

· 信息 ·

## 雷克萨斯助力能源环境高峰论坛

在近日举办的第七届中国能源环境高峰论坛上,作为混合动力行业的引领者,雷克萨斯被授予“节能量标识”,借此表彰雷克萨斯长期以来为推动汽车、能源及环境和谐发展所做出的努力和贡献。自进入中国以来,雷克萨斯一直在混合动力技术领域深耕不辍,引领着全行业的进步与变革,推出CT 200h、ES 300h、GS 300h、NX 300h等7款混动车型,以80%的市场份额占据中国豪华混动市场的优势。

## 广汽三菱今年销量创新高

广汽三菱在今年广州车展宣布,截至目前,广汽三菱2014年销量累计近6万辆,相比去年同期实现大幅提升。作为“SUV世家”,广汽三菱专注于SUV市场,成立仅两年时间就导入新劲炫和新帕杰罗·劲畅,并获得市场一致好评。为进一步强化两款核心产品的竞争优势,广汽三菱先后推出新劲炫精英版、新帕杰罗·劲畅行政版、新劲炫珍珠白和宝石红潮流双色车型以完善产品矩阵。

## 东雪C3-XR将于12月21日上市

东风雪铁龙在今年广州车展宣布,前不久刚刚在中国首秀的东风雪铁龙首款SUV——C3-XR将于12月21日在中国正式上市。2014年是东风雪铁龙品牌中期规划“龙腾C计划”的攻坚之年,东风雪铁龙从品牌定位、客户承诺、产品技术三个方面加速提升,助力品牌跨越式发展。截至10月底,东风雪铁龙总销量达26.39万辆,同比增长18.5%。在品牌定位方面,今年东风雪铁龙以“科技创享年”为主题,通过一系列独具匠心的品牌活动,不断强化“舒适、时尚、科技”三大品牌核心优势,致力为用户创造更愉悦舒适的汽车生活。

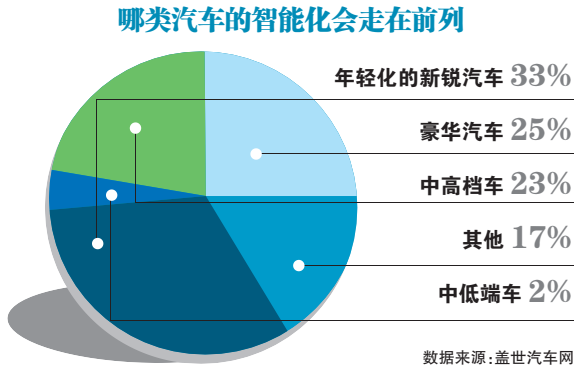
北京商报记者 钱瑜/整理

# “80后”、“90”后机动车驾驶比例提升 车商争相锁定年轻消费群

公安部交管局公布的最新数据显示,中国机动车驾驶人数量已突破3亿,位居世界第一。随着越来越多的“80后”、“90”后年轻人拥有驾照,汽车厂商更加关注年轻消费者需求。今年以来,新Polo、雷凌、新飞度、Mazda3 Axela昂克赛拉、福美来等众多新车都在为自己贴上年轻的标签,纷纷锁定年轻消费市场。

据了解,丰田汽车自今年3月21日开始,在包括中国在内的全球99个国家和地区启动了为年轻人倾力打造的“GET GOING 步步向前”全球品牌活动,意图引起年轻人的共鸣。根据奔驰的规划,未来将加速向中国市场导入年轻化、小排量车型,通过品牌影响力和导入符合豪华车市场发展走向的车型,快速拉升销量。

事实上,去年“80后”已经成为中国汽车消费的中流砥柱。来自J.D. Power的数据显示,近年来新购车者中“80后”、“90后”所占比例由2010年的38%上升至2013年的53%,首次超过了原来市场中的“70后”。这意味着汽车市场的“年轻化”不再是一个空泛的概念,既成事实。



业内人士认为,年轻的新生代逐渐成为汽车市场的主流消费群体,对于小型和紧凑型车而言更是如此。与“60后”、“70后”购车追求彰显身份地位、注重舒适享受不同,“80后”、“90后”购车时更注重彰显自我个性,追求简约实用。比如在车辆设计方面,他们更加偏好时尚、简约、精

致、紧凑风格,配置上则更加崇尚智能化、科技化。

在年轻化成为车市新标签之后,众多汽车品牌均看到了相关的市场机会。“年轻化意味着消费者的重构,而消费者重构使得品牌重构的机会大增。”一位合资企业的相关负责人称。与此同时,随着互联网、车联网等技术的发展,

以及互联网思维等意识的普及,“科技化”正成为吸引年轻消费人群的新亮点,集成科技感和娱乐化的智能汽车势必将会受到追捧。盖世汽车网调查显示,有33%的消费者认为定位年轻人的新锐车型将走在汽车智能化与车联网应用的前列,谁把握了“80后”这一车市消费主体的喜好,就等于掌握了市场消费主流。

