

· 快递 ·

改款Viaggio菲翔售价公布

广汽菲亚特日前重磅推出了2015年款Viaggio菲翔,售价10.88万-15.88万元,它以家族式外观设计、全新动力组合等五大升级,为中级车市打造全新价值标杆。同时,广汽菲亚特还在今年广州车展亮相了Viaggio菲翔Blacktop、Ottimo致悦Blacktop及概念展车Ottimo致悦Mefisto等体现菲亚特品牌意式设计理念和品牌特质的特别版车型。广汽菲亚特总经理柏恩翰表示:“‘三车齐发’体现了广汽菲亚特对中国市场的高度重视。我们将持续为中国消费者带来越来越多具有菲亚特设计理念和品牌特质的意式精品车型。”

2014润滑油品展在京举办

2014润滑油品展日前在中国国际展览中心举办。展会自2000年首次在上海举办以来,至今已经在上海、北京、广州三地成功举办了14届。据悉,润滑油品展15年来一直关注行业发展,积极推动技术创新和企业成长。今年展会规模再创新高,首次达到1.1万平方米。总共吸引了来自18个国家和地区近180家品牌企业参与展示。

展品范围涉及车用润滑油脂、汽车化学养护品、工业润滑油脂、加工工艺油液、添加剂、基础油、润滑系统与设备、相关检测仪器等。

玛莎拉蒂GranCabrio MC亚洲首发

继Alfieri概念车、全新Quattroporte总裁轿车杰尼亚限量版以及GranTurismo MC Stradale百年纪念版跑车之后,玛莎拉蒂再次于今年广州车展上亚洲首发GranCabrio MC百年纪念版敞篷跑车,以此庆祝品牌诞辰百年。玛莎拉蒂GranCabrio MC百年纪念版敞篷跑车凝聚了玛莎拉蒂在敞篷车领域的核心精髓,在外观配色、内饰细节等方面尽显限量版车型的个性和特色。

北京商报记者 蓝朝晖/整理

北京现代ix25上市即降价

小型SUV市场开打价格战

最近一段时间,全国范围内北京现代ix25出现了2万元左右的优惠。对于一款上市不久的20万元以内的SUV来说,2万元的优惠幅度不禁让人质疑车企的定价策略。

事实上,北京现代ix25上市不久即降价,与目前小型SUV市场已经打响的价格战有不小关系。据了解,目前昂科拉最高优惠1.6万元、雪佛兰创酷优惠1万元、东风日产逍客优惠2.1万元,甚至上个月才上市的广汽本田缤智的部分车型也给出了最高2万元的优惠。此时,北京现代ix25若死守虚高售价,势必会丢掉部分市场份额。

据了解,近年来小型SUV在市场上的热销,使得众多车企开始在该细分市场集中投放产品。目前,合资车企在投放小型SUV产品时,通常会选择价格下探的方式,抢占市场份额的同时,也在挤压自主品牌小型SUV的生存空间。



不过,与其他车型为提升竞争力无奈降价相比,ix25在定价策略上颇为另类。售价在12万-18万元之间,ix25的2.0L顶配车型售价已经接近20万元,而1.6L低配车型甚至连雾灯都没有装配。与其他合资品牌小型SUV相比,ix25定价明显虚高。市场人士分析,如此定价后市势必会有大幅的降价空间。

在车市走访时,一位北京现代经销商向北京商报记者坦言,“虽然ix25目

前在北京市场的优惠还不算很大,但按照韩系车一贯的‘上市即开始降价’的规律来看,随着现车逐渐充足,ix25后市价格应该会一路走低”。

此外,纵观近年来北京现代上市销售的车型,从最初的伊兰特、雅绅特,再到近几年的第八代索纳塔、ix35、名图以及全新胜达,无一不是先高价上市,此后便出现大幅降价。据了解,目前北京市场中,北京现代的在售车型除ix25外,均出现万元以上的优

惠,而第八代索纳塔的优惠则一直维持在3万元左右。

对此,有经销商透露,目前北京现代除名图和ix25在销售上还有利润外,其他车型全在低于进价亏本销售。“实际上,北京现代从第八代索纳塔开始用降价换销量,当时新车上市后,由于过高的定价,消费者并不买账,因此厂家只能通过大幅降价换取销量的增长,但是这种做法压榨的是经销商的利润空间。”一家北京现代4S店负责人说。

对此,业内人士表示,车企在为车型定价时,应考虑该车型在市场中的定位和目标消费群,单纯依靠虚高定价刻意提升自身产品定位,此后又大幅优惠的做法,只能凸显厂家对自身产品和市场认知严重不足,同时也将销售压力全部甩给了经销商,对于车企今后发展百害而无一利。

