

新世代天籁周口正式上市

□记者 乔乔

本报讯 3月23日,新世代天籁在东风日产周口威诚专营店正式上市,两个级别共7款车型,分别采用2.0L与2.5L发动机,官方指导价格为17.78万元~24.48万元。东风日产总经理松元史明透露,新天籁要重新夺回中高端市场的销量冠军宝座。

在现在大众坐稳江山的情形下做到这一点显然不容易。新天籁要夺冠就要走出新路

子,多年前老天籁一炮而红靠的是品质加营销,这回新天籁依靠的是产品力以及两大利器——魅力价格和至诚服务。

首先,新天籁17.78万元~24.48万元的价格很有震撼力,再度成为中高端车市场的“价格杀手”。对比入门级,可以看到新天籁的价格在日系车中是最低的,而且比起欧美竞争对手更有2万~3万元的价格差。与老款天籁相比,仅从工艺配置来看,新天籁也多了3万元的价提升。

值得一提的是新天籁在发扬了老款舒适静谧、配置高的特点的同时,在操控性方面也做了“加法”,打破以往日系中高级车靠“舒适”与欧洲车靠“操控”的旧印象,在悬挂性能、动力性能、刚性车身上大下工夫,使得新天籁也成为一辆“驾驶之车”。

此外,新天籁还将“服务”概念玩到了极致。“天籁行动”的服务政策很有冲击力:凡购买新世代天籁的消费者,均可享受东风日产提供的“7天包换”、“60天免费出险代步”、“3年

CARWINGS智行+免费享”三大服务政策。新世代天籁承诺“七日包换”可谓走出了淘宝式的亲民售卖路线。

在所有的合资汽车厂中,面对市场变化和消费者的需求,东风日产的嗅觉是最敏锐的。东风日产乘用车公司副总经理任勇表示:“我们关注的核心,就是倾尽所能提升客户价值体验。也许有些举措在业界看来有些超前。但对我们而言,就是要用最真诚的行动确保新世代天籁车主是最幸福的。”

只需一张身份证 新风云2快乐贷回家

本报讯 3月伊始,奇瑞公司推出金融购车“圆梦计划”。针对新风云2推出“一张身份证新风云2贷回家”活动,只需提供一张身份证,即可让购车不再是梦想。

贷款门槛更低

选择银行贷款购车,需房产、户口、担保人、担保抵押、银行流水证明、单身证明等系列条件;如选择一般的汽车金融公司贷款,需提供房产、户口、银行流水证明、固定职业、居所证明等;如选择奇瑞提供的金融贷款方案,门槛最低,只需要提供一张二代身份证,就可申请到

36个月以下(含)期限的金融贷款。

贷款流程更快

选择银行贷款购车,流程繁琐、办理周期长;如选择一般的汽车金融公司贷款,流程相对银行有所简化,但仍需提供各种证明材料,仍需很长办理周期;如选择奇瑞提供的金融贷款方案,无户口、房产、担保人担保,甚至不用提供银行流水证明、单身证明等证件,只需提供一张身份证即可申请,流程简化,一日审批,方便快捷。如果你手头紧、攒不下钱,你还可以选择“首付1万日供35元”超低首付方案。五年期贷款,

每日仅需35元,堪比打车费。

新风云2产品力更强

“一张身份证 新风云2贷回家”贷款方案的吸引力固然重要,但更重要的还是取决于新风云2较强的产品竞争力。新风云2采用全新鸥翼式仿生学设计,全系标配多功能方向盘、皮座椅、倒车雷达等人性化配置,增配天窗及AMT自动变速器,提升驾乘舒适性的同时全面满足不同消费者的需求。

这个春天,不要再错过,赶紧将新风云2贷回家,畅享有车生活的新乐趣吧! (郭世维)

东风自主乘用车 打造三大品牌

2020年之前研发投入 达157亿元

上周,记者从东风内部人士处获悉,该集团“大自主”乘用车未来计划效仿通用的模式,把东风柳汽的风行、风神和郑州日产东风系列划分为低、中、高三大品牌,共同归属于东风自主乘用车板块里。

据上述人士透露,未来风行品牌之于东风,相当于通用的雪佛兰,品牌理念是“关爱家庭”;风神则相当于别克,塑造“时尚科技”的中端品牌形象;而郑州日产里挂东风标志的车型未来将成为东风自主乘用车下的高端品牌,以“专业信赖”为产品核心诉求,相当于GMC(通用旗下高端MPV部门)。

2011年,东风汽车明确提出“大自主”战略,其中东风旗下的自主乘用车将追求“协同效应”,共享零部件以及渠道等多方资源以达到成本最优化的目的。从去年开始,东风汽车已经开始建设未来共同销售的渠道,即“协同店”,上述三个品牌的车型将共同在该店展厅销售。网络首先选择在福建龙岩、湖南湘潭和吉林鑫慧三地。目前,三家协同店已经开始投入运营。

至于协同背景下,三个同为双燕标但目前分属不同子公司的产品系如何进行差异化的重新定义,东风今天终于给出答案:分别打造成低、中、高三大品牌。

按照东风汽车的规划,其在2012年已经建立了全面的产品开发和市场调查体系,技术中心完成了汽车10大系统的技术模块化。此外,东风乘用车未来还将在武汉建设一个汽车试验场。据了解,未来上述三大品牌可能在车型平台以及可通用的零部件上进一步共享资源。另据介绍,2013年至2020年间,东风乘用车将投入157亿元研发费用,平均研发投入占比达5%左右。

