

观致汽车许昌裕致广4S店 将于11月23日盛大开业



观致汽车许昌裕致广4S店展厅

□ 本报记者 朱占华 文/图

近日,记者从观致汽车许昌裕致广4S店获悉,11月23日,该店将盛大开业,客户到场即送精美礼品,订车送惊喜大礼。

观致汽车许昌裕致广4S店是一家高标准、高品位、设计新颖、功能齐全的4S店,拥有观致汽车旗下所有车型的经营权和国内外先进的汽车检测系统,高端的客户服务中心能让客户在最短的时间内享受高品质的服务。该店的开业将填补观致汽车在许昌市场的空白,为广大家庭搭建集整车销售、零配件服务、售后服务、信息反馈于一体的全方位汽车服务平台,掀开观致汽车在许昌地区发展的全新篇章,同时对推动我市汽车产业优化升级和经济发展起到积极作用。

据观致汽车许昌裕致广4S店总经理李辉介绍,作为中国汽车品牌高端化的先行者和领航者,观致汽车成立10多年来一直秉承原创设计、正向研发的造车理念,按照国际化的技术标准和成熟的开发流程打造产品,产品质量足

以媲美豪华品牌,赢得了同行的尊重和消费者的青睐,在国内外获得了诸多奖项。其中,观致3轿车在欧洲新车碰撞测试(Euro NCAP)中,代表中国汽车品牌首次获得了最高的五星安全评级。这个成绩截至目前仍然排在历史第二位,仅次于沃尔沃欧洲版V40。观致汽车主力销售车型观致5 SUV和观致3由同一研发团队打造,拥有超高安全车身、优于国家标准5倍的车内空气质量、同级最优的车内空间、极富驾驶乐趣的底盘、跑车型制动系统,为消费者带来极具性价比的高品质选择。

观致汽车过硬的质量水准源自强大的国际化专业工程技术和管理团队,其设计研发人员大多来自宝马、奔驰、通用、大众等世界著名汽车企业。据悉,观致汽车的每一款车型在投产之前,都要历经200多万公里的严苛测试,这使得观致汽车的整体品质、产品实力在业界有口皆碑,连续两年高居汽车之家新车质量报告中国品牌新车质量排名榜首位置。

★要购车 找报业★



许昌车市通 买车更轻松



报业车友俱乐部 购车养车全无忧



团购报名 买车更优惠

面对巨大压力

长城汽车实现逆市上扬

□ 本报记者 任萌 文/图

“金九银十”,对于许昌车商来说一直都是一年中的销售高峰期,但是今年的“金九银十”风光不再。刚刚发布的汽车产销数据显示,10月我国汽车销量同比下降11.7%。面对市场竞争压力,合资品牌大打价格战,自主品牌使出浑身解数也难挡整体市场份额下滑。但记者近日在采访中发现,有一个自主品牌成功顶住压力,实现了逆市上扬,这个品牌就是长城汽车。9月销量环比大涨35%,10月继续保持强劲的增长势头,对于急需提振士气的自主品牌来说,长城汽车的优秀表现无异于一剂兴奋剂。

昨日,在市区延安路北段的魏都汽贸城内,处于试营业阶段的欧拉汽车许昌通盛祥4S店内

人潮涌动,不少消费者为了一睹长城汽车首款新能源车型欧拉iQ的容颜纷纷到店试乘、试驾。

欧拉汽车许昌通盛祥4S店负责人张延兵告诉记者,通过近几年的建设,长城汽车形成了四大品牌多线发展、协同作战的模式:SUV领域王者哈弗品牌拥有H系列和F系列,长城皮卡专注皮卡市场,WEY品牌主攻豪华市场,欧拉品牌则主攻新能源汽车市场。

不管外界对于长城汽车的多品牌战略是叫好还是唱衰,不可否认的是,长城汽车通过这种战略布局,已经把5万-20万元市场区间密集覆盖。竞争对手无论是在哪一个价位区间,都会遭遇到长城汽车旗下车型的正面狙击,这个策略不可谓不妙。

“今年,长城汽车对于哈弗品

牌进行了大力度投入,哈弗F系新车F7即将在我们店正式亮相。”许昌晨飞哈弗旗舰店负责人艾智勇告诉记者,在自主品牌中,长城汽车一直是舍得为研发投入真金白银的车企,无论是今年年初推出的哈弗H6 COUPE,还是如今的F系新车,都受到了许昌消费者的青睐。

在10月底公布的2018中国汽车研发榜中,长城汽车荣登榜首。对于车企来讲,唯有重视研发才能在未来竞争中取得有利地位。对此,长城汽车有着清醒的认识并且认真付诸实施。

2018年只剩最后两个月,车市整体可能仍会保持低迷,但长城汽车正渐入佳境。几大品牌定位清晰,产品品质过硬,再加上不断提高的自我营销能力,长城汽车正信心十足地走向未来。



欧拉汽车许昌通盛祥4S店展出的欧拉iQ

新一代Jeep自由光实力“爆表”

现款自由光供不应求,喜欢SUV的消费者赶快行动

□ 本报记者 侯力强 文/图

记者昨日从Jeep许昌骏祥4S店了解到,11月13日,新一代Jeep自由光正式亮相。这款专业级全驱动都市SUV,以全面蝶变的实力重塑中型SUV市场标杆。

Jeep许昌骏祥4S店总经理韩磊告诉记者,新一代Jeep自由光拥有更霸气动感、颜值更高、符合中国消费者审美的外观,预计在12月上旬公布售价。目前,Jeep许昌骏祥4S店尚无新一代Jeep自由光现车。不过,新车型的亮相也加速了现款车的销售,目

