

众明星为怀化国际车展代言

“村长”李锐和你一起逛车展

“老爸老爸我们去哪里呀?有我在就天不怕地不怕;老爸老爸我们去哪里呀?你就是我的天大和地大……”

爸爸,我们周末去哪里呀?宝贝,我们跟随“村长”李锐去逛怀化国际车展去。11月20日开幕的怀化国际车展,恰处于周末,届时,在《爸爸去哪儿》中担任村长、湖南卫视著名节目主持人李锐将主持怀化国际车展的开幕式,并带领大家一起逛车展。

■记者 杨刚



11月20日,“村长”李锐带你一起逛车展。(资料图片)

豪车名模齐聚怀化车展

车展上除了靓车美女以外,还有哪些看头?当然是耀眼的明星。怀化国际车展毫不逊色任何大车展,有劳斯莱斯、法拉利等豪车,有数十名新丝路美女模特,有广场音乐节,有越野表演赛,有看车中大奖,有各种精彩纷呈的节目,还有主持界的明星李锐。

《爸爸去哪儿》这一节目去年开始火遍大江南北,特别是第二季中在怀化靖州的拍摄,让怀化的美景、民风成为新的旅游热点。怀化国际车展此次花重金邀请“村长”李锐主持开幕式,并带你逛车展。

汽车界资深人士表示,这种邀请明星代言车展的方式,只有在北上广等国际车展上才有见到,全国性的区域车展也是鲜有见到,地级市就更不用提了。可见这次怀化国际车展规格之高,力度之大。

“村长”李锐亲自助阵

车展组委会负责人告诉记者,这次之所以找李锐来助阵怀化国际车展,主要是把怀化国际车展打造成一流的车展,不光车展的硬件一流,软件也是一流的。

一流的展馆、一流的品牌、一流的豪车、一流的明星、一流的模特……,我们就是要把怀化国际车展办成一流的车展,让湘西南的汽车消费者感受

汽车文化的魅力。

李锐在观众眼中,始终是一个温暖的存在,他的荧屏形象也一直都是关心和包容。在节目《爸爸去哪儿》中担任村长,有爱的一言一行,更是赢得了全国观众的心,他非常符合怀化国际车展的形象。

还等什么,11月20日和爸爸、“村长”一起逛怀化国际车展去!

链接

李锐,湖南卫视著名节目主持人。1999年,李锐加入湖南卫视并主持湖南卫视《晚间新闻》。2003年,李锐主持纪实栏目剧《商界惊奇》。2007年,李锐担任《勇往直前》节目的外景主持。2013年,李锐则以村长的身份参加亲子户外真人秀节目《爸爸去哪儿》。2014年6月,《爸爸去哪儿》第二季登陆湖南卫视,节目中李锐再次担任村长。

新车

广汽传祺GS5速博上市

10月16日,广汽传祺GS5速博在上海东方体育中心撼动上市,推出包括1.8T G-DCT手自一体及1.8T i-4WD手自一体共8款车型,售价区间为16.38万元至23.18万元。

GS5速博定位于“引领新价值高端SUV”,面向注重生活品质、富于进取之心的精锐人士全新研发,硬朗霸气造型彰显力量之美,首创采用全新1.8T涡轮增压发动机、7速G-DCT手自一体变速箱,打造T-7speed动控黄金组合,搭载车道偏离预警系统、前碰撞预警系统、360度全景泊车影像系统等全方位智能安全科技。

GS5速博凭借卓越品质、极致操控、越级配置、顶级安全及亲民售价等优势,不断向消费者传递中国汽车品牌正能量,以国人智慧打造出世界级中国汽车品牌全新形象。 ■记者 陈龙

连iPhone 6都变大了!

从天籁·公爵看国内汽车“大”市场

自iPhone5S、5C开始,iPhone的屏幕变得越来越大。继iPhone4S的3.5英寸升级为5代的4英寸之后,“千呼万唤始出来”的iPhone6、iPhone6 Plus的屏幕更分别达到了4.7英寸和5.5英寸。对此,不少果粉们不淡定了:这难道不是三星的节奏吗?三星一直以屏幕大作为卖点与iPhone抢占市场份额,如今,iPhone的屏幕也变大了,显然是要与三星抗衡到底。

暂且不论苹果三星的胜负,但由iPhone屏幕变大可以看出,国内消费者对于“大”有着天然的热度,买手机喜欢大屏幕,买车喜爱大车。消费者爱大车,最直接的体现便是长轴距车型在国内热销。国内长轴车的盛行自奥迪开始,后来,宝马、奔驰紧跟其后,纷纷推出了自己的长轴车型。一直以来,长轴车都风靡豪华车市场,深受国内消费者的喜爱。

而源于国内消费者对“大车”的青睐,东风日产也率先在中高级市场推出了天籁·公爵这款长轴距车型,近期更是力推23.18万起步的天籁·公爵荣耀版。厂家推出一款新车型,自然是经过了大量的市场调研及长期的深思熟虑的。那么东风



日产推出长轴距车型天籁·公爵,在中高级车勇开先河究竟有何根据呢?这就要说到国内汽车消费者的“大车情结”了。

国内消费者喜欢大屏幕手机,无非是为了让眼睛看的更舒服,而同样地,他们购买长轴距“大车”,也是为了坐得更舒服。长轴车型因硬件原因,其在车内空间上的优势,绝对是普通轴距车型所无法企及的。如天籁·公爵便因其2900mm的同

级最长轴距,为其带来了750mm~970mm的后排腿部空间,这样的空间绝对是完胜同级对手的。

同时,消费者追求大空间,也与其购车用途可谓息息相关。国内大部分消费者购车是家用为主,而随着80后、90后成为社会主流,421型的家庭越来越多,上有老下有少,一个家庭一般有4个常住人口。车子大一点,家人便可以坐得舒

服一点了。

此外,“大车”还意味着“面子”。在国内,车子的大小和车主的权力、财富直接挂钩。在很多普通老百姓的心中,车子越大表示该车主的财富越多,权力越大,而奥迪早年作为高级官车的代表便可说明一二。长轴车型因为大而有面子,豪华车也很有面子,这两者的“面子属性”便是长轴车型率先在豪华车市场出现的原因之一。

如今,这股长轴风潮波及到中高级车市。东风日产推出长轴车型天籁·公爵,当然是为了照顾国内消费者的“大车情结”,而把天籁·公爵定位为中高级车型,则是考虑到消费者的价格承受能力的问题。

消费者如果购买天籁·公爵荣耀版仅需要23.18万元,而购买轴距、空间与天籁·公爵相当的豪华长轴距车型,一般需要35万元以上。因此,对于那些有购买大车需求,但经济能力尚不足以支撑其购买豪华车的消费者而言,天籁·公爵是一个不错的选择。

国内消费者的“大车情结”不是三两天的事情,这种现象还将持续一段较长的时间,所以,像天籁·公爵这样的长轴车型在国内仍然大有可为。

