

中级营运车市场“新生”报到

新菱智M5更大、更美、更舒适,还能省能赚

□ 本报记者 朱占华 文/图

近日,记者从许昌裕华东风行4S店获悉,4月20日,东风风行售价为9.69万元7座和9.99万元9座的新菱智M5国VI车型取得了中级营运客车资质。从此之后,使用该车型从事客运业务的用户,可以正常办理车辆营运证,并根据营运法规的要求,额外加装车道偏离预警、卫星定位、灭火器等配置,就可以合法从事以营利为目的的道路运输经营活动了。

据许昌裕华东风行4S店总经理张虎介绍,近年来,客车“大改小”、客车“村村通”的发展趋势越来越快,中级营运客车在市场上也越来越吃香,逐渐有更多车型加入营运车的行列里来。但是,因为很多营运车存在外观比较平庸、空间小、座椅数量少、舒适性和安全性差、车上没有充电接口便利性配置等,导致载客效率不高。如果再加上较高的油耗,和车辆后期的保养、维修费用,收入难以支撑过高的用车成本,更别提赚钱了。新菱智M5在消费者最关心的空间、外观、舒适性配置、油耗、安全性等多个方面均有提升,为消费者解决了上述这些烦恼。而且,现在到店购风行菱智7座商务车,5.99万元起售,

至高综合优惠13000元,分期零元首付开回家,两年免息,置换购车享4000元补贴。

新菱智M5的外观非常时尚、大气,让人眼前一亮的外观,不用担心吸引不到乘客。新菱智M5的长、宽、高分别为5135mm、1720mm、1970mm,轴距长达3000mm,有7座和9座布局可选,座椅坐垫宽大厚实,乘坐舒适,结构灵活、多变。第二排座椅长达586mm的可滑动距离,还可以旋转、放倒,车主可以根据每次的载客量对座椅进行调整。而且,新菱智M5的车内空调是顶置式的,能让车上的每一名乘客都感受到合适的温度;推拉窗、第二排和第三排的USB充电接口等配置,让乘客享受到传统客车上没有的舒适和便捷。

低油耗、低用车成本是新菱智M5的一大优势,这也是从事营运业务的车主最关心的一点。新菱智M5搭载三菱4A9系列1.6L发动机,品质有保障;匹配德国格特拉克5MT变速箱,兼顾动力性和燃油经济性,换挡平顺、无顿挫感;百公里综合油耗仅为7.9L,油耗成本堪称低廉,远低于同级竞品车,能有效提升客运老板的载客效率。

接送客户,安全性必须得到保障。新菱智M5配备了双气囊、胎压监测、ABS防抱



许昌裕华东风行4S店展出的新菱智M5

死、ESP车身稳定控制系统、前后倒车雷达、车道偏离预警系统等一系列主动、被动安全配置,能极大地保障驾乘人员的安全。

新菱智M5在客运方面的优势十分突

出,无疑令更多用户在创富之路上如虎添翼。相信在新菱智M5的陪伴下,创富者们美好的未来就在不远处。

“爆款车”哈弗H6趋向国际化

□ 本报记者 侯力强 文/图

记者从许昌慧宇哈弗4S店了解到,“爆款车”哈弗H6不但在国内是“国民神车”,而且国际化的步伐逐步加快,提升了中国品牌的全球影响力。

许昌慧宇哈弗4S店市场部负责人张争说,哈弗H6从2011年开始就在全球60多个国家和地区布局,依托俄罗斯、澳大利亚、南非、南美、中东5大区域营销中心,建立超过500家优质经销商网络,畅销全球60多个国家。

哈弗H6创造的销量奇迹,已引起全球关注。哈弗H6曾连续5年进入全球年度SUV销量榜单TOP10,而且是唯一进入全球TOP5畅销SUV的国产车型,可谓中国品牌销量标杆。哈弗H6的成功不仅是一款产品的成功,还是中国制造业崛起的标志。

