白领汽车消费调查报告出炉

白领购车重“面子”

“日前,微软MSN中文网在北京发布了中国首份“MSN白领汽车消费调查报告”结果。通过超过20多万白领网民的参与调查,此次调查全面揭示了中国白领用户的购车意向、购车选择和汽车的使用情况。下面就让我们来看看构成中坚力量的白领们对于汽车消费都有哪些诉求。”

整车外观成为购车首选因素

由于白领追求潮流、注重格调的消费观,白领网民购车首选因素是整车外观,关注度达到79.4%,且47.1%白领网民在车型选择方面以三厢轿车为主。相比而言,全体网民则把耗油量作为首选因素,关注度达77%,且全体网民的50.5%预购车型以两厢轿车为主。与此同时,白领网民比全体网民更注重汽车品牌形象和内饰美观度,关注程度分别比全体网民高10%和16.3%。可见汽车厂商要想在白领市场分得一杯羹必须在“面子”上多下功夫。

购车平均心理价位12.7万元

白领追求品位和格调的生活方式在很多时候被理解成“奢侈”的代名词。然而此次调查却显示,白领用户购车心理价位主要集中在8万–16万元区间,平均预购价格为12.7万元,仅比全体网民高约0.8万元。与之相比,白领用户对第二辆车的价格预计普遍较高,平均价格达到25万元。这表明白领网民首次购车时受价格因素影响较大,易选择性价比高的汽车,与全体网民购车心理趋同。由此,中高档汽车厂商应该对已购车白领人群给予更多关注,更有效地吸引二次购车人群。

欧系、日系品牌受青睐

在品牌选择上,白领网民预购偏好欧系及日系车,其中欧系车比例高达40.3%。与之形成对比,由于价格等因素影响,全体网民更倾向于国产车,预购比例高达45.3%。

油价上涨,想说不开车不容易

在购买汽车之后,白领网民表现出非常强烈的汽车依赖性。调研数据显示,在油价上涨等行车成本增加的情况下,白领网民多数不会减少用车频率,仅有21.6%的白领网民表示会相应减少用车频率,远远低于全体网民的42.6%。在表示不会减少用车频率的白领用户中,核心原因为对生活品质的追求和工作需要,宁可多付油费也不愿意减少用车频率。而前述关于白领将代步工具作为汽车主要用途的发现则说明了已购车白领用户对汽车的高依赖程度是由刚性需求所决定的。

男女有别,地域特点分明

MSN调查报告结果显示出性别和地域特点对白领购车的不同影响。从性别来讲,女性比男性更感性,对汽车广告的信赖感也更强。欧系车因其卓越的动能和操控乐趣而受到绝大多数男性白领(41.5%)的青睐,而绝大多数女性(32.0%)则更倾心于外观时尚、内饰丰富的日系车。绝大多数男性白领选择三厢轿车(49.9%),而绝大多数女性钟爱两厢轿车(46.4%)。从地域差别来说,一个有趣的发现是,北京(44.6%)和上海(42.9%)的白领更偏向于欧系车,而广东白领更偏向于日系车(34.7%)。三个地区中,北京白领的汽车依赖程度最低,上海最高;北京白领购买二手车的意愿最强,上海最弱。 沈宁

华晨首款两厢车

骏捷FRV正式下线

3月31日,华晨汽车首款两厢车——骏捷FRV在同时启动的全新的骏捷FRV工厂下线。

骏捷FRV外观由意大利著名设计师乔治亚罗亲自操刀,在整车生产和操控性上得到了保时捷、英国米拉实验室、莲花的大力支持,采用了世界顶级汽车研发技术、目前最为先进的人机工程软件Ramsis(这个先进的软件,目前了解到的只有保时捷在用)和总布置验证模型,全系车型排放达到欧4标准。在内部空间设计上,骏捷FRV与英国米拉汽车实验室合作,使其在有限的车长上做出了较大的空间,更加宽大舒适,符合中国人的体型和身高。在安全性能方面,骏捷FRV按照欧洲四星级碰撞安全标准设计,采用吸能式框架结构,在一切能保护安全的位置,都设置了防撞钢梁,这是骏捷FRV安全理念中的精髓设计。可以说,骏捷FRV是华晨汽车为国人悉心打造的又一精品车型,它的推出必将给国内两厢车市场带来强大的冲击。

骏捷FRV工厂生产线汇集了德国、意大利、韩国、日本等众多世界一流设备供应商的项目,整合了全球化的供应链、生产设备,并且以国际化的管理团队、研发体系、设计标准等将骏捷FRV打造成“精品车”。在骏捷FRV的开发过程中,华晨汽车充分借鉴了国际先进的开发模式,参考多台国内外畅销的同级别车作为竞品车型进行主观评价。

