

关键力量 从广州车展看2008中国车市

日系两强对垒中级车市场

本次广州车展上最大的亮点莫过于广汽本田终于揭开了第八代雅阁的神秘面纱。雅阁能否重夺销量冠军?凯美瑞能否守住销量冠军?这是人们在本次广州车展上谈论最多的话题。2007年对于广州本田来说困难重重,先是一月份被凯美瑞夺去了中级车销量冠军的宝座,后来又被迫降价,这对于雄霸两年中国车市、过惯了加价还要排队日子的雅阁来说简直就是噩梦。八代雅阁的上市无疑吹响了雅阁转守为攻的号角,广汽本田毫不掩饰重回霸主宝座的雄心。目前,从第八代雅阁的尺寸、外观等众多因素分析,这款车绝对具备重夺中高档轿车市场霸主的实力,剩下的悬念就是雅阁的市场定价了。广汽丰田



北京现代HDC展台前的洋模吸引了不少记者的镜头

副总经理胡苏接受记者采访时直言不讳地说:“在我们眼里只有第八代雅阁对我们的产品构成威胁,这在美国市场已经得到印证,我们会做好迎接挑战的准备。”业内人士认为,第八代雅阁很有可能再次推倒中级车车价的“多米诺骨牌”,明年的中级车市场将形成第八代雅阁和凯美瑞争雄,新蒙迪欧、迈腾等新锐车型混战的局面。

经济型轿车主打时尚科技牌

近年广州车展的另一大亮点就是众多时尚科技小型车集体亮相。马自达2两厢和三厢轿车、一汽丰田全新威驰、广州丰田雅力士(YARIS)等有国际竞争力的车型纷纷登场。长期以来,经济型轿车给人留下了低质低价的印象,从而导致其整体销量滑坡,据有关部门统计2007年前10个月经济型轿车销量整体下滑近30%。再加之过度的价格竞争,

2007年大多数经济型车生产企业的赢利能力都有所下降。综合看,无论是外部政策环境(明年陆续会有一些对经济型车不利的政策出台)还是企业内部的压力都要求,经济型车不能在再走低质低价的老路,一大批时尚的高技术含量的车明年将驶上街头。

自主品牌竞争力不断提高

今年的广州车展自主品牌仍然活跃,比亚迪、长城、奇瑞、名爵、一汽等企业都派出了强大的参展阵容。总部设在深圳的比亚迪汽车对广州车展重视程度颇高,将有6款产品列阵广州车展,其中比亚迪汽车打造的中级车F6即将上市公布价格。同时,比亚迪还将展出另一撒手锏——明年春天上市的小型车F1。此外,08款瑞风也在本次广州车展上亮相,吸引了不少关注力。搭载江淮自主研发2.8L增压柴油发动机的08款瑞风,相比同排量MPV,节油达10%以上,动力更加强劲,安全耐用性更高,更经济、绿色环保。而开创自主品牌另一发展思路的南汽名爵也将保持英伦风范的新车MG3 Streetwise放在广州车展首发,这是一款具有跨界风格的两厢车,设计理念倾向于运动性,配备了1.8L和1.4L两种排量的全铝发动机,以及205宽胎、16寸轮辋和副车架等B级车装备。据有关数据显示,今年1-10月,自主品牌轿车共销售103.33万辆,占轿车销售总量的27%,2008年定能“三分天下有其一”,成为中

国车市不可忽视的力量。

韩系车苦练内功卷土重来

近年来饱受德日系和自主品牌夹击之苦的韩系车,此番也携最新产品在广州车展高调亮相,其中,北京现代的HDC和东风悦达起亚的新赛拉图最受关注。HDC被看作伊兰特的换代车型,将于明年4月在国内正式上市。它源自韩国现代全球市场明星车型——New Elantra,此款车2006年在国际市场上市后,获得了包括J.D. Power 2007年IOS新车品质满意度前3名,美国高速公路管理局NHTSA碰撞测试五星评价以及Auto Pacific“最佳紧凑型”大奖等殊荣。HDC是HD China的缩写,是在目前国际在售的HD的基础上全新升级后的产品,拥有全新的底盘、传动系统和悬挂系统,全新调校的发动机比目前国内销售的伊兰特节油8%,外观也更趋年轻动感,空间更宽大。东风悦达起亚则把新赛拉图的上市仪式放到了广州车展上。在保留原有CVVT发动机动力优势的同时,新赛拉图的外观内饰得到了全面提升,车身加长,驾乘舒适性得到强化,其9.38万元-13.78万元的售价颇有竞争力。通过积极的战略调整,北京现代和东风悦达起亚逐步实现了运营成本的下降、终端服务能力与管理模式的升级。随着第二工厂投产以及新车型的中国市场定制化引进,韩系车已经积蓄了再度腾飞的巨大潜力。

