

## 全新威驰媒体试驾会：

## 消费者零距离感受“威优质”

11月9日下午，周口明星丰田汽车4S店举办了全新威驰媒体试驾会，一些媒体记者和消费者现场零距离感受了“威优质”。目前，全新威驰销售活动也开始火热进行中。

据了解，一汽丰田全新 VIOS 威驰已全面接受预订，价格区间为 6.98~11.28 万元。这款全新打造的新一代威驰在整车性能方面实现了全面超越，极高的性价比更显竞争力

优势。为了让消费者进一步感受全新 VIOS 威驰的完美表现，周口明星丰田全新威驰已经到店，欢迎到店赏车试驾。全新 VIOS 威驰以提升外观的豪华感为概念，创新设计前格栅，最大限度利用车身长度，在对美学的品鉴中，感受活力四射的卓越品质。

全新 VIOS 威驰银色装饰的方向盘洋溢着活力；中心仪表盘前突，强化了跃动感，拱形设计使整体强调出时尚气质；科技感的

自发光式仪表盘，前卫的整体中控台操控设计，新型 WIL 概念座椅，传达了全能而优质的配置理念。

内饰中多处采用的流动感的金属装饰条，使其呈现出时尚质感的豪华；带有液态金属装饰的水平辐贯穿中控台面板，并与门内饰的凹面连接，赋予其超越实际尺寸的宽敞感；仿真缝合线，也是全新威驰花心思的地方，采用了高精度的铸造、成型技术后，呈现出真皮

线缝合的效果，既立体又有质感；面板采用钢琴黑色工艺，呈现光泽感的同时，也不容易产生划痕，令它更具高贵感和品质感。质感，是一种向往，更是一种姿态。

“威优质”既给人以细腻与理智，又让人感到豪迈与张扬，成就双重个性标准。驾乘全新 VIOS 威驰，感受生活的流光溢彩，瞭望未来的优越华丽，让生命从此不凡。

(明星)



11月8日上午，周口亿顺汽车销售服务有限公司在亿顺比亚迪4S店举办了5周年店庆庆典活动。图为活动现场。 记者 杨运栋 摄

## 周口广汽吉奥直营店开业

□记者 付永奇

本报讯 11月9日上午，位于中州大道车之港国际车城内的周口广汽吉奥直营店举行盛大开业庆典。这是目前广汽吉奥在我市第一家正式授权的直营店，主要销售广汽吉奥旗下全新城市 SUV——广汽奥轩 G5、GX5、星旺 CL、轿车、微面、皮卡等车辆。

广汽吉奥汽车有限公司成立于 2010 年 12 月 9 日，是由广州汽车集团股份有限公司与浙江吉奥控股集团有限公司共同组建而成的合资公司。作为国企和民企创新合作的典范，广汽吉奥坚持自主研发、自主创新、自主发展，并整合国内外技术资源，为广大消费者提供安全、节能、环保的好车，使“广汽吉奥”品牌成为中国最优秀的自主品牌之一。

主流产品广汽吉奥 MPV 星朗有 1.3L/1.5L 两种排量，计 6 款车型，售价区间为 5.28~7.98 万元。星朗的外形轮廓和线条与日产 NV200 十分相似，“工”形格栅硬朗气

派，配合镀铬装饰，侧身采用了独特的腰身特征线设计，前端流线后端平直。星朗配备 1.5L 和 1.3L 两种动力配置，1.5L 排量车型匹配先进的三菱 4A91S 动力系统，最大净功率可达 77kw；1.3L 排量车型采用 TNNT4G13 动力，应用 VVT 技术，使动力节油性更好。星朗还装备了一键启动、全景式倒车泊车系统、车载 GPS 系统、MP5、蓝牙/车载电话、多功能方向盘、自动空调、无钥匙进入系统、车速感应锁等现代化科技配置。全系车型还配备了安全气囊、ABS+EBD 系统以及 BA 制动辅助系统。