前,现款自由光已经出现供不应求的局面。

新一代Jeep自由光搭载与大指挥官和牧马人同款的GME-T4 2.0T发动机。这款发动机首次将缸内中置燃油直喷技术、集成式水冷中冷器、双涡轮增压器等领先技术集成在一起,堪称2.0T发动机技术典范,与之搭配的是同级少有的9AT变速箱。换装这款发动机之后,新一代Jeep自由光百公里加速只需8秒。

新一代Jeep自由光搭载新一代轻量化Active Drive®智能四驱系统。在17种日常城市驾驶情况

下,该系统可在0.2秒内由两驱自动无缝切换为四驱,并实时动态分配扭矩,增强抓地力,默默守护全车人的安全。

新一代Jeep自由光还推出了Trailhawk®版车型。这款车采用全新一代高性能底盘,配合Active Drive Lock®高性能四驱和Rock岩石模式带来的低速扭矩放大功能以及机械式电控后差速锁,在50万元以内的中型SUV市场上无可匹敌。它还通过了Trail Rated®认证并达到了优秀评级,将继续捍卫Jeep77年来引以为傲的“四驱之王”荣誉。

许昌骏达雪佛兰4S店

推出低于7折购车优惠政策

□ 本报记者 朱占华 文/图

昨日,记者从许昌骏达雪佛兰4S店了解到,现在到该店订车可享受低于7折的年底巨惠购车优惠,想购车的消费者切莫错过这个好机会。

雪佛兰家族的科沃兹大气稳健,动力优异,空间宽敞。外观方面,科沃兹采用上下分层的双进气格栅搭配“金领结”车标,在极具辨识度的同时也尽显沉稳大气;贯穿车身的横向特征线,加上引擎盖上的U形线条增强了力量感;采用雪佛兰首创的双L形LED日间行车灯和同级车型中仅有的双L形LED双元素尾灯,在夜晚显得更加灵动。

内饰方面,科沃兹延续了雪

佛兰经典的飞翼式座舱设计,搭配以创新的3D剪裁设计的悬浮式中控台和双色拼接内饰,不但在视觉上让空间更显得宽大,也增强了豪华感。科沃兹的长、宽、高分别为4544mm、1779mm、1467mm,轴距为2600mm,空间宽敞、舒适,全车配备多达20处人性化灵活储物空间,加上大开口设计行李箱,最大可达430L的实用储物容积,足以满足车主日常通勤、阖家出游等多种场景需求。

科沃兹有两种动力系统供消费者选择。它搭载的1.5L自然吸气发动机动力技术成熟,分别匹配5速手动加强型智能启停变速箱和6速手自一体DSS智能启停变速箱,百公里综合工况油耗分

别为5.4L和5.8L。科沃兹2019款新增1.0T发动机,该发动机采用歧管内双喷射的技术,有效提升了燃油使用效率。科沃兹动力强劲、换挡平顺、响应迅速、燃油经济性显著,不论消费者选择哪款车型,都能让用车压力不少。

科沃兹在科技配置上达到了同级领先水平,7英寸液晶显示屏搭载百度Car Life、蓝牙、My Link智能车载互联系统,配备了定制6扬声器剧院级音响,全系标配PM2.5空气过滤系统、发动机启停技术、电动后视镜调节等功能,给车主带来舒适的驾驶体验。

也许你的生活尚不如意,前进的路上仍有风雨。即刻拥有科沃兹,让它为你遮挡风雨,陪你一起奋斗,助你早日实现梦想!



许昌骏达雪佛兰4S店展示的科沃兹

SUV不再是 自主品牌的救命稻草

□ 任萌

SUV细分市场曾经是中国车市的主要增长驱动力。公开资料显示,在2010年至2016年期间,SUV细分市场的同比增幅保持在40%以上,中国自主品牌汽车正是靠SUV夺回了流失的市场份额。然而近年来,随着合资品牌与豪华品牌的进入,SUV已经不再是自主品牌的救命稻草。

今年6月份,SUV销量首次出现了环比、同比双降的局面,紧随其后的7月、8月、9月,月度销量同比分别下降8.24%、4.68%、10.10%,前9个月的SUV市场销量同比增幅仅为3.92%。

市场整体下滑,即便是热销车型,销量表现也不好。乘联会统计数据显示,在9月销量排名前15名的SUV热销车型中,有12款车型销量同比下滑。比如夺得9月销量桂冠的哈弗H6,以3.47万辆的成绩遥遥领先第二名,但相较于去年同期的4.45万辆仍下滑22.1%,降幅明显。

哈弗H6的市场表现,正是自主品牌SUV的一个缩影。乘联会统计数据显示,9月份自主品牌SUV销量同比下滑19.7%,这直接导致了SUV整体销量下滑。

在笔者看来,自主品牌的市场份额下滑并非偶然。今年下半年,宝马、奥迪、奔驰、东风雪铁龙、凯迪拉克、雪佛兰等合资品牌陆续推出重磅SUV,其中不乏全新产品和换代产品。而早在2017年年底,大众汽车品牌就正式对外发布在华SUV战略,将在2020年前在华投放至少10款SUV车型。

10月初,奥迪Q家族最年轻产品全新Q2L正式上市,它与奥迪Q3形成双车战略,共同发力高端A级SUV市场。一汽-大众探岳也即将上市,将与途观一起称霸SUV中高端市场。

可以想见,随着合资品牌、豪华品牌陆续完善SUV产品布局,自主品牌抢先布局SUV细分市场所带来的市场红利即将消失,实力将成为比拼的关键。对于自主品牌而言,SUV市场份额的争夺战或许才刚刚开始,苦练内功、提升品牌价值或将成为自主品牌的最终出路。