今年4月,哈弗H6销量为24018辆,再一次毫无悬念地拿下SUV月销量冠军。这是哈弗H6第83个月稳坐中国市场头把交椅。83个月相当于7年的时间,如果你7年前当了父母,那你的孩子今年就该上小学了,而这期间哈弗H6都未曾让出销量冠军宝座。从2011年上市至今,哈弗H6仅用8年时间,就实现了全球累计销量突破300万

辆的“小目标”。

在长城汽车工程师精神的造车理念下,哈弗H6成为“高科技、高性能、高质量”的“三高战略”车型,以领先生产技术实现了精工品质,代表了国内SUV制造工艺的最高水平。无论是焊接工艺、涂装工艺、还是精密装配,哈弗H6每一道工序都是精雕细琢。为了实现更好的品质,除了生产环节的品质控制,哈弗更从源头上深耕供应链配套体系,充分发挥国际顶级供应商的技术优势,打造出具有自身特色、富有竞争力的生产工艺和质量管理体系,让哈弗H6产品品质的一致性达到了行业中的高水准。

经过8年多的发展壮大,哈弗H6家族目前已形成包括全新哈弗H6铂金版、哈弗H6 GT版、哈弗H6 Coupe、哈弗H6运动版在内,产品覆盖7.99万-14.1万元价格区间丰富的产品矩阵。全新哈弗H6以智能、安全方面的越级实力称雄10万元级别SUV市场。

以哈弗H6家族主力车型全新哈弗H6铂金版来说,它不仅拥有哈弗H6一贯的高品质,在智能化也走在了最前端。它搭载的哈弗智能生活云Hi-Life系统,能通过线上线下智能化立体交互,为用户提供全场景、全生命周期的智能化服务。同时,该车还拥



许昌慧宇哈弗4S店展出的哈弗H6

有高清360环视系统、半自动泊车辅助系统、车道偏离预警系统、并线辅助、智能安防系

统等诸多智能安全配置,让每名用户都能安全、轻松驾乘。

“奶爸神车”大7座SUV雪佛兰开拓者

□ 本报记者 朱占华 文/图

“二孩政策”放开以后,就多了一种新车型——“奶爸神车”。对爸爸来说,买车时对车型的选择就必须兼顾家庭的多样化需求:既要考虑日常家用车的通勤使用率,又要考虑全家出行时乘坐的舒适性。家轿与MPV的“PK”结果,7座SUV成为“奶爸”的最爱。而雪佛兰开拓者空间大、动力强劲,既能满足带娃需求,外观也不失年轻个性。所以,就像为“奶爸”量身定制的大7座全境SUV雪佛兰开拓者一经上市,就变成了“奶爸神车”。

雪佛兰开拓者个性、年轻、运动、时尚的设计风格让人完全无法和常规的大7座车型关联起来,用雪佛兰设计师的话来说,它是灵魂中注入了科迈罗的美式性能车基因的多功能SUV。因此,我们从雪佛兰开拓者身上可以清晰地感受到,源自科迈罗的力量感和肌肉线条,成为雪佛兰开拓者完全不同于以往7座SUV的造型特征。辨识度极高的前脸造型,通过横向富有张力的线条和分体式LED前大灯,以及RS版本的熏黑蜂窝状中网设计,使其看上去极具力量感,修长、清晰有力的腰线让接近5m的车长丝毫没有带来视觉上松散臃肿的感受。

雪佛兰开拓者2863mm的轴距打造出充

足的乘坐空间。许昌骏达雪佛兰4S店总经理孙磊说:“作为一款7座SUV,雪佛兰开拓者的第三排座椅在设计的时候并不是作为一个5座版的补充,而是实实在在地为第三排乘客的舒适性考虑。比如它的第二排座椅可以前后调节250mm,以利于第三排乘坐时腿部空间调整;同时第三排坐垫高度调高到304mm,这样就避免了在第三排有坐‘小板凳’的感受。而且它的第三排横向空间也不错,有独立的空调出风口,还有水杯架和储物槽。雪佛兰开拓者可以照顾到车内每名驾乘者的乘坐感受。”值得一提的是,雪佛兰开拓者后后备箱有电动折叠座椅的开关,从222L的标准后备箱空间扩充到1970L的超大空间,只需要动动手指就能完成。