为回馈用户，周口广汽吉奥直营店设置开业期间订交 1000 元可抵 2000 元的多重购车礼遇，并为用户量身打造专业的免费服务项目，该活动得到广大客户的热烈追捧，开业当天就发展十几位意向客户。广汽吉奥相关负责人杨刚英表示，周口广汽吉奥直营店的开业，标志着我市吉奥用户有了一个完整的服务体系，为广汽吉奥在周口市场的品牌提升起到了积极促进作用。

## 全新捷达免费婚车 让你幸福加倍

近日，一汽大众“全新捷达梦想婚礼”五站各具特色的线下主题婚礼已经全部圆满举办。幸福的脚步自哈尔滨起，途经青岛、上海、三亚、北京等地，将来自全新捷达婚车队的美满祝福传递给全国的新人和情侣们。同时，也向全国的消费者展现了全新捷达时尚动感的身姿与卓越的科技品质。

10月29日，全新捷达婚车队满载着甜蜜回到家乡成都，盛大开启最后一站线下主题婚礼——旅行婚礼。与此同时，最美新娘达人评选在官网活动页面火热进行。广大网民朋友通过各大婚恋网站及新浪微博，观看新人们的婚礼浪漫视频及唯美照片，纷纷为自

己心中最美的“Miss/Mr.J”投上了满载祝福的一票。

后续，一汽大众面向全国消费者隆重推出的“捷伴一生，共达美满”免费婚车申请活动持续进行。据悉，凡真实举办婚礼并有婚车需求的新人，只需通过官网、热线或本地经销商门店进行申请，通过审核便可免费拥有时尚的全新捷达婚车队，和爱侣携手驶向幸福的彼岸。为给新人们提供最大化的便捷，一汽大众为活动搭建了专属网络平台，只需在百度搜索键入“捷达”、“婚车”等关键词，就能即刻登陆页面申请免费婚车。

(周春鸽)

## 五菱汽车“特价风暴”强袭全国

五菱汽车掀起的“特价风暴”又开始强袭全国。一向价格坚挺的五菱宏光也打起了价格惊喜牌，五菱宏光 1.2L 基本型最高 43800 元，五菱宏光 1.4/1.5L 基本型最高 46800 元。

同时，五菱之光 2013 款优惠至 29800 元，参加活动的车型最高优惠达 4500 元。

五菱汽车以“钜”惠的方式给广大用户带来了更多惊喜，此次特价活动的时间从 2013 年 8 月 29 日开始，上汽通用五菱全国各销售服务店都参加此次促销活动。根据各地不同的情况，经销商在“特价风暴”的基础上还将推出各自更大幅度的优惠活动。

特价活动的车型，也是上汽通用五菱久

经市场考验、深受用户欢迎的主力产品。五菱之光被誉为“地球上最重要的一款车”，上市 11 年来市场保有量远超 410 万辆。五菱宏光更是被誉为“神车”，上市 3 年来，开辟了“紧凑型商务车”细分市场，赢得了近 80 万用户。

特价活动的推行，也体现了上汽通用五菱一贯关注用户、回馈用户的企业风格，也是继今年五菱之光 2013 款、五菱宏光 S 等新品上市后，给广大用户带来的新惊喜。作为最懂中国用户的企业，上汽通用五菱未来将继续全心服务好用户，让人们以优惠的价格享受到五菱汽车带来的幸福体验。

(曹亚东)

## 进口车市回暖 呈现复苏迹象

——今年前三个季度进口车市场分析

进口车市场去年增速大幅下滑，到今年 2 月滑至谷底，3 月份起跌幅连续收窄，虽然 1~9 月累计仍然负增长，但跌幅已经从两位数变为一位数，至年底或明年初或许转负为正。进口车市场复苏迹象已经呈现，不过与我国汽车整体市场一样，即使复苏，也不可能回归到以往 20%、30% 甚至更高的高速轨道，汽车进口依然只是国产车的拾遗补缺，满足小众需求。

## 下滑幅度收窄

面对我国进口车市场的大幅下滑，汽车跨国公司开始调整过高的销售目标。去年第四季度和今年第一季度，体现为进口量减少、进口速度减慢；第二季度起进口车资源主要为结构性补充，5 月份起连续 5 个月进口量超过 10 万辆。

