一车型高端化的平面竞争,转向谱系化产品的立体竞争;从产品单项技术高端化的竞争,转向技术标准体系高端化的竞争。只有把握这种发展趋势的企业,才会占据未来市场的先机。”业内专家高

度评价帅铃谱系化的发展思路。

江淮轻卡高端品牌帅铃推出至今,已形成宽体、中体、窄体、中卡四大车身系列,全面覆盖2490mm至5300mm轴距段的产品集群优势,产品组合多达上百种。

而秉承江淮轻卡再造经典使命的中高端轻卡第一品牌骏铃,体现了江淮对中高端轻卡客群的深度理解 and 需求满足,以累计百万辆的产销量造就了国内轻卡市场销售的奇迹。据江淮厂家披露,随着原有江淮铃品牌向骏铃品牌切换工作的完成,集美观性、舒适性、承载性、高性价比于一身的真正轿车化轻卡销量增长突破10%。

标杆性能、五星服务,创造国内轻卡领先价值

“江淮轻卡之所以领先国内轻卡行业,和其在核心技术竞争力及市场服务体系竞争力等因素具有较大优势是分不开的,并且这些努力为江淮轻卡后续发展带来源源动



力。”有业内分析人士如此点评。

在江淮轻卡的产业布局中,与纳威司达的相关合资项目一直是行业瞩目的焦点。JND新动力为江淮轻卡核心技术带来的全新支持,在主流机型3.2L发动机上可见一斑。该型机具有低转速高扭矩的特性,输出功率可达163马力,最大扭矩可达550N·m,起步和爬坡时表现卓越,同时该发动机保持

极高的燃油效率,比同类产品节省燃油10%以上,不仅能够满足国IV排放标准,还可轻松升级满足国V及以上排放标准。

“对比国内其他产品,包括五十铃和康明斯等国际品牌,我们目前所具备的前沿性能,结合江淮轻卡成熟的成本控制,将使产品更具市场竞争力,也将给我们的客户带来极高的使用价值。”江淮纳威司达柴油发动机有限公司总经理乔沃思说。

核心标杆动力之外,江淮轻卡“五星服务·全程呵护”服务品牌也正在打造轻卡价值新内涵。这是轻卡业内首个4个24小时承诺,全天候、全方位、全生命周期的品牌服务理念,将为每一位用户提供“更专业、更全面、更快捷、更超值、更贴心”服务的五大品牌价值诉求,成为国内轻卡行业专业技术支持与服务标准体系完美结合的真实实例,创造超越客户期望的满意。

产品与服务并举 中国轻卡走向海外

随着江淮轻卡五星服务品牌等系列创新举措的落地,江淮轻卡产品力、品牌力、服务软实力紧密结合,三箭齐发的体系化市场优势得以充分展现,江淮轻卡的“敬客经营、服务销车”的营销新模式得以真正落到实处。惠及江淮轻卡客户的全方位产品力打造,是第一季度开门红的本质原因。

更重要的是,从国内高端再到国际知名,江淮轻卡发展一步一个脚印。如新帅铃的成功跨越,不仅预示着中国高端轻卡产品实现了技术突破和品质飞跃,更显示出国际高端市场对中国轻卡出口第一品牌核心价值的认同和肯定。累计出口100多个国家和地区,在70多个国家和地区热销,成功打入欧美市场……江淮轻卡创造的速度,令国际同行为之侧目。今年拟完成全新动力布局、全新服务品牌落地、步入全新发展阶段的江淮轻卡将迎来50年华诞,传承悠久造车历史的江淮轻卡,将以更高的起点,开启世界轻卡中国梦时代。(张 伟)

爱普生 V550 高效节能易操作 全家都能用的扫描仪

随着科技的进步与发展,工作和生活中越来越多地运用到扫描仪。爱普生V550是一款性价比超高的专业品质胶片扫描仪,拥有高效节能的产品优势、简单便捷的操作方法和丰富全面的使用模式,无论是对图片和胶片等扫描专业要求较高的数码打印室,还是日常需要扫描、翻新照片的普通家庭,爱普生V550都能轻松适用,是工作与生活都能用的全能扫描仪。

爱普生V550秉承LED技术,这种技术不需要汞作为光源,无需预热时间,开机即扫,热量散失少、低能耗,更环保;同时V550能够达到高达6400dpi的光学分辨率,保证了图像的高品质;V550的待机功率只

有5.5W,通过“EPSON Scan设置”还可以自由设定关机定时器,与传统的扫描仪相比,更节能、更贴心。

一台扫描仪如果要做到工作与生活都能用,简单便捷的操作方法很重要。爱普生V550在这一点上,就做了非常人性化的设计,化繁为简,一键扫描,只用通过V550随机赠送的软件对扫描仪的按键进行自定义设置,就能直接进行扫描和储存。这样,就连平时不经常接触电子产品的中老年人也可以轻松地完成扫描。

为了广泛满足工作与生活中的扫描需求,爱普生V550提供4种模式适合不同的使用者及不同用途,分别是全自动模式、家庭模式、办公模式和专业模式。(小 雨)

