中国乘用车产销保持强劲增长

荣威750开创“第四极”

据最新统计,今年1—11月我国轿车销量达到创纪录的424.07万辆,同比增长24.32%,中国乘用车产销继续强劲增长。

透过强劲发展的市场表现,我们依然能够发现今年车市中两个堪称标志性的现象,一是中国自主品牌的集体强势崛起,一是以上汽荣威领衔的“英伦车”阵营形成并催生出的中国车市“四极格局”。上海汽车以荣威750一款产品,分享了上述的两份“荣耀”。

世界500强企业铸就的极限品质

2007年9–11月,荣威品牌发布周年之际,“贵雅亦激情”荣威驾控巅峰中国巡演席卷成都、北京、上海、广州等地。未经任何改装的原装荣威750,完成了跳越高台、汽车爆破等电影大片中才有的惊险镜头,普通车主们更是挑战汽车漂移、倒车180度甩尾出库等高难度动作,亲身感受爱车品质。

早在上市之前,荣威750就完成了总长达262万公里的严苛测试。在荣威750关键零部件供应商中,有包括博世、西门子、GE和蒂森克鲁伯在内的数十家世界500强企业,它们共同铸就荣威750趋于极限的品质。

差异化创新营销手段初见成效

来自第三方调研公司AC–尼尔森的数据显示,今年3月份,荣威品牌的认知度为34%,而半年之后这个数字上升了26个百分点达到了60%,成为所有汽车品牌知名度提升幅度最大的品牌之一。

业内人士称,荣威品牌知名度稳定快速提升,显示其差异化创新营销手段初见成效。在过去一年里,中国汽车市场史无前例地遭遇竞争升级,但荣威从品牌及产品发布之前的筹备酝酿到发布之后的导入期、加强期、深化期,层层推进,以差异化手段,迅速建立品牌知名度;以体验式营销,提升品牌美誉度;以品质营销,增强荣威品牌的可信赖度。

荣威750直接切入各大汽车巨头必争的中高级轿车市场,细分市场的消费者对品牌也最为关注。2007年全国轿车客户满意度测评结果显示,荣威750用户满意度指数(CACSI)为77.5,在中级车新车细分市场中排名第一,畅销新车满意度名列第二,质量满意度排名中高级轿车第四。荣威通过对发动机等核心技术的掌握,为2008年的发力奠定坚实基础。

福特车队崭新阵容蓄势待发

全新福特福克斯RS令人期待

福特汽车公司——福特汽车欧洲计划从2008年起,把世界汽车拉力锦标赛(WRC)列为公司的一级赛事,并投入更多的关注。近日该公司宣布了包括相关车型和车手的重要进展,此番努力旨在进一步巩固BP–福特车队所向披靡的竞争力。

将于2009年精彩亮相的全新高性能福特福克斯RS对福特汽车的意义非同一般,因为这一座驾已经为福特车队卫冕WRC冠军立下了汗马战功。设计图样预示了这款福克斯RS超凡的设计思路,足以令人翘首以待。

新福克斯RS的设计以富有动感的新福克斯ST为基础,由福特欧洲高性能车型部门的工程师们全力打造。该款车的概念车将于2008年中全球首发,量产车型计划在2009年推出。

福特车队还公布了WRC2008赛季的全新车手阵容。米克·赫沃宁(Mikko Hirvonen)和贾莫·莱蒂恩(Jarmo Lehtinen)本月刚赢得WRC本赛季最后一站英国站的冠军,现在两人即将出任原来由马库斯·格隆霍姆(Marcus Grönholm)和蒂莫·劳蒂埃宁(Timo Rautiainen)所扮演的角色。他们将带领福特车队出征WRC新赛季,继续为福特车队赢得新荣誉。

Acura MDX“醇醉樱红”上市

Acura MDX是一款在北美设计、开发和生产的豪华运动型SUV车型,是销量约占Acura(讴歌)品牌总量1/3的主力车型之一。Acura MDX近期推出了全新车身颜色“醇醉樱红”。

Acura MDX是第一辆3排7座SUV,其每一处细节都闪耀着时刻前瞻未来的领先理念,呈现着“以驾驶者为中心”的贴心考量。Acura MDX将SUV的运动与高级轿车的优雅完美平衡,体现了Acura对于性能、豪华、质量及风格的承诺。新款车身颜色“醇醉樱红”,勇敢地打破了以往SUV车以银、黑、灰为主的冷色基调,将动感激情充分释放。

作为一款真正的“驾驶者的SUV”,MDX凭借其运动豪华品质和超强的越野性能备受消费者青睐。截至11月份,2007年Acura MDX同比销量上升9.6%,达到52,700辆。在美国《消费者指南》杂志公布的2007年“年度最佳购买车型”的评选结果中,Acura MDX获得“豪华中型SUV”组别最佳购买车型称号。

奔驰R 500升级版中国上市

继R350升级版不久前引入中国市场之后,日前,梅赛德斯–奔驰再一次向中国市场推出大型豪华运动旅行车R 500升级版。

新款R 500采用了梅赛德斯–奔驰新一代V8发动机,大幅提高动力性能的同时确保了燃油经济性。而具有Mercedes–AMG设计风格的外观、加以顶级豪华配置和娱乐影音系统,都使R 500升级版成为该级别车型的佼佼者。升级后的R 500厂方指导价格调整为RMB 939,000元,保持了一贯的高性价比。

梅赛德斯–奔驰(中国)汽车销售有限公司新任市场及销售总经理郝博先生介绍:“梅赛德斯–奔驰R级车集合了豪华轿车、商务车和SUV等车型的优势,满足了消费者商务、休闲以及展现独特品位的个性化需求。据悉此次引入的R500升级版,除了新的车身风格、新款发动机与全球保持统一标准之外,特别根据中国市场的回馈保留了六座设计,以期最大化满足中国用户对于个性化、动力性和豪华性的更高需求。