

# 掀起市民购车热潮 团车节完美谢幕

□ 本报记者 任萌

12月6日,由许昌报业传媒集团、团车网联合举办的许昌第十届惠民团车节暨新能源汽车展(以下简称团车节)在许昌职业技术学院体育馆完美谢幕。其间,30多个品牌的200余款车型参展,数千名消费者观展。

为期两天的团车节,累计订、购车辆266台,以超大的购车优惠、超全的汽车品牌、超实惠的订车好礼,备受消费者好评,销量不断创新高,掀起了许昌车市年末的购车新高潮。

## 品牌齐全,人气销量双丰收

本届团车节上,30多个汽车品牌齐聚现场,为车迷朋友们带来一场精彩的购车盛会。雪佛兰、别克、红旗、五菱、宝骏、东风本田、一汽马自达、长安欧尚、一汽大众、长安汽车、领克、北京现代、上汽荣威、捷途、凯翼、一汽马自达、广汽传祺、一汽奔腾、WEY、风行、东风日产、启辰、北京汽车、东风风

光等主流品牌无一缺席。此外,多个新能源车品牌也一展风采,为消费者送上年终抄底购车优惠。

在车展现场,红旗、领克、长安汽车等品牌纷纷在各自展区举行演艺活动,现场热闹非凡。在当前车市整体行情不佳的情况下,如潮的观展人群让各参展商感受到了暖意。

## 优惠给力,现场价格一降到底

由于本届展会恰逢岁末,正是广大市民购车的旺季,各经销商也是使出浑身解数。在本次车展上,我市各大汽车经销商从厂家争取了最大优惠,最高优惠幅度达6万元,平均优惠超过了5000元,特价车、零首付零利率金融政策、置换贴息、购车好礼等福利回馈现场购车车主。

一汽-大众“大众超级品牌月”活动、东风日产威佳集团年终回馈、领克品牌年终大礼回馈……众多品牌在车

展现场推出了大力度的促销优惠活动,很多消费者在现场纷纷下单,将车展现场购车热情推向了高潮。

## 刚需消费显现,新能源汽车受热捧

本届团车节上,价位为10万元到20万元的主流畅销车型展台前,聚集了大量有购车刚需的市民。从优惠、油耗、空间、配置等方面均考虑得很全面。参展商也推出各种新款车型和优惠政策,满足刚需消费群体的要求。

随着新能源汽车技术革新,电动、混合动力车型逐渐被市民关注,特别是续航里程的增加、充电桩的增多,消除了不少人的顾虑。在本届展会上,比亚迪新能源、广汽新能源、奇瑞新能源、哪吒新能源等品牌悉数亮相。随着我市限购政策的出台,更多消费者将购车目标转向了新能源汽车。

## 多方共赢,岁末车展赢得认可

为了方便广大市民购车,车展组委会也送上了多重福利。现场订车的消费者可参与购车抽奖活动,车载吸尘器、汽车空气净化器、行车记录仪……100%中奖!你看展,我送礼,好礼拿到手软。

完美谢幕的团车节,是主办方许昌报业传媒集团、团车网强强联合推出的第三场活动。从精准策划到数据服务,从线上报名到线下购车,从车商沟通到市民互动,团车节已不是简单地举办车展活动这么简单,更像是车市粉丝的大狂欢。

众多参展商表示,在新冠肺炎疫情的冲击下,团车节展现出了强大的活力,不断探索汽车产业新业态新模式,为许昌车市发展带来了全新的活力,为部分车商冲刺完成全年目标任务夯实了基础。

# 打造“5万元级全民SUV” 风光500亮相团车节

□ 本报记者 任萌 文/图



东风风光许昌风光4S店在岁末团车节上展出的风光500

12月6日,许昌第十届惠民团车节暨新能源汽车展(以下简称团车节)完美谢幕。在为期两天的车展上,东风风光许昌风光4S店携旗下多款明星SUV产品亮相,尽显亲民本色。

其中,刚刚上市的风光500作为一款“5万元级全民SUV”最受瞩目,凭借年轻化、大规格、长质保期三大特点,成为不少年轻消费者的购车选择。

东风风光许昌风光4S店销售经理吴圣涛告诉记者,2020年是决胜全面建成小康社会关键之年,为了让用户共享“全面建成小康社会”新红利,东风风光在11月底推出了“5万元级全民SUV”风光500。

