

V6上市 PASSAT品牌向高端化发展

新帕萨特高配车销售比重有望冲七成

据上海大众销售与市场执行经理贾鸣镝透露,从销量比重上来看,全新帕萨特的高配车型表现相对更好,现在全新帕萨特1.8TSI至尊版和2.0TSI车型的销量占总销量的比重已经超过了50%。

在V6上市之前,经销商反映,消费者对这款车的需求比以前领驭2.8升旗舰版车型多出很多。贾鸣镝说,“因此总体而言,PASSAT品牌今后会向更高端方向发展”。经销商更是普遍预测,V6上市后全新帕萨特高配车型的销售比重将有望达到6-7成。

随着全新帕萨特V6的上市,全新一代帕萨特全系车型已经全部与消费者见面。据悉,今年4月上市的全新帕萨特表现喜人,截至10月累计销量已达5.8万辆。“上海大众今年的销量会在110万辆以上。”贾鸣镝告诉记者,今年上海大众取得的亮眼销售业绩,全新帕萨特功不可没,“在全新帕萨特的助力下,PASSAT品牌今年累计销量在国内B级车市位列第一”。贾鸣镝说。

近日,上海大众全新帕萨特V6旗舰车型正式上市。此次推出的V6是全新帕萨特的顶级车型,V6旗舰版和V6旗舰尊享版,售价分别为31.08万元和32.28万元。



贾鸣镝认为,PASSAT品牌的成功很重要的一点是“坚持”。“不管从哪个方面,上海大众一直坚持自己产品的品质。”贾鸣镝告诉记者,虽然帕萨特车型一度被指技术“过剩”,但上海大众仍然坚持着不放松品质。“我们通过采购谈判不断降低成

本,但绝不放松质量、绝不减少配置。同时,不断加强网络渠道的建设,提升经销商服务水平。”贾鸣镝称,正是缘于这样的坚持,全新帕萨特推出后才如此受到消费者认可,持续热卖。

眼下,随着V6车型的推出,全新帕萨

特车系更完善,不同价位的车型间衔接也更紧密。一位上海大众4S店负责人告诉记者,V6上市使得全新帕萨特车系更丰富,也进一步提升了高配车销售比例。

“现在购买新帕萨特的客户,大部分选的是高配车型,其中不少人订购了V6。”上述经销商告诉记者,V6上市前就已经接到了不少订单,上市后更是预订火爆,相信这股热潮春节前都不会消退。

据悉,作为大众汽车集团旗下最重要的中高级汽车品牌,如今PASSAT全球累计销量已突破1500万辆。今年4月,全新帕萨特上市,初上市的1.8TSI、2.0TSI销售成绩斐然,9月再推全新帕萨特1.4TSI,又以卓越的性价比广受赞誉;而V6作为全新帕萨特的臻品巨作,是对品牌的又一次升级。

全新帕萨特V6外观尊贵大气、动力更强劲、内饰更丰富细致。贾鸣镝称,上海大众会将PASSAT品牌旗下车型做到极致,为消费者带来最物超所值的产品,而V6就是最好的代表。 商报记者 王万利

· 快递 ·

K2两厢将于明年初上市

今年的广州车展上,东风悦达起亚携新车K2两厢、2012款SOUL秀尔、2012款赛拉图、K2、K5、2012款智跑、福瑞迪等旗下主力车型登场。特别值得一提的是K2两厢的首发,吸引了大批时尚年轻消费者驻足。

数据显示,今年7月K2三厢上市后持续热卖,仅3个月时间已经位列经济型家轿市场前列。本次



发布的K2两厢,不仅沿袭了三厢版车型简约灵动的直线美、领先同级的强劲

动力和燃油经济性以及便利性配置等优势性能,更秉承了两厢车型与生俱来

的动感、个性魅力。

据悉,K2两厢版将于明年初上市,其上市后将进一步满足K2消费群体的差异化、个性化需求。

东风悦达起亚相关负责人向记者透露,得益于产品品质及品牌形象的提升,今年企业取得了“品质年”的全面告捷,目前正向着43万辆的年终目标做最后的冲刺。

商报记者 王万利

S80L商会中国行
在京正式启动

“探索中国商业潜力2012沃尔沃S80L商会中国行”系列活动于12月7日在北京正式启动。据悉,继北京站之后,2012沃尔沃S80L商会中国行将陆续走访粤商、沪商、浙商、鲁商等商帮,探索中国商业潜力,寻找新的经济增长点。