业内人士表示,年轻化标签正逐渐成为车企未来的战略核心,汽车品牌无论在价值定位、产品设计还是营销层面,都要实现向新生代群体转身,不断将运动、时尚、青春等元素融入各自品牌,在年轻消费市场取得丰厚回报。

北京商报记者 蓝朝晖/文  
韩玮/制表

## SUV本色不改 新劲炫ASX向情怀致敬

近来,随着罗永浩及锤子手机走向舆论风口浪尖,“情怀”一词热度水涨船高。所谓情怀,是指在喧嚣的行业环境中,能告别同质化,回归产品本性,以“工匠精神”和对完美的偏执,打造出令人愉悦的专业产品。和手机市场相似,在时下大热的SUV市场,虽新品层出不穷,但跟风者多,真正的情怀之作却少之又少。在寥寥可数的“幸存者”中,“SUV世家”广汽三菱用专业的SUV技术悉心打造的新劲炫ASX,则是真正难得的向“情怀”致敬之作,成为鱼龙混杂的SUV市场中一抹亮色。

## 专业底盘领衔

SUV是“运动型多功能车(Sports Utility Vehicle)”的简称,兼具轿车舒适性和越野车的越野性能。判断一款SUV性能如何,越野性能是基础;而判断越野性能,动力和底盘则是必不可少的参数。动力强劲能给SUV带来更大功率和扭矩,保证在复杂路况也能顺利通过;底盘扎实稳健,离地间隙高,则能让驾驶者的视野更开阔,车辆通过性和稳定性相应也会更高。

然而,市面上不少SUV只是由升高底盘的轿车简单演化而来,徒有SUV的“形”,却没有SUV的“神”。与此不同的是,新劲炫ASX从诞生伊始就是为了满足消费者城市出行和越野休闲的双重需求,产品的各个细节,尤其是动力和底盘,都承载着广汽三菱的情怀和诚意。新劲炫ASX 2.0L采用了“赛车之王”三菱EVO的动力系统——4B11型MIVEC发动机,额定功率达123kW/6000rpm,最大扭矩为197Nm/4200rpm。而与欧蓝德EX劲界相同的专业运动底盘,更是使得新劲炫ASX实现顺畅操控,兼具SUV的“形”与“神”。

## 安全配置堪比高端车型

多方混战的SUV市场,崇尚花哨的SUV比比皆是。作为“SUV世家”广汽三菱的情怀之作——新劲炫ASX不仅具有鲨



鱼嘴前脸等时尚设计,更在一些看不到,但又对安全至关重要的地方花了大工夫。平心而论,在安全配置方面,新劲炫ASX甚至完全不输给很多高端轿车。

除ABS、EBD、ASC、HSA等常规配置外,新劲炫ASX更有多项源自三菱的“独门秘笈”,造就了超越同级的安全性。新劲炫ASX的RISE抗冲撞安全强化车身,能在受冲撞时将冲击力向各方向分散,并保持车身架构坚固,为驾乘者带来有力防护;针对车祸中下肢受伤比例仅次于头部的事实,新劲炫ASX在同级6个基本安全气囊基础上,独家配备了膝部气囊;而当

突遇发动机异常加速,油门不能回位时,新劲炫ASX的制动优先系统更能极大提高紧急情况下的安全系数。

此外,超宽域HID前照灯、倒车影像、ISO-FIX标准儿童座椅接口等安全配置,新劲炫ASX也一应俱全。2013年度C-NCAP碰撞测试中,新劲炫ASX凭借充足的安全配置荣膺五星安全评级。

## 用户体验至上

交通拥堵的城市、严重的空气污染以及两点一线的上下班生活,让越来越多的人感到疲惫,渴望远离钢筋水泥的丛林,

享受亲近自然的快乐。能够兼顾城市出行和越野的城市SUV由此应运而生。这也决定了一款真正的SUV,除了具备很好的越野性和安全性,更要有中高级轿车的舒适性,以非凡的用户体验为消费者创造愉悦生活。而新劲炫ASX就是这样一款车型,人性化贴心配置可谓无处不在。

要确保舒适性,宽敞的车内空间必不可少。新劲炫ASX具有同级最长的2670mm轴距,超长车身带来充裕的车内空间,确保了驾乘时的舒适性。6:4可拆分后排座椅完全放下后,更带来1167L的储物空间,为自驾出游时存放行李提供方便。

此外,新劲炫ASX还是同级别车型中惟一配备带镁合金手动换挡拨片CVT变速器的车型,用户轻轻松松就可享受手动换挡的带来的畅快操控感。而前排座椅加热功能,及真皮座椅、全自动空调等配置,让用户即使在冬季也能享受温暖、舒适的车内空间。尤为贴心的是,新劲炫ASX拥有954mm×860mm的全景玻璃天窗,给车内带来极佳的视野。

产品有价,情怀无价。苹果的成功告诉我们,惟有有用的产品才能真正赢得用户和市场的尊重。在“造最好的SUV,立志成为中国SUV第一品牌”的目标驱动下,广汽三菱以拳拳诚意打造新劲炫ASX,有望引领SUV市场实现真正的价值回归。