

新车

东风雪铁龙世嘉 杭州上市

9月6日,中高端两厢车东风雪铁龙世嘉登陆杭州,并向首批车主进行了交付。世嘉有1.6L和2.0L两个排量5款车型,售价10.88万-16.18万元。

作为与WRC赛场王者雪铁龙C4同宗同源的国产车型,世嘉拥有着历经考验的底盘和出色的悬挂系统。雪铁龙全球首创的中央固定集控式方向盘和感光自适应组合仪表盘,让驾驶变得更加轻松。世嘉采用双区自动恒温空调,在同级别车中首次全系标配了定速巡航和限速器。

CR-V 两驱都市版手动档 售 18.98 万元

东风本田CR-V两驱都市版2.0L手动档9月7日上市,售价18.98万元。该车搭载2.0L i-VTEC发动机,配以六速手动变速系统,综合工况下油耗仅为百公里8.4L。随着两驱都市版六速手动档车的上市,CR-V系列已涵盖2.4L、2.0L两个排量,手动档、自动挡两种操控模式,不同配置版本的七个级别车型。

09款沃尔沃 C30 2.4i 全新上市



9月1日,09款全新沃尔沃C30抢先登陆杭州世之贸汽车。杭州世之贸汽车是杭州地区唯一一家由瑞典沃尔沃汽车公司授权的杭嘉湖地区经销商。9月份去杭州世之贸购车,将可以半价换购价值1万元的升级礼包,仅限10位。

09款全新沃尔沃C30 2.4i售价36.8万元,在原有的配置上增加了无钥匙进入及无钥匙启动功能(智能钥匙)、STC动态稳定及牵引力控制系统升级为DSTC动态稳定及牵引力控制系统、运动型尾翼、真皮手制动。在节能方面,2.4升发动机每100公里油耗仅需9升,0-100公里加速仅需8.8秒,提供最大输出扭矩230Nm/4400rpm,动力澎湃。

在时尚方面,大面积玻璃尾门,引用了YCC和SCC概念车的设计理念,造型时尚并极具动感。12种车身颜色,或时尚,或动感;在安全方面,C30获得N-CAP欧洲碰撞试验5星标准,DIS智能驾驶信息系统给安全驾驶提供了安全保障;在环保方面,经环保处理的高档内饰,即使在炎热的夏天,车内空气质量依然很好;在品质方面,C30全部原装进口,品质至上。

车市

奇瑞 居售后满意度自主品牌首位

日前,J.D.Power亚太发布了2008年中国汽车售后服务满意度CSI调研报告,报告显示,奔驰、奥迪等豪华进口车品牌名列前茅。而值得关注的是,作为自主品牌的奇瑞汽车也以“快乐体验”服务品牌位居自主品牌第一名。

据了解,2006年,奇瑞“快乐体验”服务品牌全面启航,两年来,奇瑞的服务得到了全面提升。2008年,奇瑞“快乐体验”服务品牌成立两周年之际,奇瑞首家服务技术中心落成。同时,奇瑞面向全国推出“纵横中国,快乐体验”大型媒体走访活动。尤为一提的是,正在火热进行中的“快乐体验 星技争霸”奇瑞2008年服务技能全国争霸赛,更是2008年奇瑞向世人精心推出的具有创新意义的“服务饕餮大餐”。至此,凭借其卓越的服务品质和良好的服务操守,奇瑞荣膺“2008第三届中国汽车服务品牌星级评选”五星级企业,得到了消费者和业界的高度认可。

2007年奇瑞汽车突破百万辆大关,同年保有量增加三十三万辆。2008年上半年,在汽车市场相对低迷的情况下,奇瑞汽车却凭借其日新月异卓越品质和良好的口碑,保有量再增十几万辆。可见,除了产品本身的品质外,服务在其中的作用亦是不容小觑。

东风日产和诚城北店 打造您值得信赖的汽车管家

9月6日,位于杭州汽车城南大门的东风日产和诚城北专营店盛大开幕。据介绍,该专营店是根据日产汽车最新的A级建店标准全新打造,8000平方米的营业面积、五星级硬件设施,是迄今为止杭城最具规模的东风日产4S店。宽敞明亮的展厅,是一般4S店的两倍,尤其是客户休息区颇具特色,大片视听区、儿童游乐区、自主休闲区、网上冲浪区、足疗按摩区五位一体,尊享VIP服务。

“打造您值得信赖的汽车管家”,是公司的服务理念。公司表示,将竭诚为每一位客户提供专业的管家式服务,实现销售主导型向服务主导型的转变。此外,更令业内人士刮目相看的是,东风日产和诚城北店一开张,就一举拿下了“第九届中国国际西湖情大红玫瑰婚典唯一指定用车服务提供单位”的荣誉,而东风日产天籁则成为婚典的唯一指定用车。

新店开业之际,促销活动将贯穿整个9月。即日起至9月30日,来店试驾即可获赠精美礼品一份,订车更可参加品牌家电抽奖活动。服务活动层出不穷:全车免费检测,免工时费清洗空调,维修工时费8.5折优惠,更可参加香港游抽奖活动。



先睹

标致 207cc 跑车 杭州上市



9月6日,搭载创新1.6升THP涡轮增压发动机硬顶敞篷跑车——标致207CC正式登陆中国。

9月7日,该车型在东风标致杭州物产森美进口车部发布。发布会上,法国标致中国销售总监张仲奇表示,标致车型在浙江一直处于热销态势,206CC、307CC在杭州时常可见。此次活动之所以选择杭州作为重要一站,正是考虑城市风格与品牌理念的相通性。207CC为动力强劲的GT150版本,分为时尚版和精英版两种配置,售价为25.5万和29.5万元。

车闻

豪华运动成风尚 汽车消费向个性化转型

越来越多的市场调查数据表明,具有创新精神、个性鲜明的豪车品牌,正随着中国豪车消费者理念的差异化嬗变,酝酿一场前所未有的变革。

随着中国实力新贵一族的迅速崛起,他们所具有的新锐消费观点与强大消费实力正快速被市场认可。最新统计数据显示,30岁~39岁的用户是豪车的主要消费人群,而这个年龄阶层的人也正是中国实力新贵一族的主力。

为了迎接这一群体可能带来的市场风暴,越来越多的豪车厂商开始专门为中国市场的实力新贵们“量身定做”适合他们的座驾。

Acura TL的车主王先生是70后,他对车的选择非常具有代表性,既要豪华的让人惊叹,又要个性张扬生动,还要提供超凡的驾驶乐趣。Acura TL狂放不羁的特点和自由奔放的个性,正是他的写照。

本田中国Acura事业部部长清水保匡在接受媒体采访时谈到:“我们要追求个性的豪华、运动的豪华。”

事实证明,Acura(讴歌)的策略行之有效。2008年Acura加快速度占领市场,上半年的销量计划超额完成,为此Acura(讴歌)已将08年的销售计划提升了12%。特别是Acura TL,成为体现新锐贵族的气质的典范车型。

无论是新晋运动豪华品牌,还是老牌豪车厂商,谁也无法漠视消费者的理性回归。当个性豪车消费新潮汹涌而至时,在提升产品竞争力的同时,锤炼独特品牌个性和价值才能真正赢得市场。