

克莱斯勒铂锐全国巡展

首站抵达南京万帮克莱斯勒 4S 店

克莱斯勒汽车公司在今年制造的第二款重量级轿车——铂锐自去年 11 月 22 日出现在广州车展后便迅速吸引了大批记者和爱车朋友们的关注。现在在全国巡展已经开始，首站抵达位于幕府东路的南京万帮克莱斯勒 4S 店。

克莱斯勒铂锐的前身是曾获得美国权威汽车杂志《MotorTrend》年度车称号的 1995 年克莱斯勒卷云（Chrysler Cirrus）。卷云战胜众多不同级别、车型的对手，凭借超群的实力，获得这一美国汽车界平

面媒体的最高荣誉。克莱斯勒铂锐的血液里，流淌着跑车的元素。由克莱斯勒等公司组成的“世界发动机开发联盟”，融合德、美、日技术之众长，开发了著名的“世界引擎”，为这些血液提供了动力的“心脏”。克莱斯勒铂锐搭载了“世界引擎”的全铝 D-VVT 双可变气门正时系统发动机，实现了动力和燃油经济性完美结合。

克莱斯勒铂锐周身散发着克莱斯勒品牌富有风格、灵动、自信、精制的精神，强大的品牌支撑使这款车还未上市就受到各方面的高度关注，而另一方面，超强性能和领先的全面安全技术，也让克莱斯勒铂锐在同级车中具备独树一帜的安全性能。



打造“绿色品牌” 东风雪铁龙全系车型达国 4

新年伊始，北京在全国率先开始全面使用“国 4”车用燃油，这预示着被炒得火热的“国 4”排放标准也将在今后的未来全面实施。而以东风雪铁龙为代表的少数品牌，其全系车在“国 4”排放标准正式实行前就已全部达到了“国 4”标准。

目前北京市场供应的“国 4”标准燃油可使机动车的污染排放降低到百分之二十。同时按照“十一·五”计划的要求，即将出台的“国 4”排放标准对北京市机动车污染的控制，也将会起到重要的推动作用。然而北京要想实现奥运之年 256 个蓝天的目标，除了政府相关环保政策的保障，还需要各个汽车厂商和品牌的支持配合。到目前为止，只有东风雪铁龙等少数注

重科技环保的品牌能够全系车型达到“国 4”标准。事实上，之前东风雪铁龙旗下的凯旋、新萨拉·毕加索、爱丽舍和富康等“欧 3+OBD”车型就已满足“国 4”标准。

据了解，东风雪铁龙一贯在环保科技上处于业内的领先地位。早在 1999 年，富康就顺利获得了“中国第一辆绿色环保汽车”的称号。2002 年，东风雪铁龙系列产品获得了中国环境标志认证委员会颁发的“双绿色”称号，成为全国汽车行业第一个获得绿色标志的品牌和产品。而 2005 年推出的爱丽舍 CNG 双燃料车则是国内首款非改装双燃料轿车，以其优异的环境性能得到了广大消费者广泛的认可。

达喀尔赛事将成为历史

据悉，有“汽车奥运会”之称的达喀尔汽车拉力赛由于恐怖活动猖獗，现已危及到赛事人员的安全，不得不取消今年的比赛消息发布之后，在世界赛车圈内引起强烈的反响，也成为这项运动有史以来首次因人为因素停赛的重大事件。

30 年前，一个年轻的法国人萨宾创立了达喀尔汽车拉力赛这一赛事，他有一句名言，“对于参加的人来说，这是一项挑战，对于没参加的人来说，这是一个梦想。”在国内，今年除了郑州日产和三菱拉力队参加之外，还有红河车队，代表了中国整体实力亮相达喀尔赛场。在赛车圈内，中国车手把达喀尔看作是职业生涯的里程碑，或者是光荣与

梦想的圣地。据国外的赛事观察家们估计，在未来的三四年间，中国将会有 15-20 部赛车参加达喀尔比赛。是帕拉丁燃起了中国人的达喀尔情结，应该感谢郑州日产的勇敢尝试，现今活跃在汽车拉力赛赛场上的中国车手都不会忘记 2005 年由郑州日产举行的全国达喀尔选手选拔活动。在那次活动上，中国车手第一次与世界车手面对面进行交流和讨教。

达喀尔赛事在新年的期盼中浇灭了无数人的希望和梦想，浇灭了人们对于达喀尔赛事的情结，尤其在中国，人们希望更多的企业像郑州日产那样走向世界，展示中国的力量和他们的远见与抱负。
快豹

车市 CROSS 风越刮越劲

CROSS 市场越来越热闹。继长安铃木天语 SX4 两厢、大众 CrossPolo 之后，东风日产逍客也上市在即，越来越多的 CROSS 车型正在投向市场，已经逐渐形成时尚的 CROSS 汽车流行文化，新一轮跨界风潮正席卷车市。为何 CROSS 车型拥有如此的魅力，迅速地征服了中国的汽车消费者？

CROSS 创新满足多元化用车需求

人们对于汽车的依赖正在逐渐加深，日常上下班需要用车，周末出游需要用车，逛街购物同样需要用车，传

统意义的家轿已经无法满足他们全方位的用车需求。“CROSS 车型最大优点在于跨界兼容并蓄。CROSS 车型一般都融合了轿车、SUV 和 MPV 等多种车型的设计元素，集越野性、舒适性、良好操控性于一身，既兼顾了轿车平稳舒适的行车感受，又具备 SUV 的运动基因和机动能力，能够充分满足消费者‘一车多能’的功能需求。”在国内首推 CROSS 车型的长安铃木介绍：“像天语 SX4，车身造型既有轿车的柔美，也有 SUV 的精悍；既有 MPV 的大空间，也有轻量 SUV 的高底盘，高通过性。”