据华晨汽车集团控股有限公司董事长、总裁祁玉民介绍,骏捷FRV将于五六月间上市,今年的产销目标为3万辆。 常青 图/文

奇瑞首款ACTECO1.5L发动机下线

3月28日上午10时,奇瑞发动机二厂车间内,随着一台ACTECO1.5L发动机的缓缓下线,标志着我国首款单顶置凸轮轴四阀(SO–HC–16V)发动机的诞生。在主题为“同步天下 独步中国”的下线庆典仪式上,奇瑞汽车有限公司董事长尹同耀为ACTECO1.5L发动机揭幕。

ACTECO15L发动机的成功下线,填补了奇瑞ACTECO发动机15L排量的空白,其具备了以下四大特征:

特征一:
技术创新 同步天下

奇瑞ACTECO1.5L发动机是我国首款运用了单顶置凸轮轴四阀(SO–HC–16V)技术的发动机,摆脱了两阀发动机因高速运转时进排气不顺畅,费油的弊端。由原有的8气门进化到16气门,进气和排气的呼吸面积提升了15%以上,能吸进更多的空气来混合燃油燃烧,同步国际发动机制造技术。

特征二:
燃油经济 黄金排量

ACTECO1.5L高性能发动机通过改善加强筋位置和结构,在不降低缸体强度的基础上实现简单化、轻量化,保证了燃油经济性,并具备了充沛的动力。是国家政策支持的环保小排量发动机,享受小排量汽车的消费税优惠政策,可以说是目前市场上名副其实的“黄金排量”发动机。

特征三:
低速高扭 澎湃动力

ACTECO1.5L发动机改进了进、排气道、进气歧管、活塞等,大大降低了发动机内的“摩擦功”,提高了发动机低速高扭矩特性,使整体动力性能得到明显的改善和提升;最大净功率提升到80KW,最大扭矩140N·M/4500r/min,与市场上同排量发动机相比,马力与扭力输出都高出10%左右。

特征四:
绿色环保 节能降耗

ACTECO1.5L发动机为四缸16气门结构,能更快地排出废气,排放污染少,提高了发动机功率,并降低发动机噪音,其10.5:1的压缩比,更接近理想状态,达到了国Ⅳ排放标准。具备功率大,排放低、污染小的环保优势。

三款排量七种不同配置

雪佛兰新乐骋登陆中国市场

3月26日,上海通用汽车对外宣布全球同步车型雪佛兰新乐骋正式在中国市场上市。雪佛兰新乐骋首次亮相于2007年9月法兰克福车展,并将在欧洲、亚洲、美洲等近五十多个国家和地区同步上市。

雪佛兰新乐骋是今年上海通用汽车“绿动未来”绿色产品规划中的亮点车型,一直备受期待和关注。此次上海通用汽车一举推出了1.2、1.4、1.6升三款排量、七种不同配置的雪佛兰新乐骋车型,并有五种颜色可供选择,售价区间为6.99万元至9.79万元。其中,1.4、1.6升车型即日起在全国雪佛兰经销商店开始销售,1.2升车型将于二季度进入市场。

雪佛兰新乐骋融合了欧洲最新的设计潮流,生动诠释出雪佛兰家族的设计风格。其外观设计硬朗挺拔,传递出新一代优质两厢车的活力与时尚;内饰新颖精致,拥有同级车中最为丰富的人性化配置和灵活的超大空间。最值得一提的是雪佛兰新乐骋家族中全新加入的高科技1.2升S–TEC Ⅱ发动机,拥有同级别车中53.1千瓦/升的最高升功率和90km/h等速4.7升的最低油耗。

上海通用汽车总经理丁磊表示:“雪佛兰新乐骋是一款全球同步的高科技小排量产品,也是上海通用汽车‘绿动未来’产品规划中的重要车型,三款精品小排量充分体现出‘更好性能、更低能耗、更少排放’。它将以国际品牌的科技与品质进一步促进中国小车市场新消费理念和文化的形成,推动中国精品小车市场的发展与成熟。” 快豹

雪佛兰助力国家游泳队

在雪佛兰新乐骋全球抢先上市的新车派对上,年轻活力、充满自信的雪佛兰带领全场嘉宾为中国国家游泳队齐声助威——在“中国队,加油!中国队!加油”的呐喊声中,上海通用汽车宣布,“雪佛兰品牌正式成为中国国家游泳队合作伙伴”,拉开了上海通用汽车雪佛兰“助力中国国家游泳队征战北京2008”活动的序幕。

作为中国国家游泳队的合作伙伴,雪佛兰将提供旗下多款产品作为国家游泳队官方用车,保证队员们在备战奥运期间出行便利。而充满活力的雪佛兰车主们也将作为雪佛兰品牌的使者,成为游泳健儿不断挑战自我的强大后援力量。