去年火爆全国的绅宝陆上飞行秀今年卷土重

绅宝陆上飞行秀空降石家庄

来。近日,绅宝陆上飞行秀第二季第二站空降河北石家庄,“未经改装,原车上阵;人车合一,贴地飞行”的汽车盛宴再次举办。

本站飞行秀,除了中国车手外,还有两名来自瑞典的“飞行教官”表演“飞行”绝技。这场飞行秀活动

不仅延续了去年紧张而刺激的飞行表演,更新增

了趣味试驾等互动游戏环节,为石家庄消费者带来了有史以来最惊险、最好玩的汽车嘉年华。除了担纲表演的车型绅宝D70,现场还同步展出了北京汽车旗下“超值小车王”E系列和时尚硬派越野车北京40,展现了北京汽车家族的强大实力。(李 玲)

荣耀20年 奥克斯冲击千亿产业目标

100余个国家,近亿台销量,这是过去20年间,奥克斯空调向外界交出的一份答卷。当这份答卷展开之时,历历在目的既是奥克斯空调的发展历史,也是对中国空调产业发展之路的一次精彩回顾。

近日,一场对奥克斯意义重大的20周年庆典在宁波如期举行。包括政府、行业领导,全球各地的经销商、供应商在内的千余人齐聚一堂,奥克斯的“千亿目标”被再度聚焦,转型升级也变成了整个现场的热词,被嘉宾代表屡屡提起。

从开启“转型升级”战略到企业提出“千亿目标”,在国家提出产业升级和结构调整的政策后,相比其他家电企业,奥克斯空调反应快速。回顾20年来奥克斯空调成长的风雨历程,从最初的一个小作坊,发展成为今天的国内空调行业的领军集团,奥克斯空调的成就有目共睹。在当下全球节能减排、产业转型升级的大背景下,奥克斯空调正通过转型升级战略的持续实施,实现着高速增长,巩固奥克斯在国内空调市场的一线地位。

空调产业的竞争历来激烈,在转型升级与产业结构调



整的大背景下,未来奥克斯面临的将是在品牌、市场、渠道、营销等方面越来越多的挑战。

从内部升级到外部创新,从营销变革到互联网产品打造,对于奥克斯来说,一切都是围绕转型升级展开的一次自我蜕变,而“千亿目标”则是其中的远景目标。在这个宏大的舞台上,奥克斯人已用娴熟的舞步开始了这场盛美的舞蹈,观众也已准备好了掌声,开始静静欣赏着这场精彩绝伦的空调大戏。(常 乐)

3月销量82622辆 东风日产淡季不淡



近日,东风日产公布了3月最新销量数据。数据显示,东风日产双品牌3月销量达到82622辆,同比增长34.7%,其中,NISSAN品牌销量72135辆,启辰品牌销量10487辆。而就在3月底,东风日产还低调地迎来了500万辆的累计产销量,成功打破行业最快纪录。可以说,在车市淡季的3月,东风日产交上了一份“不淡”的成绩单。

3月,天籁品牌贡献12791辆的销量,再次印证了无与伦比的“天籁魅力”。在两强同堂格局下,凭借精准的细分市场定位、出众的产品实力和业内首创的服务模式,天籁品牌备受市场及消费者肯定,一直稳居中高级车市场“万辆俱乐部”之列。主被动感时尚的新世代天籁,其“梯悬挂+ATC”组合,即梯形控制臂独立后悬挂和ATC主动循迹控制系统,为消费者带来了“豹式驾控”体

验;而主打豪华尊贵的新世代天籁·公爵,其超长轴距造就的宽大内部空间,更是开启了中高级车市的“L”时代。

而刚面世的新势代奇骏也展现出了强大的市场号召力。定位为本色SUV的新势代奇骏,自面世以来一直备受关注。脱胎换骨的全新外观、耳目一新的中控台设计、充裕的内部空间,以及众多超轻松的人性化科技配置,让新奇骏在短短时间内就已斩获超过1万辆订单,成为新晋的市场宠儿,霸气尽显。

作为东风日产全新的战略旗舰车型,瞄准SUV市场的新势代奇骏,自2月25日亮相发布以来,便与中高级车市场的新世代天籁,共同构建起了东风日产在主流汽车市场的双旗舰格局,以强化东风日产在中高级车市的主流地位。从3月销售数据来看,双旗舰格局已经开始功效初显。

此外,NISSAN品牌旗下轩逸、逍客的表现同样亮眼,3月分别取得26261辆、11142辆的销量成绩,继续大放异彩。

另一方面,启辰品牌同样保持了良好的销售势头,3月销量再次破万,终端售出10487辆,远超历史同期水平,实现50.7%的同比增长,再次证明了“高品质国民车”对消费者的强劲吸引力。

其中,被誉为“高品质宽适轿车”的



D50,凭借时尚大气的外观、舒适的内饰设计以及齐全的功能配备,继续在紧凑型家轿市场攻城略地,单月销售4047辆。而R50和R50X的魅力依然不减,在大空间、高品质和高能效优势下,继续为启辰品牌在两厢车市场上开疆拓土,双车在3月共计取得6440辆的销量。

为了回馈广大消费者,启辰全国各专营店在3月份还推出了四重“冠军礼遇”,包括“一证贷”金融专案等贴心政策,受到市场热捧。

“3月的销量表现,是市场对东风日产产品质量和服务的最好认可,我们始终相信,过硬的产品质量和贴心的超值服务,才

是应对市场淡季的绝佳武器。”东风日产副总经理任勇如此表示。

据悉,在北京车展上,启辰品牌会有一款新车亮相,天籁品牌也会有新的动作。相信在新车助阵之下,产品线进一步丰富的东风日产,在接下来的表现会更加值得期待。(杜 威)