风光500到店后,该店第一时间将新车开到了车展现场,让更多消费者在车展上认识、选择这款新车。

在紧凑型SUV的产品大军中,主流品牌最低入门价为6.6万元,让诸多年轻人望而却步。定位于紧凑型SUV的风光500,价格亲民,新车市场指导价仅为5.48万元-7.48万元。前1万名购车用户可享立减5000元现金小康购车礼,新车抢鲜价低至4.98万元,真正实现了打造“5万元级全民SUV”的目标。与此同时,新车用户还可享受首付5000元包牌开回家、至高

2000元换购补贴、发动机安心礼等多重购车福利。

风光500除了价格亲民之外,性价比还非常高。其大规格的车身尺寸彰显了紧凑型SUV的身份,长、宽、高分别为4385mm、1850mm、1645mm,轴距达2655mm,与常见的小型SUV相比,后备厢空间大了很多。风光500还搭载了新一代1.5L发动机,拥有85kW的大功率和147.5N·m的高扭矩,强大动力的表现可以让用户获得超越同级车型的驾驶感受。

令人惊喜的是,风光500延续了东风风光首创的7年(15万公里)超长质保服务。质保服务跟车不跟人,即便是以后作为二手车转让,风光500也能让用户享受比同级车型更超值的流通收益。

在决胜全面建成小康社会的关键之年,始终坚持“亲民车”品牌定位的东风风光推出了风光500,同步以多款亲民实用的SUV产品组合,通过普惠的思路为用户提供更好的产品。在充满变化与挑战的中国汽车市场,东风风光用前瞻性的市场洞察和不断创新的产品满足用户日益升级的用车需求,走出了东风风光品牌亲民的跃升之路。

# 全新一代星途TXL

## 中部战区上市品鉴会郑州站圆满落幕

□ 本报记者 朱占华 文/图

随着中国车企技术实力的不断增强,消费者对中国品牌汽车的认可度也不断提高,各大厂商纷纷开始发布高端子品牌——长城推出了WEY,吉利打造了领克,奇瑞也为我们带来了EXEED星途。12月6日,全新一代星途TXL中部战区上市品鉴会在郑州登封锦鹏生态酒店隆重举行,售价为13.99万元至17.59万元的全新一代星途TXL凭借安全、智能、空间、“颜值”、品质五大“超五星”高阶赋能,给消费者带来超越期待的高端出行体验。

全新一代星途TXL上市为消费者准备了“超五星”礼遇。12月31日前购全新一代星途TXL即可专享3年超长免息贷,至高16000元金融补贴,10000元置换补贴,首任车主终身享受免费基础保养、道路救援、基础流量,以及发动机、变速器核心零部件终身质保福利。同时,消费者订车即可参与抽取VIP体验名额并瓜分30万元旅行基金。在消除消费者后顾之忧的同时,让豪华品质触手可及。



全新一代星途TXL中部战区上市品鉴会郑州站活动现场

对消费者来说,安全是选车时不可或缺的一个重要因素。坚守EXEED星途C-NCAP同级车型历史最高评价的“超五星”安全基因,全新一代星途TXL以78%高强度钢笼式车身结构、36.5米超短制动距离、22项ADAS智能驾驶辅助功能等全方位装备,从源头上打消用户“安全焦虑”。

全新一代星途TXL采用星途“智能美学2.0”最新设计原理,外观大气、时尚;全新一代星途TXL的轴距长达2800mm,让第二排乘客随意享受“葛优躺”;全新一代星途TXL的中控屏集成了新升级的“Lion4.0雄狮智云系统”,可以实现人脸识别+声纹识别等多种功能。此外,新车还配备了触控式液晶空

调和拨片式电子换挡;AR增强实景导航,通过更加清晰直观的路线指引,让驾驶员面对再错综复杂的路口,也能一目了然。

活动现场,为了更加清晰地了解全新一代星途TXL,记者进行了试驾体验。全新一代星途TXL搭载曾荣获2019年度“中国芯十佳发动机”称号的1.6TGDI发动机,匹配7DCT湿式双离合变速箱,动力输出令人满意,换挡平顺;底盘悬挂的调校倾向于舒适,能很好地对颠簸感进行过滤,在快速通过较大的沟坎时,悬挂的处理也比较干脆。