作为战略合作伙伴,沃尔沃的旗舰豪华商务轿车S80L加长版携手商会网全程助力此次活动。沃尔沃S80L加长版是一款专为满足中国商务精英驾驶需求而打造的旗舰商务豪华车型,搭载了沃尔沃最先进的创新动力与安全科技。沃尔沃S80L卓越的安全与舒适的驾乘感受获得了世界各国政商精英的认可,S80L加长版自在华上市以来,已多次成为高端活动的贵宾用车。

一汽丰田RAV4
冬季冰雪体验营开幕

日前,一汽丰田RAV4冬季冰雪体验营在北京南山滑雪场拉开帷幕,通过专业车手讲解和亲身试驾体验,参与者不仅掌握了冰雪路面安全驾驶技巧,也为RAV4在冬季复杂路况下所展现出的绝佳通过性、安全性以及舒适性所折服,更感受到了RAV4带来的完美驾驶乐趣。

本次活动中,参与者通过诸多难度系数较高的体验项目,充分感受到了RAV4在冬季恶劣环境下卓越的通过性能。面对冰雪路面、湿滑道路等不同的路况,RAV4带主动扭矩控制的四驱系统、悬挂系统、电子控制系统以及绝佳的灵活性能得到了淋漓尽致体现。通过亲身试乘试驾,参与者更是被RAV4表现出的优秀操控性与稳定性所折服。

月均增长104%
雅力士后劲十足

受到购车政策调整、日本地震等因素影响,今年的中国车市出现了阶段性波动,增幅明显放缓。而雅力士作为精品小车标杆车型,自5月开始,月平均销量增幅达到了104%,后劲十足,与国内乘用车销量走势形成明显对比。除去价格因素,定位清晰成为雅力士立足市场的关键因素,加之丰田品牌的口碑效应,使雅力士精品小车形象深入人心。

在同级别车型中,雅力士的安全配置非常亮眼,除了同级别车中罕见的6SRS安全气囊,雅力士更是配备了ABS+EBD+BA三合一制动系统来全面提升制动效能。同时,作为节油经济小车的标杆车型,在今年的雅力士节油挑战赛上,更是出现了3.75L/100km的超低油耗纪录,可见其节油实力。 商报记者 王万利/整理

沃尔沃明年全系车入华

伴随着沃尔沃V60个性运动版的亮相及明年初上市计划的公布,沃尔沃S、V、C、XC四大车系明年将全部投放中国市场。

自沃尔沃归属中国吉利以来,沃尔沃的进口车业务做得有声有色。在广州车展上,沃尔沃携包括全新沃尔沃V60在内的全系车型亮相,展现了“以人

为尊”的品牌理念。

广州车展上在中国首展的V60个性运动版车型,是沃尔沃“60”产品系列的有力补充。“‘60’系列在沃尔沃强大的产品阵营中代表最具驾驶乐趣的车型,XC60是第一步,S60是第二步,沃尔沃V60是第三步。”沃尔沃中国销售公司总裁兼首席执行官施瑞

翔称,沃尔沃成功地将V60个性运动版打造成一款极富动感的运动型汽车,是一款真正的运动型多功能豪华车。

据了解,目前在沃尔沃的产品系列中,最受市场追捧的是XC60和S60,尤其是S60的热销使沃尔沃将其年销量目标从1万辆调至2万辆。

统计数据显示,今年前10个月沃尔沃汽车中国销量增长50%。施瑞翔透露,沃尔沃在中国预计今年能销售5.3万辆车。

据悉,沃尔沃计划明年最先引进333辆V60个性运动版,随后会推出更多型号,力争在半年内实现销售5000辆的目标。 商报记者 蓝朝晖

腾翼C50提升长城汽车家轿竞争力

长城腾翼C50的上市是今年广州车展上的一大亮点,售价7.8万-9.18万元的腾翼C50是长城汽车推出的首款“T”家轿,也是国内首款自主研发的1.5T涡轮增压发动机车型。

腾翼C50长4650mm、宽1775mm、高1455mm,轴距达到了2700mm,打造出“全尺寸家轿”的概念。在基础功能上,自动恒温空调、GPS+DVD、定速

巡航等众多智能化装备,双安全气囊等安全装备贴心呵护驾乘安全,四轮独立悬架让腾翼C50具备了更好的操控性能。同时,腾翼C50推出5年/15万公里的超长保修政策,并提供4次免费保养,也使其成为行业中保修时间及里程最长车型之一。

市场人士分析,腾翼C50的推出使腾翼轿车品牌产品线进一步丰富和提



升,势必提升长城汽车在家轿市场的竞争力。

商报记者 王万利
本版图片均由企业提供