(据《新京报》)

轻型校车市场引商用车企业竞逐

在今年的全国“两会”期间,对于校车的推广,有多位人大代表提出国家应该加大投入力度。对客车生产企业来说,校车市场的快速增长自然引起他们的重视。根据记者的了解,目前很多企业看重轻型校车的潜力。

校车销售中的主力车型

学生的安全问题一直是社会各界所关心的问题,尤其是近几年校车事故的频发,让社会各界更加关注学生上学、放学路上的安全问题。2012年4月10日国务院正式发布《校车安全管理条例》,3周后国家标准委发布了《专用校车安全技术条件》。政策法规一出台,很多商用车企便纷纷推出各自的专用校车,投入力度之强,研发速度之快,着实让人振奋。

南京依维柯相关负责人告诉记者,国家标准委颁布的《专用校车安全技术条件》更加注重车辆安全性能、车辆配置的人性化、车辆安全管理的可操作性。单就技术层面而言,《标准》对校车提出的升级要求并不高,多数车企的现有技术都能满足这些条件。

在全社会的共同关注下,2012年我国校车销量出现大幅度的增长。中国客车统计信息网统计的50家企业中,有31家销售校车,2012年5米以上的校车共计销售25695辆。值得注意的是,在所有校车中,5~8米校车是主销车型。中通客车品牌文化部部长李笃生告诉记者,中通客车2012年销售客车2000多辆,仅5米级、6米级校车就销售了1000多辆。这一长度段的客车按照划分标准,都在轻型客车之列。

竞争优势突出

据了解,轻型校车受到市场欢迎,与目前国家补贴政策不到位以及城市需求特点有关系。目前,购买校车的主体有不少是私立幼儿园,使用轻型校车,价格比较低,而且在城市中也便于穿梭和停靠,特别是对于那些规模较小的幼儿园来说,适应性更强。在国内很多城市,大部分中小学校并不是建立在交通便利的大道旁,更何况在北京、上海、广州这样拥堵的一线城市,大中型校车(20及20人以上)寸步难行。“一些学校位于很深的巷子里,在这种情况下,大型校车的作用大打折扣,因为巷子很窄,大型校车就只能停在巷口,学生出了校门还需要走一段很长的路才能坐上校车。如果是小型校车,这方

面的问题就很好解决,可以直接将车开到学校门口,方便学生出行。而且大型客车对驾驶员的要求也比较高,运营单位相应的就需要付出更多的人力成本。”上汽大通相关负责人告诉记者。据悉,南京依维柯将在青岛举办了一场公益活动,使用的就是长度在7米以内的轻型校车。

事实上,相较于交通环境便利的大中型城市,农村地区的孩子们更需要有一辆安全的校车接送他们上下学,而校车事故频发的“重灾区”也恰恰是在交通不便的乡村城镇地区。农村道路崎岖狭窄、路面高低不平,通过性不好,对车辆的长度和宽度有不少限制,轻型校车在这里的适应性更好。另外,考虑到我国社会发展的实际情况,国家政策也倾向于鼓励校车在农村、乡镇的发展,对农村、乡镇校车给予更多的资金支持。这也是企业关注轻型校车的原因。

与那些关注大城市校车运营的企业相比,南京依维柯更注重校车在三四线乡村城镇的整体适应性。为此,南京依维柯进行了上千次的实地测试和模拟试验,并根据各种可能出现的路况环境不断调整和提高车辆适应性。

南京依维柯作为最早参与中国校车标准起草的车辆制造企业,通过对中国城乡道路通行条件的充分调研和产品适应性开发,经过高原、高原和高温高湿环境的道路试验,打造出了数款高安全性、通过性和经济型的中小学校校车。2002年,北京市政府率先为农村寄宿制学校配备133辆依维柯校车;2003年12月,南京市政府为农村偏远小学配备82辆依维柯校车;2008

年3月,山西朔州市政府,为下属6个县级教育局的农村寄宿制学校配备30辆南京依维柯专业校车,作为其接送寄宿学生的专用校车。南京依维柯校车历经十年研究,不断优化安全行驶性能,已经得到了众多教育机构和中小学校师生们的认可和赞誉。

服务需求更大

不过相对于在城市运营的校车来说,校车在农村的运营,面临的困难更多。

企业除了要生产出合格的校车,还要对校车行驶区域的路况、运营的成本以及车辆维修保养的及时性和便捷性等相关事项,进行客观地分析并提供完善的配套服务措施。目前校车的购买以政府出资、政府补贴和学校自行购买这三种方式为主,而乡村城镇学校的校车基本上由政府出资购买。“从表面看,政府‘埋单’似乎解决了孩子们的上学安全问题,然而想要真正实现‘校车下乡’,这仅仅只是南京依维柯迈出的第一步。在校车到校的同时,我们还要考虑车辆售后服务的便捷性,这点对保障经济条件相对落后的乡村小学尤为重要。南京依维柯目前在全国有250余家服务网点,同时还可提供全球领先的‘服务动车’式主动、上门、快捷式专业服务。”南京依维柯销售公司相关人士告诉记者。据悉,南京依维柯在校车交付的环节,还将开展包括对校车驾驶人员进行专业培训、与学校配合辅导学生当事故发生时如何自救等一系列的配套服务举措。

(吕晓晨)

