



中级家轿岂止于大 新轩逸领潮价值升级



车市一年一度的“金9月”再次显现旺季热销的势头。同样在9月,变“大”的苹果手机又一次成功吸引了全世界的关注,“bigger than bigger”的话题蔓延全球,而“岂止于大”的产品追求同样适用于中级家轿在中国车市的发展轨迹。

中级家轿的“大”不仅体现在销量表现上——是车市中最大的细分市场,更体现在产品力的不断升级和完善,洞察消费者的需求并及时提升产品力,起到了引领车市发展的积极作用。

家轿市场带来“蝴蝶效应”

中级家轿市场是目前中国车市竞争最激烈的细分市场,拥有最大、最广泛的用户基础。不仅如此,作为最早出现的细分市场,中级家轿市场一直走在车市发展的前



端,对消费者购车理念产生深远影响。

中汽协数据显示,今年9月,轿车销量达105.99万辆,占整个乘用车市场销量65%。与此同时,中级家轿又占轿车销量的60%以上。而在今年前9个月,乘用车销量排行榜前十的榜单中,中级家轿更占据大半名额。中级家轿市场销量的不断提升,受到需求多元化的影响。如今的消费者购车时不仅强调自己的驾乘感受,更注重家人的用车需求。其中,领军车型东风日产新轩逸,凭借月均过2.2万辆的成绩长期稳居车市TOP10,今年累计销量也已超过20万辆。

消费者需求促使车企在中级家轿车型上不断推陈出新。今年以来,就有新明锐、昂克赛拉、新卡罗拉、新思域、雷凌等车型先后上市。如此多的新车投放,可见车企不断提高对中级家轿市场的重视程度和车型投放力度,也说明主流车企都将中级家轿市场视为攻城略地的重要战场,始终保持高额投入,车型层出不穷。

新车的推出,意味着新技术的应用,不少更高级别车型的配置也逐渐成为中级家轿标配。例如,目前在车市发展风生水起的CVT技术,正是在2004年首次通过中级轿车引入中国。2006年,轩逸上市采用日产新

一代XTRONIC CVT无级变速箱,是全球首款搭载CVT无级变速箱的2.0L轿车,为CVT技术在中级家轿和高排量车型的应用开启先河。随后,该项技术被广泛应用于SUV等各个车型。由此可见,中级家轿在技术应用方面,也起到了引领者的作用。

除此之外,受中级家轿影响,消费者购车时愈发重视车辆的舒适性,当下蔓延车市的舒适性驾乘风潮正由中级家轿掀起。不少中级家轿的标配,如软性材料内饰、真皮座椅、后排出风口等舒适性配置,也被其他车型学习效仿。近年来,势头强劲SUV车型,也一改过去驾乘感受不佳的印象,如在内部设计和科技配置上给人以来未感;调校更偏城市舒适,同时应用轿车座椅,为驾乘者带来更加惬意的体验。

随着市场需求的稳步提升和产品力的全面升级,中级家轿市场竞争局面将愈加激烈,为消费者带来更实惠的产品享受的同时,也引领了整个车市的发展潮流。可以预见,在未来一段时间内,中级家轿仍将对消费者最具吸引力的细分市场。

新轩逸引领家轿“大”进化

中级家轿往往兼顾通勤代步、自驾旅行等多种功能,产品从单一车型到逐渐丰富,从实用主义到适用为王。在产品力上,不局限于大空间,中级家轿实现了舒适性、动力、节能、安全性等方面集体升级。产品价值的跃升,是中级家轿的制胜法宝,而东风日产轩逸就是其中的引领者。

作为中级家轿的引领者,“大”空间是东风日产轩逸一直以来的优势所在。2006年轩逸首次采用的2700mm轴距,拉开了中级家轿在空间上向上“越级”的序幕。时至今日,2700mm轴距已成为中级家轿的准入门槛,超长轴距带来的更合理的车内空间。今年上市的新车,就纷纷将轴距提升到了2700mm。

不仅内部空间大,新轩逸的空间利用率以及实际乘坐品质,也带来更具价值的驾乘体验。真皮座椅、座椅高低调节、腰部支撑和真皮多功能方向盘等原本中高级车常见的舒适性配置,在新轩逸的引领下,已成为中级家轿的普遍配置,大幅度提升了驾乘舒适性。它采用的一键启动、智能遥控钥匙、

双区独立自动空调、后排空调出风口、日间行车灯等原本只属于中高级车的配置,为消费者营造出更便捷舒适的驾乘环境,引得众多中级家轿争相效仿。

可以看出,单凭外观和空间优势的车型已经不再是市场首选,拥有全面均衡产品力才更容易吸引消费者的关注。更大的舒适性、更大的操控便捷性、更大的节能优势和更大的安全保证等产品功能价值的全面增值“大”,才是消费者最需要的。