业内人士分析，从更宏观视野看，CROSS 跨界理念不仅仅是汽车领域的新突破，更是整个社会兴起的潮流。与大趋势的融合，则为 CROSS 汽车市场获得了消费需求的社会文化基础，从这点上看 CROSS 车型潜力无限。

CROSS 车型市场红火走势看好

进入 2008 年以来，CROSS 跨界车型细分市场在国内车市开始呈现强劲的增长势头。据长安铃木一家经销商介绍，天语 SX4 两厢上市以来，一直保持稳步的增长，而进入 2008 年以来销

量开始放大，该店日销量最高已超过 50 台，已经出现部分车型紧张的局面。同时，广州、上海、成都等主要城市的长安铃木经销商也反映天语 SX4 的热销走势。而近期上市的其他 CROSSPOLO 也有不错的市场表现。

市场人士表示，CROSS 车型进入中国不久，市场接受度迅速提升，以天语 SX4 两厢、CrossPolo 为代表的跨界车表现出的竞争优势已经得到市场的认可。随着 CROSS 新车不断到来，CROSS 细分市场在 2008 年有望得到更快速增长，市场表现值得期待。

信心来源于实力

第八代雅阁树立服务新标杆

自从在 2007 年 11 月广州国际车展上的中国首度亮相以来，第八代雅阁就成为广大消费者关注的热点。在上市仪式上，广州本田不仅公布了一个极具竞争力的价格体系，同时还公布了同级车中最高标准的保修政策，售后服务的零配件价格平均下调 7%，这种价格与服务并举的“组合拳”，给竞争激烈的中高级轿车市场再次带来强烈的震撼，充分显示出广州本田再创辉煌的雄心和底气。

八代雅阁： 信心来源于实力



广本敢于吃下这第一只螃蟹。试想车辆在保修期内发生故障，厂家将不得不面对无数车主的索赔。率先将保修期延长至三年十万公里，广本需要的不仅仅是勇气，更是对第八代雅阁产品品质百分之百的信心。

据了解，目前国内主流的中高级轿车实行的保修期限基本上都是“两年六万公里”，最高的也仅为“三年八万公里”，只有个别进口豪华轿车品牌达到了十万公里的保修里程。第八代雅阁率先宣布“三年十万公里”的保修政策，这在中高级轿车市场还是一个前所未有的创举。一个十分简单的道理是，保修期是厂家对其产品自信度的正向指标。保修期越长，意味着厂家承担的保修责任更重。如果不是对产品质量充满信心，很难想象

广州本田执行副总经理付守杰表示，作为“史上最优雅雅阁”，第八代雅阁在技术、安全、环境、动力、操控、配置、外观尺寸等方面都全面超越了已有的 B 级车概念，接近甚至达到了 C 级车的档次，是一款名副其实的“B++ 级”轿车。而“整车三年十万公里”的保修政策已经全面达到了 C 级车的服务标准，显示出广州本田对于产品品质的信心，加上零配件价格下调，实实在在地降低了车主的使用成本，真正体现了广州本田“以顾客为先”的理念。



业内人士： 雅阁服务与国际接轨

业内人士认为，价格竞争到最后只能是两败俱伤，而考验企业内功的销售服务环节是不少中高级车竞争对手的弱项。这套服务拳打出来，表面上毫发无伤，实则令对手经络重伤、内力受损，是比较深的一招。

“第八代雅阁在新年伊始就定下了‘三年十万公里’的保修政策，这无疑给消费者一种印象：今后的产品都应该有这个政策的。如此一来，雅阁不仅赚了名气，也挑起了中高级轿车的改革。”业内人士认为，这种改革，不仅

局限于在保修政策上与雅阁看齐甚至赶超，还包括在其他领域的追赶，因为其他品牌若要战胜雅阁，势必得想出更多、更实在的让利举措。

另据记者了解到，发达国家汽车保修期一般都在 10 万公里以上。此次广本在业内率先宣布“三年十万公里”的保修政策，其对中国车市的推定作用不言而喻——中国车市的的服务水平和标准将逐步向发达国家靠拢。可以预见的是，今后将有更多厂家跟进，从而让更多的中国消费者受益。

消费者： 雅阁服务是真正的实惠

“三年十万公里”的保修政策不仅震动了业界，也使第八代雅阁获得了非常理想的市场反馈。据记者从南京的三家广州本田 4S 店了解到，从上市起，目前三家店总共接到第八代雅阁的订单超过 500 辆。

“要是能将延长的服务期限折合成现金，差不多要 8000 多元。再加上零配件的价格全面下调，如果将这部分价值折算到新车购置中，那第八代雅阁的价格是多么有吸引力。”在南京的一家广本 4S 店订车的张先生认为：“广本的这一行为，不仅从品质上体现出第八代雅阁是一辆中高级轿车，更是在服务上体现作为中高级轿车该有的自信。”

“之前我比较过所有同类车型，目前第八代雅阁是最具吸引力的。”作为广本的老用户，赵女士细心比较了包括老款雅阁在内的同类车型的保修政策：都是两年六万公里保修。“雅阁延长保修的方法是最真诚的做法，亲眼看到第八代雅阁，感受了其增加的技术亮点，相信三年十万公里并不是什么噱头，而是厂家实力的体现吧。”

另据了解，雅阁轿车在中国市场的保有量突破了 70 万辆，国产化率超过 90%。而广州本田是国内第一个导入四位一体特约销售模式的汽车厂家，目前广州本田在中国内地拥有 350 家特约销售服务店，今年将建成 450 家以上，从而为广大车主提供了更加快捷、便利的消费及服务体验。
快报记者 沈宁