对于“奶爸”来说,不能因为满足家庭用车需求,而放弃驾驶乐趣。雪佛兰开拓者全系搭载了通用第8代Ecotec 2.0T发动机和9挡自动变速箱,动力强劲。而全框式高强度前副车架、三通道设计的麦弗逊前悬架、同级别中极少配置的五连杆式后悬架,让雪佛兰开拓者的操控性能得到了充分的保证。雪佛兰开拓者还拥有普通、运动、越野和四驱锁定4种驾驶模式可供选择。22项智能驾驶辅助系统和遍布全车的传感器,让驾驶雪佛兰开拓者变得更加轻松、愉悦。雪佛兰开拓者如豪华轿车般的静音性能,让孩子在



雪佛兰开拓者

车上也能安静入睡。

拒绝平庸、拒绝乏味的雪佛兰开拓者,车辆动力总成主要零部件8年或16万公里

超长质保,每年100G车联网终身免费流量,完美地给“奶爸”诠释了什么叫“实用与个性兼得”,是真正的“奶爸神车”。

GS4 COUPE 抢占轿跑SUV市场

广汽传祺GS4家族布局初具规模

□ 本报记者 任萌

昨日,记者从位于南环路的广汽传祺许昌瑞途旗舰店了解到,5月底,广汽传祺GS4 COUPE正式亮相许昌。新车定位为紧凑型轿跑SUV,共推两款车型,售价区间为13.68万至14.68万元。随着传祺GS4 COUPE的上市,传祺GS4家族产品序列已经呈现,实现了纯电版、轿跑版、紧凑型SUV的全面布局。

传祺GS4 COUPE是基于全新广汽全球

平台模块化架构GPMA打造的首款轿跑SUV,目标人群锁定26至35岁的年轻消费者。新车在内饰上延续了GS4的设计,在外观上与传祺GS4有明显区别。其前格栅采用了分层式设计,相比传祺GS4更具视觉冲击力。

另外,新车的长、宽、高分别4577mm、1873mm、1646mm,轴距长2680mm,动力搭载传祺1.5T GDI发动机,匹配7WDCT变速箱,配备换挡拨片,且搭载广汽最新的ADI-Go智驾互联生态系统。

传祺GS4作为传祺旗下的热销车型,上市即火爆,2018年实现销售新车23.5万辆。2019年,第二代GS4“焕新上市”。第二代GS4是GPMA平台模块化架构上的第一款SUV,上市首月销量突破1.1万辆;在疫情下的2020年第一季度仍然销出了26220辆,同比增长28.38%。

2019年11月,广汽集团实施了“e-TIME行动”计划。该计划核心目标之一是加强自主品牌创新。为此,传祺推出了广汽全新平台模块化架构GPMA、纯电动平台

GEP、ADiGo智驾互联生态系统、G-HEALTH健康座舱等一批核心技术,朝着高质量的方向发展。

随着传祺GS4、传祺GS4 PHEV及传祺GS4 COUPE的先后上市,传祺GS4家族出现了“三车齐发”的家族布局。

据了解,广汽传祺GS4 COUPE上市后将与自主品牌的紧凑型COUPE SUV进行竞争。目前,在紧凑型SUV市场中,陆续出现了多款COUPE车型,如哈弗F7x、吉利星越、领克05以及长安CS85 COUPE等。

想买MPV 看看别克GL6

□ 本报记者 侯力强 文/图

记者从许昌新纪元别克4S店了解到,随着疫情的全面好转,别克GL6受到越来越多消费者的青睐,销量不断攀升。如果你想买一款MPV,不妨到该店看看别克GL6。

别克GL6集轿车的大气审美、SUV的灵活性与功能性以及MPV的舒适性于一身,适合中国消费者“大家庭出游”的幸福生活方式。其实惠的价格、丰富的科技配置、6座的新鲜布局及不错的品牌美誉度深得消费者喜爱。