快报记者 沈宁 常青 图/文

不仅是重量问题

MG7全铝赛车级发动机省油有道

提起“全铝发动机”,大家一定不会陌生,奥迪A8、标致307,甚至雨燕都一度将整车的亮点锁定在全铝缸体这一材质的应用上,一时间,全铝发动机几乎成为了“经济节能”的代名词。但是,消费者普遍都将全铝发动机的优势归结为“重量轻”这一点上,那么,全铝发动机真的只有这些本事吗?今年八月上市的名爵MG7系列为我们做出了新的解答。

全铝赛车级发动机优势明显

众所周知,全铝发动机与传统的铸铁发动机相比,最大的不同是重量。MG7采用了源自英国原MGR旗下著名动力供应商PTL的N系列赛车级全铝发动机,其重量比普通发动机轻30%。大家知道,在一部轿车的整车重量中,发动机所占的比例是非常重要的因素。而重量减轻的最直接效果便是油耗方面表现的增强。此外,发动机的重量也将直接影响车辆的行驶性能,目前,市场上一般轿车多采用前轮驱动,如果前舱重量过重,车辆拐弯时会引起过多转向等问题,并且制动距离也会加长,而在这个方面,MG7的全铝发动机由于更好地均衡了前后车身重量比,有效减少了人为损耗,同时也更好地增强了车辆操控性,可谓优势明显。

卓越需要用事实说话

有一些观点认为,铝的比重轻,单位体积的铝结构强度要小于铸铁,所以铝缸体通常



广州车展名爵展台前,手持中英两国国旗的模特成为一道特殊的风景。 常青 摄

体积更大。但是事实呢?以1.8L排量的MG7为例,由于装备了1.8升16气门双顶置凸轮轴多点电喷涡轮增压紧凑型赛车级全铝发动机,不仅体积紧凑,而且燃烧效率更充分,燃油经济性更高。其最大功率可达118千瓦,最大扭矩达到215牛/米,升功率在国内轿车各个车型中位居前列,升扭矩更是排名第一,比第二名高出20%以上,被公认为最优秀的发动机。

前不久,在广州举行的中国节油精英会上,驾驶MG7轿车参赛的用户刘建平先生以百公里平均油耗4.9L一举夺得1.8T组冠军,让众多对手汗颜。就是这样一款凝聚了高效、节能、先进、经济于一体的顶级发动机,让MG7走在了行业的最前列。

解读“CAMRY现象” 从11连冠看CAMRY凯美瑞的制胜之道

据销售数据显示,10月份CAMRY凯美瑞销量再次蝉联当月中高级轿车销量桂冠,广州丰田也再次成为凭借单一车型进入销量前列的汽车企业。不难发现,至今为止,CAMRY凯美瑞已经连续11个月问鼎销量宝座。11连冠的成绩仿佛表明,中高级轿车的CAMRY凯美瑞时代已经悄然来临。作为一款在全世界享有盛誉的王牌车型,CAMRY凯美瑞的国产化道路可谓一帆风顺。从广州丰田项目启动,到今天CAMRY凯美瑞的巨大成功,短短1年多的时间内,就已在市场上占据举足轻重的地位,不能不说是一个奇迹。CAMRY凯美瑞为何能决胜市场,取得巨大成功呢?在CAMRY凯美瑞取得销售11连冠之际,让我们深入解读“CAMRY现象”,汲取其中的成功经验,对CAMRY凯美瑞的荣誉之路来一次探索。



绝对主角,牢牢占据主流

凯美瑞的诞生,丰田汽车公司和广汽集团强强联手的结果。这个自一开始就肩负重大使命的企业,是中日双方在21世纪的核心战略项目,其起步车型就是世界的三强——CAMRY。在全世界已经是主流,在中国也理所当然地成为主流。从2006年6月上市一直到今天,CAMRY凯美瑞一直牢牢占据主流媒体和舆论的焦点,凭借出众的品质效应,CAMRY凯美瑞的营销手段更是让人称道,从广州直飞北京的波音777飞机空中秀,至今仍为人津津乐道,并成功入选2006年中国十大营销案例。正如广州丰田中方掌门人秦德荣先生所说“大市场、大制作、一流的产品就要一流的营销,这就是CAMRY凯美瑞的整个营销思路。”既然如此,高调姿态的背后是对市场的准确判断和对产品的坚定信心。不出所料,上市后的热销,让CAMRY凯美瑞这款风靡世界的王牌车型,在中国焕发出勃勃生机,再次让世界瞩目。除了出众的品质效应和出色的营销手段外,CAMRY凯美瑞成功的关键还在于其对卓越品质的执着。