承袭奇瑞集团23年深厚自主研发底蕴和“V”字形正向研发体系,EXEED星途打造出可持续进化和发展的世界级M3X火星架构,坚持自主研发和全球化视野,实现从“中国制造”向“中国质造”的转变。基于世界级M3X火星架构赋能,全新一代星途TXL将以全场景“超五星”硬核实力重新定义高端中级SUV新标准。

# 发力新科技, 长城汽车按下加速键

□ 本报记者 侯力强 文/图



长城欧拉许昌通盛祥4S店热销的欧拉白猫应用了多项新科技

近日,记者从长城欧拉许昌通盛祥4S店了解到,长城汽车近期动作频频,在新科技的应用上受到瞩目。长城汽车用完善的布局 and 前沿的技术发展汽车产业,既是社会责任的践行,又是历史发展的必然。

11月19日,全球首款横置9HDCT变速器下线,新一代动力总成发布;11月25日发布《2020年中国氢能产业发展蓝皮书》;12月2日,长城控股旗下蜂巢能源“电池日”上,“果冻电池”“云峰平台”等纷纷亮相,长城汽车整车产品也将陆续应用……这些动作意味着长城汽车在新能源领域再度按下加速键。

事实上,从燃油向新能源过渡,需要一个漫长过渡期。混动充分发挥了油与电的优势,是短期内可以真正令用户产生幸福感的出行方案。并且,近期由工信部指导发布的《节能与新能源汽车技术路线图2.0》中也把混动的重要性提到前所未有的高度,希望行业可以在混动领域持续发力,进一步提高混动车型市场占有率。

长城汽车始终坚持“以用户为核心”的指导思想,构建了多元化混动方案。不久前,长城汽车自主研发的GW4N20发动机+9HDCT变速器动力总成正式下线。9HDCT是全球首

款横置P2混动9速湿式双离合变速器,基于国标油耗数据较7DCT百公里油耗可降低70%,为用户带来了可观的节油效果。

在纯电出行领域,长城汽车依然坚持电动汽车“三大件”(电池、电驱、电控)全面自主掌控,以便对整车进行更好的调校和标定,提升整车市场竞争力。

在关键的动力电池部分,在刚刚结束的长城控股旗下蜂巢能源“电池日”上,安全性更高、能量密度更高的“果冻电池”正式亮相,而极具前瞻理念的“云峰平台”,则依托大数据、机器学习 and AI技术,对动力电池全生命周期数据进行实时监控分析,降低事故概率,确保出行安全,后续长城汽车新能源产品都将应用这些技术。

相比纯电,氢能是目前公认清洁能源。同样在近期,长城控股集团旗下未势能源联合高工锂电正式发布了《2020年中国氢能产业发展蓝皮书》,不仅分析了我国氢能产业的现状与趋势,而且展示了长城汽车在氢能领域的最新进展。

未来,长城汽车将不负消费者的重托,持续推陈出新,为用户提供更节能、更丰富、更幸福的移动出行方式,推动新能源产业快速发展。

# 雪佛兰新探界者,“颜值”进化、实力硬核

□ 本报记者 朱占华 文/图

雪佛兰新探界者以全新一代SUV家族设计语言、更具力量感的设计元素和更犀利的外观造型,诠释纯正美式SUV的硬朗强悍,加之全面升级的时尚科技内饰设计,展现出“力”与“美”的完美结合。在刚刚结束的许昌第十届惠



雪佛兰新探界者

民团车节许昌骏达雪佛兰4S店展区,购新探界者,首付低至9999元,包牌、包税、包保险,还可享受2000元下乡补贴,吸引了不少喜欢爆发力强的爱车一族。采用全新设计风格,外形更加硬朗霸气

外观方面,新探界者采用雪佛兰全新一代SUV家族设计语言,双层格栅的轮廓改为八边形,内部格栅经过熏黑处理,有效增添了运动气息。贯穿LED大灯组组的镀铬饰条起到了横向拉伸的视觉作用,车身侧面三条清晰分明的腰线,保留标志性隐藏式D柱设计的同时,打造出肌肉感十足的侧面轮廓。新探