北京商报记者 刘洋/文并摄

突出年轻化 全新CROWN皇冠细节成就完美

全新CROWN皇冠在今年广州车展正式亮相,每一个细微之处都流淌着皇冠与生俱来的工匠精神。与上一代相比,全新CROWN皇冠从外观到内饰的最大革新之处就是整体风格年轻化,更为重要的是,设计师对细节的极致追求造就了全新CROWN皇冠的完美。

突出年轻元素

全新CROWN皇冠在广州车展亮相后,全新的设计获得了一致点赞,年轻、华丽、动感成为评论中出现频率最高的字眼。全新CROWN皇冠以“A Challenge Towards Innovation”——“挑战革新”作为整车研发理念。总工程师秋山晃表示:“这一理念具体到车辆设计方面,就需要在传承皇冠特有的豪华、舒适的同时,将动感、时尚的元素融入到设计中,从而满足社会精英的审美需求。”

一汽丰田总经理姜君指出,全新CROWN皇冠最大的革新之处就在于整体风格的年轻化,这种变化不仅仅局限于外观、内饰的设计。全新CROWN皇冠还将以2.5L自然吸气和2.0T直喷涡轮增压发动机两种动力组合,满足年轻社会精英日益多元化的用车需求。

“在中国,越来越多的豪华车用户集中在商务精英群体,他们将是全新第十四代皇冠的主要目标人群。针对他们的需求,全新CROWN皇冠在设计上采用了更加时尚、动感的设计风格,同时更强调华丽与动感元素的自然融合。”姜君表示,“全新皇冠的年轻化,是适应时代发展趋势的必然,也是丰田对中国市场深入研究后的选择。我们相信,这种变化将赋予全新皇冠极强的市场竞争力,使之在同级别



豪华轿车市场中占据一席之地”。

细节成就完美

进入全新CROWN皇冠车内,会发现其工匠精神在内饰上有着更为集中的展现——既有豪华车固有的尊贵感传承,又有与时俱进的科技感创新。包裹、重叠、表里等东方特有的审美元素在这里和谐统一。在细节之美的环绕中,令人印象最为深刻的就是华丽的木纹饰件和大量采用的皮质包裹。据介绍,为了带来最佳的舒适感,丰田的技术人员投入大量精力开发了“触感评价量化技术”,从物理特性和人实际触摸来评价导出各因子的最佳组合,以舒适触感的数值化方式对皮质材料进行挑选,最终为消费者带来超乎想象的舒适体验。

全新CROWN皇冠的门把手设计也同样考究,不仅选择在最能彰显侧部线条的部位放置,同时利用人体工程学理论,

引导驾乘者从上方握住车门把手,从而获得最佳操作体验。对于刚刚做完美甲的女士而言,门把手加大内部凹陷的处理也使她们不必再担心因开车门把指甲划伤。这些体贴入微的设计,充分体现了全新CROWN皇冠对细节的重视,以及对人性化理念的理解和坚持。

据全新CROWN皇冠的设计师介绍,为了让用户能够舒适地伸出手腕并握住扶手,设计团队几乎设想所有使用车门扶手的情景,包括乘车期间以及门关闭、上下车时等,最终确定了现在的扶手形状。此外,全新CROWN皇冠在前、后门的侧面都提供了能够放置A4大小文件的储物空间,为用户提供了便利。



未来表现值得期待

皇冠是中国公商务车市场的先行者,几十年积累下的市场口碑可谓桃李不言,下自成蹊。

第一代皇冠诞生于1955年,1964年丰田汽车向中国出口的第一款轿车就是皇冠。上世纪80年代后期,国内大量引进日本车,皇冠是进口的主力车型,市场口碑在当时便得以确立。2005年,第十二代皇冠在一汽丰田国产。在当时的公商务车市场,皇冠凭借着出色的舒适性和具有竞争力的售价,与如日中天的奥迪A6分庭抗礼。

2009年底,第十三代皇冠上市,外观设计更加高端大气上档次。2012年7月底,一汽丰田推出2012款新皇冠。为应对消费群体年轻化的趋势,新皇冠在外观设计上进行了更加简洁而富于英气的再创作,并在主销排量上给消费者更多的选择。

即将上市的全新CROWN皇冠,既有追求华丽中蕴含动感的造型设计,营造集智能与高贵于一体的内部氛围,同时又全力呈现人性关怀。不仅给中国消费者带来更丰富、更优质的产品选择,也必将成为中国豪华车市场的全新典范。