进口车终端市场也显现些许亮点，据中国进口车市场信息联席会反馈的信息，其所属成员销售的 26 个进口品牌车型，1~9 月累计销售 71.9 万辆，其中 5~8 月月均在 8 万余辆，9 月份更高达 9.22 万辆。

## 车型结构调整

乘用车是进口车的绝对主力，占进口车市场 98% 左右的份额。海关 2013 年（1~9 月）与 2012 年乘用车及其各类车型的进口量比较，SUV 成为乘用车市场的主导车型，是进口量增长最明显的车型，由去年的 44.8 万辆上升到 50.7 万辆。而轿车则由去年 38.6 万辆下降到 28.3 万辆，MPV 由 4.0 万辆下降到 3.5 万辆。

终端市场佐证了车型结构的调整，中国进口车市场信息联席会成员 2012 年与 2013（1~8 月）乘用车各类车型销量比较，SUV 销售增量尤为显著，由 37.9 万辆上升到 43.0 万辆，增加 5.1 万辆；轿车由 26.0 万辆微升至 26.1 万辆；MPV 由 2.9 万辆跌到 2.6 万辆，减少 3000 辆。

## 排量下移延续

遵照 2012 年 7 月 1 日起施行的《乘用车企业平均燃料消耗量核算办法》，进口车燃料消耗量实行单独核算，这使得进口车排量进一步下移。

据中汽协整理的海关进口车排量数据，大排量乘用车在进口车中的比例，呈现下降趋势。海关进口中，今年 1~8 月汽油轿车进口同比，2.5 升以上大排量车大幅度下降，

2.5~3.0 升为 5.55 万辆，下降 32.90%，3.0~4.0 升为 1.67 万辆，下降 59.64%，4.0 升以上为 0.32 万辆，下降 65.62%。进口汽油 SUV 集中在 2.5~3.0 升，为 11.47 万辆，3.0~4.0 升为 4.91 万辆，排量向下移，销量往上走。

中国进口车市场信息联席会给出以下数据，今年 1~9 月终端市场份额，3.0 升以下为 88.6%，较去年全年的 84.8%，提升 3.8 个百分点；其中 1.5~2.0 升提升更多，达 5.2 个百分点。

## 库存依然高企

前两年的进口车持续高速增长和后来需求的快速回落，形成极大反差，累积了高企的库存。中国进口车市场信息联席会统计的库存状况，去年上半年进口车库存达到高点，库存指数 3.8~3.9。经过去年下半年和今年第一季度下调供给，9 月份库存有所下降，库存指数 3.4，但依然处于深度库存状态，不过已经呈现下行趋势。

加大促销力度是去库存化的重要措施，经销商去年 9、10 月份优惠幅度约为 10.9%，平均 8 万元左右，到今年第一季度为 6.5% 左右，第二季度起幅度又逐渐加大，9 月份升至 9.5%，较去年最大优惠还差一点。

## 网络渠道下沉

传统的东部和北部市场渠道市场的保有水平较高，又遇限购行政策，促使跨国公司和优势经销商谋求网络转向，向二三线城市拓展网络和下沉渠道。

今年中南、西南和西北三大区域的江西、湖北、湖南、河南、广西、四川、重庆、贵州、西藏、甘肃、宁夏和新疆等 12 个省市区，成为新兴的进口车市场，这些地区的销售同比增速均突破 20%，其中贵州和新疆更是高达 30%。

## 国别差异明显

对 1~8 月进口轿车和 SUV 国别归类分析，轿车最大赢家是德国，以 10.88 万辆位居榜首，其次是日本的 3.45 万辆，英国 2.25 万辆，法国 1.24 万辆，瑞典 1.06 万辆。SUV 最大赢家是美国，以 11.48 万辆排名第一，其次是日本的 8.30 万辆，英国和德国依次为 4.92 万辆和 2.80 万辆。德、美和日三国轿车和 SUV 合计进口量均在 10 万辆以上，其他众多国别车，与这三国相比，均不在一个级别上。

(张伯顺)