除此之外,新轩逸全面越级的产品力,也成为其“越级款待”的强力支撑,满足了家轿消费者“款待自己、款待家人”的情感诉求,在提升产品价值的同时,引发消费者的情感共鸣。

随着市场份额不断增大、车型数量不断增加、配置性能不断升级、情感价值不断完善,中级家轿市场将持续为消费者带来更具吸引力的价值体验。而上市8年突破百万销量的新轩逸,凭借全面均衡的产品力和“越级款待”的情感诉求,将持续推动中级家轿乃至整个车市的进化升级,成为家庭消费者的不二首选。 (张琳)



江淮广州车展阵容曝光 瑞风M3即将正式发布

第十二届广州国际汽车展览会,将于11月20日在广州琶洲国际会展中心拉开帷幕。记者近日从江淮乘用车得悉,江淮将会在本届车展上火力全开,备受期待的瑞风M3将正式发布、搭载江淮“白金传动系”的瑞风S5 1.5TGDI将闪亮登场、江淮SUV双雄还将宣告首次“触电”……多个“重磅炸弹”将让本届广州车展成为江淮的另类“主场”。

截至11月13日,上市仅两个半月便收获42376辆终端订单的瑞风S3将是许多观众造访江淮展台的核心理由。自上市以来便出现了空前的热销,平均每3分钟就有一辆瑞风S3被抢购,每小时订单量可达22辆。这款针对城市新一代消费者——“85后”人群量身定制的小型SUV车型,无疑也会让现场的媒体与消费者对其看高三分。

瑞风S3的“大哥”,江淮二代平台首款SUV产品——瑞风S5也迎来了一次全面的升级,瑞风S5全新白金传动系车型盛装出席。据江淮汽车相关人士透露,这是江淮第一次将白金传动系与二代平台技术结合打造的最新成果,1.5T GDI发动机和6速DCT动力组合基



于世界前沿技术平台打造,在动力性、经济性上都做到了业界领先,逼近世界一流水平。

瑞风S3和瑞风S5这两款江淮的SUV“双雄”也在本次车展上同台加演好戏,并将邀请《一路惊喜》的金依萌导演和新晋演员刘维到场,一起展示江淮SUV“双雄”的银幕处女作。瑞风S3、瑞风S5将在《一路惊喜》中与萧敬腾、郭采洁、夏雨等大咖同台飙戏。观众在期待这一年度喜剧大片的同时,也将进一步感受江淮品牌年轻化的步伐。

在本届车展江淮展台上,江淮旗下首款小型MPV瑞风M3也将正式发布。自今年北京车展亮相和近日在蒙城正式下线之后,瑞风M3就受到了广泛关注。从江淮发布的资料

来看,瑞风M3将是一款宜商宜家的“多面手”,无论是造型、空间还是舒适性、安全性等方面,都有着不少值得期待的亮点,不少媒体和消费者都对这款瑞风MPV家族的新成员寄予厚望。

在轿车方面,新鲜出炉的CRC“五冠王”和悦A30也将与江淮CRC冠军车队一起亮相。和悦A30作为江淮二代平台上的优质车型,其组建的和悦A30车队首次出征中国拉力锦标赛,便在最为激烈的S2级别赛中轻松收入五连冠。在刚刚结束的浙江龙游站还获得了国家杯两驱组亚军,全场总成绩第十名的优异成绩,实现了“五冠王”的自我超越。

江淮拟派出含金量极高的多位巨星出击本届广州车展,如此豪华阵容将为江淮展台引来无数眼球。如果要亲身感受新江淮的新产品实力,在本次广州车展上就一定不能错过江淮展台,相信阵容强大的江淮家族新成员们能为现场观众带来不少惊喜。(方丽)

奥克斯携手《忍者神龟》抢滩“双11”



无论是酣畅淋漓的雪山追车肉搏、惊险刺激的塔顶BOSS战,还是“神龟四兄弟”呆萌趣逗的电梯rap,正在全国各大影院热映的好莱坞真人动漫大片《忍者神龟:变种时代》每一处细腻而生动的视觉刻画,都能引发全场影迷们的沸腾。在各大影院,记者发现有不少影迷通过参与奥克斯空调请全民看电影活动,免费观看了这部承载了“80一代”美好记忆的童年英雄电影。

