

福特Verve三厢概念车 广州车展第一辆全球首发概念车

动感十足、酷似跑车的福特Verve三厢小型概念车在2007广州车展上首次向世界亮出了绚丽的姿态,清晰地展示了未来福特品牌小型车的设计方向。福特汽车计划在明年一月底前向全球推出福特Verve全系列小型概念车,在本届车展上惊艳亮相的福特Verve三厢小型概念车是三款系列车型中的第二款,也是广州车展有史以来第一辆全球首发的概念车。由此可见,亚洲,尤其是中国在福特汽车全球战略中占据重要地位。



福特Verve小型概念车是福特著名的“动感设计”理念第一次在小型车领域的应用。福特Verve小型概念车系列的第一款——刚在欧洲法兰克福车展上大放异彩的福特Verve两厢小型概念车此次也来到广州车展,首度在亚洲亮相。

三部福特Verve小型概念车中的最后一款将于明年一

月份在底特律北美国际汽车展登场。届时,福特小型量产车的设计将得到更加清晰的展示。这与福特蒙迪欧-致胜上市前推出福特iosis概念车的方式异曲同工。

此次广州车展,长安福特马自达汽车共展出12款福特品牌车型,除两款分别于亚洲首发和全球首发的福特Verve小型概念车之外,还有即将于今年12月中旬重装上阵的最新福特S-MAX旗舰型,刚刚上市的福特品牌旗舰产品——福特蒙迪欧-致胜、同级车销售明星07款福特福克斯以及勇夺全国场地锦标赛冠军的福特福克斯两厢赛车。其中,福特S-MAX、福特蒙迪欧-致胜和福特Verve小型概念车一脉相承,充分体现了福特最新“动感设计”理念在不同车型上的演绎。

广丰紧凑型轿车 YARIS

在本次车展上,本土作战的广州丰田参展阵容将发生重大改变,除凯美瑞之外,明年5月投产上市的紧凑型轿车YARIS也亮相本届车展,而通过广汽TOYOTA渠道发售的两款SUV汉兰达和FJ Cruiser亦到场助阵。

全新的设计理念、全新的技术、全新的品牌,YARIS被定位于“丰田第一紧凑型轿车”。自其上市以来,凭借出色的安全性能、空间设计以及燃油经济性,在竞争最为激烈的欧洲市场上一直广受好评,它的引入和投产意味着广州丰田吹响了进军小型车市场领域的号角。据广州丰田内部人士透露,无论从品牌到产品,还是从品质到服务,YARIS都不同于国内现阶段生产的任何小型车,它是一款代表丰田最高水平的全球战略车型,是技术与感性的相互结合。另据广州丰



田汽车有限公司副总经理胡苏介绍,虽然目前YARIS的最终价格还没有确定,但广州丰田对YARIS的市场预期是像凯美瑞一样在细分市场获得冠军。

Mazda2三厢轿车 全球首发

全新Mazda2三厢轿车,拥有动感十足且雅致大气的外观设计,目标锁定为中国B级车细分市场上持续增长的新用户。全新Mazda2三厢轿车将在长安福特马自达南京整车工厂进行生产,通过长安马自达汽车销售公司的经销商网络,预计将于2008年上半年上市销售。



马自达(中国)企业管理有限公司总裁兼首席运营官山田宪昭表示:“为了更好地满足中国广大用户的多样化要求,决定将全新Mazda2三厢轿车率先在全世界首发中国市场。随着Mazda2五门掀背式车型首先进入中国B级车市场,随后领先全球导入

Mazda2三厢轿车,马自达即成功完成了在中国三大细分市场的主力产品布局,进一步扩充了马自达品牌的产品阵容。”

全新Mazda2五门掀背式车型是秉承进化的马自达“Zoom-Zoom”品牌理念的最新产品,也是今年夏

天刚刚在全球上市的首款车型,刚刚荣获了日本“2008 RJC年度车型”大奖,在全球各地都赢得了相当高的声誉和口碑。全新Mazda2五门掀背式车型已于10月底在长安福特马自达汽车的南京工厂正式投产,并将从2008年1月起上市销售。

全新VIOS威驰链接“简酷风潮”

11月18日,一汽丰田在广州时尚而前卫的信义会馆举办了题为“简酷风潮秀”的全新VIOS威驰发表活动,并宣布该车将于明年春天面向全国销售。

VIOS威驰网络募集的活动中来。“开始链接吧!”是活动的主题,而活动网站www.newvios.com.cn,以个人照片组合,链接追逐简酷时尚、敢于秀自己的年轻族群。活动最终选出一男一女两位胜出者,成为全新VIOS威驰“简酷风潮”的代表,与陈坤、袁泉共同出演全新VIOS威驰的电视广告。作为出演广告的酬劳,两位胜出者还将分别得到一台全新VIOS威驰。



陈坤和袁泉代言新威驰内驾乘空间和舒适性。普通版、运动版两种车型以及1.3升和1.6升两种排量可以满足消费者不同需求,其中1.6升全新威驰搭载了丰田双VVT-I发动机,动力、燃油经济性和低排放兼顾。

