

周口车·宝贝

本期摄影:维纳斯影楼

之 迈锐宝贝

宝贝资料

- 姓名:白杨
- 年龄:25 岁
- 职业:雪佛兰前台接待
- 血型:O 型
- 爱好:唱歌 跳舞
- 体重:50KG
- 身高:170cm
- 三围:34/25/35
- 星座:摩羯座

车辆提供:上海通用——周口新希望雪佛兰 4S 店
 车型:迈锐宝
 尺寸:4869/1854/1472
 驱动方式:前轮驱动
 发动机:2.0L 全铝发动机/2.4L SIDI 缸内直喷发动机
 装备质量:1590KG
 排量:8.3L

本报合作热线:8599345 宝贝报名热线:8599370

双“新”旗发 万里“油”我

2012 款奇瑞 QQ E5 自动挡(CVT) 联袂上市

本报讯 双“新”旗发 万里“油”我,奇瑞 E5 自动挡(CVT)与 2012 款 QQ 于 2 月 15 日联袂抢滩南方市场。记者了解到,此次上市的 12 款奇瑞 QQ 率先入选了工信部第七批“节能产品惠民工程”汽车推广目录,同级别车型中独享国家 3000 元补贴,配置上进行了 33 项全新升级。

33 项升级 2012 款 QQ 独享 3000 元惠民补贴

2012 款奇瑞 QQ 延续了经典造型的同时,在外观、内饰上进行了全面升级,外观上,此次融入个性化运动元素,全新的运动版车型设计,有效降低了高速行驶中产生的风噪,从而降低了燃料消耗。精巧的造型设计不仅赋予了 2012 款奇瑞 QQ 运动时尚、流畅洒脱的个性化外观,更减少了空气阻力,增加了其节油性能。内饰上,2012 款奇瑞 QQ 高品质的内饰设计,融合高端车设计元素,可满足消费者多样的使用需求,具有炫酷黑色、温馨米色、经典灰色 3 种风格内饰,增加了多样选择性,全新智能数字仪表搭配黑红运动座椅,突显了智能、时尚、运动。

奇瑞 E5 自动挡动力十足 CVT 彰显科技魅力

据了解,本次奇瑞 E5 自动挡(CVT)上市,共推出了悦悦型和卓悦型两款自动挡车型,售价分别为 7.58 万元和 8.18 万元,奇瑞 E5 自动挡(CVT)车型的推出,进一步完善了其在“人本科技家轿”市场的布局。

在产品性能方面,奇瑞 E5 自动挡(CVT)最大亮点即是在动力上搭载奇瑞自主研发的 ACTECO1.8L 发动机,可实现最大功率 95kw 和最大扭矩 170N·m,最高时速可以达到 185km/h。而与之相配的奇瑞首款自主研发的 CVT 无极变速器,则通过钢带的无级变化,得到连续不断的速比,从而获得平滑稳定的动力输出,带给消费者更为舒适的驾乘体验。

科技配备方面,自动挡奇瑞 E5 更集“一键启动系统+前雷达、可视倒车雷达系统+车身电子防盗系统+GPS 导航系统+数字多媒体播放+蓝牙系统”等众多数字科技配置于一身,以非凡之势引领国内车市的“易生活”理念。
(奇瑞)

中国能容下多少汽车品牌

中国到底有多少汽车品牌,恐怕一时间很难有人能说清楚。据粗略统计,中国现有的汽车品牌有 100 多个,已经成为拥有汽车品牌最多的国家。即便如此,仍有新的汽车品牌源源不断地进入。这两年兴起的合资自主品牌、跨国公司新进入的品牌,在未来的两三年,将有更多悬挂新品牌的车型出现在中国的大街小巷。然而,中国的汽车市场能够容纳那么多的汽车品牌吗?

新品牌扎堆

年初以来,新品牌车型的上市计

划不断被媒体曝光。长安 PSA 雪铁龙 DS 系列、大众西亚特 LONE 不久后将以进口方式入华;国产车方面,北京汽车首款轿车 E 系列、一汽新品牌欧朗都将在 3 月上市。而紧随其后的奇瑞观致、广汽三菱、广汽菲亚特、东风日产启辰、北京现代首望等诸多新品牌也将在未来一两年面世。一个未来可以预见的情况是,消费者在路上将会经常遇到叫不出名字的汽车品牌。

还有多少空间

相比成熟的欧美市场,中国汽车

品牌已经出现严重过剩的局面。美国市场除了三大汽车公司通用、福特、克莱斯勒外,只有日韩和少数欧洲汽车品牌;而年产销规模上千万的欧洲,除了占据统治地位欧洲品牌,外来者也只有少数日韩系车,连美系车都很难见到。

虽然中国已经连续两年成为全球汽车消费第一大市场,但其爆发式的增长时期已经过去。2011 年出现 3% 的微增长,正说明中国汽车市场已经逐渐走向理性发展阶段。也就是说,留给新品牌“一夜暴富”的机会已

经没有。另外,从中国汽车产业和品牌集中度来看,集中度越来越高。

据汽车工业协会的统计,2011 年销量排名前十的汽车企业上汽、东风、一汽、长安、北汽、广汽、奇瑞、华晨、江淮和长城的销量已经占到汽车销售总量的 87%,集中度较上年进一步提升。

从品牌集中度来看,细分到 A 级、B 级市场,分别有数十款车型在此区间厮杀,日子过得好的也就两三款。而从豪华车来看,奔驰、宝马、奥迪三家,去年垄断了国内豪华车八成

的市场份额,留给雷克萨斯讴歌等豪华品牌的生存空间已经不大。在集中度如此之高的情况下,新品牌若没有鲜明的品牌特征、差异化的产品及明确的市场定位,很难从人口中夺食。

大品牌统天下

分析人士认为,中国汽车市场出现如此多的品牌是发展中的必经阶段,但汽车行业的兼并重组将在不久的两三年内愈演愈烈,品牌愈多,竞争白热化也将越快到来。

从世界汽车的发展来看,各种品牌一直在不断地消亡,比如悍马、土星、水星、奥兹莫比尔、罗孚、迈巴赫……而中国汽车市场未来也会有更多的品牌被大品牌兼并甚至消亡,但可以肯定的是,中国自主品牌中也会诞生一两个大的跨国集团,成为中国汽车工业的领袖。
(孙金凤)