界者车尾设计非常饱满,双边双出的排气尾管,彰显SUV的十足动力。

## 2T9动力组合,兼顾性能与油耗

为满足年轻消费者的多元化需求,新探界者提供两套动力总成。其中,RS系列车型搭载的第八代Ecotec 2.0T智能变缸涡轮增压发动机采用通用汽车全球首创的Tripower三段式智能变缸科技,可在四缸澎湃、四缸高效、两缸畅行三种工作模式间平顺切换,与9速HY-DRAMATIC手自一体变速箱组成的雪佛兰2T9动力组合,百公里综合油耗为6.9L,具备低扭强、换挡平顺、更经济等主要特性,广受消费者的一致认可。1.5T车型搭载顶置直喷涡轮增压发动机与6速DSS智能启停变速箱组成的黄金动力组合,动力性能同样强劲,百公里综合油耗低至6.8L。

## 全面升级“第二引擎”,互联科技更智能

安全方面,新探界者新增ACC自适应巡航系统,并为中配及以上车型配备LKA车道保持辅助、LCA车道变更辅助、LDW车道偏离预警等10项智能

安全科技,高配车型还配备了APA自动泊车辅助。新车还提供带E-Boost电子辅助制动系统的全功能电子稳定系统,大幅增强车辆行驶稳定性。

智联科技方面,新探界者搭载的全新一代MyLink+智能车载互联系统,支持Apple CarPlay、百度CarLife、蓝牙等多种连接方式。车机内配置了丰富的车载App,涵盖多项实用功能,并提供OTA远程在线升级、个人账户、微信组队等便捷功能。

## 强悍的操控与超高安全性的出行体验

新探界者的底盘扎实可靠。此外,新探界者采用Bosch最新第四代EPS电子助力转向,使转向更精准、更迅速。新探界者继承了雪佛兰一贯的安全口碑,坚固的车身符合北美IIHS最高安全碰撞标准,高强度钢与超高强度钢材应用比例高达82%。在驾驶室和副驾驶座等关键部位的超高强度钢,还采用了TRB变截面滚压专利技术,提升抗弯能力,为驾乘者带来超高安全性的出行体验。

# 汽车消费渐趋年轻化

侯力强

在刚刚过去的许昌第十届惠民团车节暨新能源汽车展上,众多消费者共品车市盛宴,刺激了我们的汽车消费。笔者发现,前来购车者大多数是年轻人,汽车消费更加年轻化。

很多汽车品牌对于这一趋势把握得很到位。对于年轻消费群体而言,汽车不仅是代步工具,还是在社会不同场景下给予他们支持和陪伴的重要角色。如何与消费者产生精神层面的互动、情感层面的归属,用消费者的语言传递品牌的价值认同,是所有汽车品牌关注的课题。

品牌年轻化与品牌的历史无关,而是与品牌的现在有关。就如可口可乐虽有上百年的历史,照样显得很年轻。品牌的年轻化,不是自说自话的自得其乐,而要站在年轻人的角度去

思考,不断了解年轻消费群体的审美观念、价值取向。

长安欧尚、吉利豪越、BEIJING-X7等众多汽车品牌,在很多场合不约而同地打出了“年轻牌”。“90后”“95后”跃升为汽车消费主力已成不争的事实,尽管无法为这些“新生代”定义,但“新生代”已经不可阻挡地开始定义新时代了。也许“新生代”无法准确描述他们心仪的座驾是什么样,但当真正契合他们需求的新车型出现在眼前时,他们一定会眼前一亮。就车身颜色来讲,现代的年轻人

已经看惯千篇一律的单一色调,偶尔被一抹令人惊艳的亮色所吸引,不自觉地开始摒弃“板板即是大美”的论调,偏爱用亮色点缀生活,增添几分趣味和愉悦。捷途X90龙晶紫色车型的上市,迎合了现代年轻人个性化需求。捷途X90此前已经有冰川白、极光蓝、可可棕等8种外观配色,龙晶紫色车型进一步满足了年轻消费者对车型个性化配色的需求和对丰富多彩生活的向往,同时彰显了奇瑞捷途年轻化的产品思维。豪华车品牌也在逐步年轻化。一

汽-大众奥迪以王一博为代言人,宝马选择易烊千玺作为代言,雷克萨斯选择王俊凯作为代言人,是之前从未有过的情形。促进品牌年轻化,是豪华车品牌在中国的关键一步。豪华车品牌试图借用代言人这一媒介拉近与目标消费人群的距离,建立起情感纽带。

年轻人是消费的主力人群,谁抓住了这一庞大群体,谁就能占据主流地位,汽车行业同样如此。笔者希望越来越多的车商能够认准这一趋势,从而在竞争激烈的市场中站稳脚跟。