一汽丰田常务副总经理王法长介绍,全新威驰长、宽、高的优化有效增加了车

“CAMRY现象”中的C-NCAP效应



最近,汽车业界出现一阵C-NCAP热,C-NCAP安全性能测试也日渐为人们所熟悉。作为一个新生不久的事物,C-NCAP之所以能得到市场和消费者的广泛关注,与众多在市场上叱咤风云的车型有关,正是这些车型的被关注度,让C-NCAP的知名度更广泛,而其中,尤以CAMRY凯美瑞为甚。而消费者,对这个中国碰撞试验的权威,也有了越来越多的信任,对汽车的安全性,也变得越来越关心。

面对竞争,更有信心

为了了解市场对安全性的认识,我们走访了汽车市场,首先以到创造了“CAMRY现象”的广汽TOYOTA销售店,明显注意到他们加强了“CAMRY凯美瑞荣获C-NCAP安全性能测试五星评级”的宣传,在洽谈区内,时不时听到顾客与销售人员的关于安全性和C-NCAP的交谈。

据广汽TOYOTA销售店的销售人员介绍,CAMRY凯美瑞刚刚荣获了C-NCAP五星级的安全评定,在100%正面碰撞、40%正面偏置碰撞、侧面碰撞三项碰撞试验中,分别获得了14.53分、15.71分、5.51分的好成绩,另外,CAMRY凯美瑞的安全配置齐全,包括驾驶员侧、前排乘客侧安全带预紧装置以及侧面安全气囊、窗帘式安全气囊等,在加分项上获得了3分的加分,总分共计为48.8分,安全被评为五星级。

销售人员强调,在中高级轿车市场,CAMRY凯美瑞本来就具有相当大的优势,无论是外观、内饰、动力、操控等等,都相当出色,安全性也是一直是

“CAMRY现象”效应更广

作为一款月销量连续11个月高中高级轿车销量榜首的车型,CAMRY凯美瑞已经创造了“十一连冠”的传奇和奇迹,形成了一种“CAMRY现象”,而2007年,它顺理成章地成为了“CAMRY年”。作为市场的领跑者,CAMRY凯美瑞的一举一动都被市场所关注和瞩目,本次荣获C-NCAP五星评级,更是引起了强烈的反响,根据对市场走访的情况来看,市场上明显加强了安全性的宣传和推广力度,在很多品牌的店头宣传物和销售人员的解说上,也渗透了安全的内涵,大家都希望能在这安全这一点上吸引顾客的目光,得到顾客的认可。无疑,这再一次说明了CAMRY凯美瑞这款引领者车型的影响力。

这次五星安全的评定,促使消费者更加关注安全性了。以往消费者只能听从销售人员的解说,看车子的安全配置表,关心车子有多少个气囊,但现在知道了这些只是表面上的一些安全,而更深层次的内在于安全才是最关键的,C-NCAP的评定就是检验内在安全品质的标准。

当然,CAMRY凯美瑞能够以瞩目的市场销售业绩造就了“CAMRY现象”,得到如此多消费者的认可,并非只凭C-NCAP的这一个评价,而是凭借其卓越的综合性能。认识到这一点,我们就能相信,一个好的产品绝非昙花一现的风光,而是经过长期验证后仍能展现的辉煌;我们更能相信,“CAMRY现象”的效应和效应将进一步深入和持续。

面对选择,更加坚定

提及到C-NCAP,一个正在选车的顾客表示出浓厚的兴趣,他说,以前对C-NCAP了解不多,只知道好像国外有类似的碰撞测试,直到前阵子听一个朋友说CAMRY凯美瑞获得了C-NCAP五星评级,才记住了C-NCAP这个名字。以前只知道日本车实在,CAMRY凯美瑞的外观、内饰等等都令人非常欣赏,对它的安全性也有信心,以前一直没有亲眼目睹,也没有第三方的公正评价,所以信心其实也没有那么坚定。但得知CAMRY凯



拿到了五星级,他的信心更加坚定了。“买车嘛,就是买个放心。”他说,“除了在市面口碑以外,还经常要跑长途,到郊外或者到相邻的市里面谈生意,所以,我非常注重安全性和节油。CAMRY凯美瑞的节油性没问题,VVT-i发动机采用的是非常先进的技术,这点我非常有信心。至于安全性,得到五星评定之后,当然更值得信赖了。不过它还有?”

跟他一起过来的几个朋友也加入了话题。“CAMRY凯美瑞在各方面都稍胜一筹,动力、操控、舒适都是这样,现在嘛,安全性也这么好,还挑剔什么呢?”我第一印象喜欢CAMRY凯美瑞,外形符合中国人的审美观,两个词——大气、高级,而且还省油、科技含量高。”

“除了这些之外,08款CAMRY凯美瑞全系列车型更加增加了安全性,所有型号的驾驶室都加强了防撞杆的结构,强化了侧门防撞杆的抗冲击力;增加了发动机舱防撞;6款车型都配备了侧气囊和窗帘式气囊。”销售人员说,“另外,08款的CAMRY凯美瑞还增加了240V和200C Navi两个型号,顾客可以有更多的选择了。”