品质为先,赢得消费者追捧

CAMRY凯美瑞之所以能够获得成功,除了CAMRY的传奇历史和良好口碑外,关键是其卓越性能和综合品质。比如在外形设计上更富有动感线条,勾勒出蓄势待发的动感气势和尊贵高雅的人家风范。插播多车主说,单从外形来看,CAMRY凯美瑞在中级车型中无疑是鹤立鸡群的。在内饰方面,豪华而不繁琐,比如充满立体感的仪表盘、T字型中控台、真皮座椅和桃木内饰,每一处细节都恰到好处,营造出一一种均衡细腻的品质感。另外,不惜投入了更多智能配置。比如智能钥匙、一键启动系统、带蓝牙装置的DVD多媒体语音导航系统等,让CAMRY凯美瑞的科技含量更高,特别值得一提的是一体化全自动安全气囊,它特别装备有空气清新器和空气净化发生器,时刻保持车内空气的清新自然。另外是智能随动及水平控制的氮气大灯,当车子转弯时,车灯可以按照车速和转弯的角度调整照射中心,提高弯道的可见范围;除此之外,当车子上坡或下坡时,车灯可以

根据车身倾斜的角度来调整照射中心,保持清晰的照射范围,提高可见度。由此可见,CAMRY凯美瑞极高的科技含量。

其次,出色的动力性能和燃油经济性。CAMRY凯美瑞采用的是丰田先进的VVT-2.4升和2.0升引擎,进一步优化了进排气系统,并减少了运动件的摩擦和增加了活塞的轻量化,实现了更高的燃油效率和更出色的功率和扭矩。

不断超越,08款乘胜出击

在CAMRY凯美瑞取得巨大的市场成绩的同时,广州丰田并未因此而满足,深入洞察到市场一线消费者对安全性能的不断要求,果断地推出08款CAMRY凯美瑞,这正体现出广州丰田快速反应的积极进取和超越自我的心态。2007年9月,08款CAMRY凯美瑞成功上市,通过优化GOA全球著名的GOA车身,在前车门加强了防撞杆的结构,强化了侧门防撞杆的缓冲冲击力;增加6 SRS安全气囊(含两个帘式安全气囊)等安全配置,以更完善的主动和被动安全技术,构筑起更坚固的安全防线。2007年10月,08款CAMRY凯美瑞以48.8分的杰出表现超越同级,获得国内权威的C-NCAP安全五星评定,再一次印证了其对于卓越品质的执着追求。

CAMRY凯美瑞之所以能够获得如此众多消费者的厚爱,营销的绝不仅仅是一项或几项的优势,而是其全面均衡的品质。难怪有消费者比喻说,CAMRY凯美瑞就像一位优雅的绅士,每一方面都做到恰到好处,又不至于锋芒过盛。无论在外形造型、内部设计、舒适性、操控性、科技含量、人性化、安全性各个方面,都堪称中高级轿车的典范。

三位一体,品质决胜市场

要创造出 一款符合大多数消费者口味的主流车型,势必在品质上有着更高的要求。在CAMRY凯美瑞如此热销的形势下,无论是在保持产品一致的高品质,还是在售后服务与维护上,无疑都是一个巨大的挑战。而广州丰田却能从容应对,而且取得空前的成功,这一切得归功于其三位一体品质体系。从广州丰田项目启动开始,通过引进世界顶尖的汽车技术和设备,构筑起先进工厂、新型营销网络和全球领先产品的三位一体品质体系。工厂是21世纪丰田全球模范工厂,率先导入先进e-CRB系统的智能型销售网络,产品则是在业界极具号召力的CAMRY凯美瑞。这三个方面,犹如三根坚固无比的柱子,共同支撑起CAMRY凯美瑞元出其右的卓越品质,为消费者提供全新的汽车品质感受。三位一体品质,作为广州丰田的核心竞争力,这是CAMRY凯美瑞连续夺冠的原因,也是广州丰田面向未来,决胜市场的坚实后盾。