据悉,继携手《不二神探》与《变形金刚4》之后,奥克斯再次斥资百万联合全国20多个城市100多家影院免费发放2万多张彩票,在“双11”购物狂欢来临之际,激情回馈热情影迷和广大消费者,抢先布局、快速占领“双11”市场制高点。

多重福利剑指“双11”

随着“双11”购物狂欢节的到来,各路空调厂商早已开始布局促销大战,因为面对当前空调业低价才是王道整体市场环境,真正让消费者买得实惠,才能在今年的价格战中赢得先机。作为最早布局电商平台的空调企业,奥克斯在今年的“双11”促销战中可谓下足了血本,针对各路商家均打出低价格的的市场现状,奥克斯直接打出了“免单”牌刺激消费,真正把福利和实惠送给消费者。

在10月15日到11月10日预售期间,支付

预售定金和支付尾款的前十名消费者全款免单;另外,在“双11”当天,成功购买奥克斯官方指定款空调的前十名消费者免单;在“双11”当天,在奥克斯空调官方指定各节点成功完成购买过程的前五名消费者也可享受免单活动。

而针对“双11”这个特别的日子,奥克斯还推出了11.11元预定价值2392元的奥克斯空调10年包修服务金卡一张,将享受10年整机免费包修,让消费者享受到10载如一日的省心和放心。

互动娱乐玩不停

近两年,奥克斯空调的受众越来越年轻化,而《忍者神龟:变种时代》这样的好莱坞大片无疑会吸引更多年轻人的关注。广大影迷们通过参与此项活动免费观影,从长远看有利于打造奥克斯空调在互联网时代下的粉丝经济圈。

众所周知,借势“热点”影视与娱乐玩转互动营销、打造互联网时代下的“粉丝经济平台”已经成为奥克斯“转型升级”战略下创新营销的重要手段。

从价格竞争到全额免费,从线上抢单到线下互动,业内人士认为,奥克斯空调已经形成对电商的创新升级战略布局,旨在通过满足面向互联网时代的用户需求,提供更多、更丰富的产品解决方案,持续引领空调行业创新营销方式。(陆科)

THP新小生将登场 THP舰队与TSI兵团大战在即

随着1.2THP的强势登场,东风雪铁龙“THP舰队”3位成员成功组队,不但向标杆产品大众TSI发起强有力的冲击,也在悄然间引发了T动力市场的巨大变局。

THP(Turbo High Pressure)意为“涡轮增压缸内直喷”,“THP舰队”体现了东风雪铁龙产品布局的前瞻性和战略性。身为舰队先锋,1.6THP通过独到的Twin scroll双涡道涡轮增压技术,率先解决了涡轮增压迟滞现象,保证涡轮增压仅在1000转开始工作,远比大众TSI发动机1500转介入

来得迅速。作为“THP舰队”中动力澎湃成员,1.8THP媲美大众2.0TSI。采用全铝合金缸体设计1.2THP能量惊人,比大众1.4TSI更胜一筹,且与同类型发动机相比,油耗降低8%。

大众TSI是T时代的“开路者”。但“打江山容易,守江山难”,东风雪铁龙“THP舰队”以“1.6THP压力1.4TSI,不输1.8TSI;1.8THP媲美2.0TSI;1.2THP超越1.4TSI”的进攻态势,让占据了T动力高地的大众TSI兵团,感到了阵阵“胆寒”。(杜威)

牛根生获得TNC“2014年度橡树叶奖”

近日,中国蒙牛乳业股份有限公司董事长牛根生作为大自然保护协会(TNC)“2014年度橡树叶奖”获奖人,出席了在美国乔治亚州亚特兰大举办的TNC志愿者领导力峰会。TNC管理团队、TNC美国和海外部分理事以及中国全球保护基金(CGCF)团队共500多人,出席了此次盛会。

在活动现场,TNC全球CEO马克·特瑟克介绍了牛根生,并为其颁发TNC橡树叶

奖。据悉,这个奖项是对牛根生参与环境保护这一事业热爱精神的高度认同,也是再次肯定其在这一领域所作出的杰出贡献。

牛根生在颁奖典礼中压轴登场领奖。作为来自中国的代表,牛根生向在场的来自全球各地的慈善家们展现了中国慈善家对环境保护的热情和坚持,最主要的是他让所有人感受到了“为实现环保事业的成功,我们在一起努力着”这样鼓舞人心的精神。在牛根生理事的致辞结束后,



场内所有嘉宾全体起立,长时间热烈鼓掌。

业内人士认为,获得TNC橡树叶奖这一荣誉,不仅是对牛根生个人成就的褒奖,也是对中国TNC理事会在环保事业领域中所做出的贡献和热忱的极大肯定。(红心)