别克GL6前脸采用别克最新的家族脸谱,飞翼式镀铬进气格栅穿头灯,首次采用别克创新光幕技术的展翼型LED日间行车灯带来的分层式布光效果将别克标志性的展翼造型语言勾勒得淋漓尽致。别克GL6拥有多达43处储物空间,轻松容纳每名乘员的随身物品。其首创前排分层式多功能储物箱,可在双杯托、双层储物盒、大储物盒之间按需切换,容积高达4.2L。别克GL6的第二、第三排座椅可根据需要平整放倒,第三排座椅可实现5/5分割折叠放倒,后备厢空间最大可拓展至1521L,满足不同人员、不同情境下的出行需求。

动力方面,别克GL6搭载全新一代1.3T Ecotec双喷射涡轮增压发动机。这是一款通用汽车最新开发的全新一代的高效智能发动机,采用了同级首创的双喷射喷油和小惯量涡轮增压器等多项创新技术。别克GL6匹配6速DSS智能变速箱,最大功率可达120kW,最大扭矩为230N·m,百公里综合油耗仅6.6L。

别克GL6采用全新开发的前麦弗逊、后四连杆独立悬架设计,并经过严苛的精准调校;全新设计的带有减震衬套的全框式副车架在加强车身刚度的同时,进一步优化了整车的舒适性与安全性。此外,别克GL6还全系配备了特殊定制的米其林Primacy 3ST浩悦轮胎,在静音、节油、抓地性和制动性能上大幅提升。

别克GL6采用BFI一体化车身结构,按照C-NCAP五星安全标准设计;全系标配前排安全气囊、前排侧气囊和贯穿三排的一体式安全气帘,并标配拥有多达20项扩展功能的博世9.1ESP电子稳定控制系统及FCA前方碰撞预警、FDI前方车距提示、LDW车道偏离预警、SBZA侧盲区预警、APA自动泊车等5项领先配置。



许昌新纪元别克4S店展出的别克GL6

自主品牌向上加速 来到关键阶段

任萌

根据中国汽车工业协会的数据,自主品牌在5月迎来寒冬。国内主流自主品牌吉利汽车5月的销量是90309台,同比下降27%;长城5月销量是62559台,同比下降11%;而上汽5月的销量是56167台,同比下降6.1%。在销量下滑的背后,自主品牌的市场占有率为34.1%。这个数字是2015年中国汽车市场自主品牌的占有率。

在笔者看来,当前正是自主品牌向高端发展的关键阶段,且任重道远。车市复苏之后,合资品牌已开始全面发力,自主品牌要想站稳脚跟,需要加速“品牌向上”。

疫情期间,自主品牌已经表现出了极强的韧性和恢复能力。但纵观目前自主品牌的发展,企业之间并不均衡。从41家自主品牌上报的销量看,吉利、长安、长城等前10家车企的市场占有率达到28.7%,而另外31家自主品牌的市场占有率还不超过6%。这种格局让自主品牌分向两极,“头部”向上发展,“尾部”停滞不前。

由于疫情造成的影响,消费者捂紧了钱包,不得不出手时,还要货比三家。在笔者看来,这将成为今后车市很长时间内的一种常态,这对于自主品牌车辆的外形、功能、售后都提出了更为严峻的要求,“品牌向上”也成为自主品牌今后发展的必然诉求。

5月10日,中国品牌日,上汽荣威举办了品牌焕新盛典,正式推出了“双标”计划,上汽荣威的“双标”战略正式实施。在上汽荣威“双标”计划中,新狮标部署“年轻化战略”,继续深耕传统燃油车领域;全新R标作为荣威中高端新能源专属,将带来面向5G时代的智慧出行新选择,一泾一渭,思路清晰。

这在笔者看来,上汽荣威为其他自主品牌向上突破提供了一个很好的思路。不同于吉利的领克和长城的WEY,荣威的这一次尝试,是在上汽荣威品牌之下的双品牌,这是一条没有人走过的路。

品牌需要一个培育的过程,毕竟自主品牌与百年国际品牌相比起步较晚,需要不断地提高企业的技术创新能力、产品服务能力和持续进行品牌建设能力。全球汽车产业正在经历以新能源、互联网、大数据和人工智能为代表的新技术浪潮的冲击,产业变革对于自主品牌既是挑战,更是历史机遇。

