

LAVIDA 朗逸上市 售价 11.28-14.98 万元

文 / 华晨

历经一年多准备,在今年北京车展上赚足眼球的上海大众新款中级车朗逸终于迎来上市。6月25日,上海大众在杭州启动朗逸上市仪式,推出朗逸 1.6L、2.0L 两个排量六款车型,售价分别为品悠版 1.6 手动 11.28 万元,品悠版 1.6 自动 12.48 万元,品轩版 1.6 手动 13.38 万元,品轩版 1.6 自动 14.58 万元,品轩版 2.0 手动 13.78 万元,品轩版 2.0 自动 14.98 万元。在大众中国范安德博士和上汽集团胡茂元董事长同时按下按钮的那一刻起,国内 A 级车市场中的福克斯、凯越、悦运、宝来又多了一个竞争对手。



朗逸核心配置 与大众其他车系相差不大

从外观上看,LAVIDA 朗逸延续了大众一贯作风,并没有过多惊人元素。不过作为上海大众最新打造的产品,朗逸拥有的一些技术特点还是值得我们关注。如整车轴距长达 2610mm,可以说在同级车中拥有较大的内部空间。1.6 发动机采用和 POLO、朗逸相同的 16V 静音链式发动机,2.0 则采用和 PASSAT 领驭、途安一样的发动机,且经过全新调校,在动力和油耗方面有很大改进。

朗逸的配置清单上还提供了电动天窗、LED 外后视镜转向灯、电动调节外后视镜、USB 接口和 MP3 功能、三幅多功能方向盘、真皮打孔座椅、折叠式夜间显示器以及自动空调等。这些偏“享受”配置出现在较高配车型则让消费者有更多的选择余地,用上海大众的话说,这是渴望将朗逸打造成“配置更为亲民”的体现。

A 级车市增添变数

朗逸定位于 A 级车,同级车型中有凯越、宝来、福克斯、标致等,而据相关部门统计,去年国内 A 级车销量为 288 万辆,占据乘用车市场份额的 47.3%;国内单一车型销售前十个品牌中,有 6 款是 A 级车。A 级车已经成为车市最大的消费群体。朗逸的加入,在丰富消费者选择的同时,也会给 A 级车带来新一轮的震撼。

目前 A 级车市价格战正此起彼伏。福克斯、宝来优惠幅度均在万元以上,悦动和新凯越虽上市不久,但相应的促销也在悄悄进行。朗逸此时入市,能抢占多少市场份额,关键在于其性价比能否迅速被消费者接受,尤其是价格体系。之前上海大众曾有新例,08 款 POLO 上市不到四个月就推出限时限量促销活动,劲情劲取仅售 7.98 万元起,跌入 8 万元区间。

朗逸对比凯越悦动

外观:三款整车尺寸,朗逸最大,凯越最小,不过凯越先前的内饰和外观比较受市场认可,这也是去年凯越一直稳居车市销量最前例的原因之一。

内饰:朗逸内饰是全新打造的,凯越和悦动较老款也有明显变化。相对而言,朗逸内饰严谨内敛;悦动时尚,而凯越侧重舒适,稳重感比较强。

动力:从参数配置上看,悦动功率是三款车中最大的,达到 82KW。不过朗逸的发动机调教更出色,在 3800 转的时候就达到最大扭矩 155Nm,动力输出更优异。三款车的手动车型都采用 5 速手动变速箱。不过在自动挡车型上朗逸优势明显。悦动和凯越采用 4 速自动变速箱,而朗逸采用先进的 6 速手自一体变速箱。



国产小车实现全球同步上市 技术提升彰显市场价值

近日,笔者从长城汽车了解到,长城精灵上市以来其海外销量已达到 710 辆,其中出口非洲 270 辆,出口俄罗斯 286 辆,出口中南美洲等国 154 辆,实现了国产小车的全球同步上市。

作为长城进入轿车领域的第一款小车,长城精灵在三月份的初次露面,就给业界带来一大惊喜:搭载长城自主研发的 1.3L 排量发动机,升功率将近 50KW/L;最高车速可达 160 公里以上,排放满足了欧 IV 环保标准。在整车安全测试方面和噪声控制等方面也完全符合上海去年公布的《技术条件》要求,也因此被业界成为“升级的新标准小车”。

业内人士分析,长城精灵能够实现批量出口除了自身产品的市场定位之外,主要取决于其品质的提升、诸多硬件的完善。这其中两个不容忽视的因素就是速度和安全,这一点在国内外客户的多次试乘试驾中得到充分证明。据悉,长城精灵是国内首款未作任何改装即可进行特技表演的小车,当速度提到 120 公里以后,相比于其他小排量车,在操控性、舒适性和安全性方面有明显提升。而且,长城精灵最高时速可达 160 公里以上。在安全方面,长城精灵在今年 4 月启动的安全试验室中也得到了国内外汽车安全专家的一致认可。

随着长城、比亚迪、奇瑞、吉利等众多民族品牌对小排量车技术及性能不断提升,以及国家对小排量车政策的放宽和扶持,我们有理由相信,2008 年将成为精品小排量车元年,而精品小排量车最终将在汽车市场占据一席之地。

奇瑞 QQ6 环保袋 代传活动受好评

笔者了解到,尽管不少消费者对突然降临的收费塑料袋还有些不适应,但大多数消费者还是对此项政策的出台持有肯定意见。

正因如此,不少企业恰逢时机地推出的各种环保活动自然受到了普遍欢迎。在备受环保人士关注的汽车领域,由奇瑞汽车部分经销商推出的 QQ6“环保袋代传”活动,成为了众多活动的亮点。

据奇瑞公司活动负责人介绍,活动之所以取名“环保袋代传”,其实寓意深刻。一方面,公司通过发放环保袋的形式,呼吁鼓励消费者循环使用环保购物袋,通过大家的共同努力,为下一代造福;另一方面,奇瑞公司的主打微轿产品 QQ6 属于国内全新的第三代微轿,符合了当下社会对“精品小排量”车型的需求。