小车大师完成“锐变”

天津一汽起步新征程

继2008年北京车展的“锐变”之后,本次上海车展天津一汽与一汽集团其他自主品牌携手亮相。一汽集团以“科技·自主·新发展”为主题,显示出“共和国之子”的风范。作为一汽集团经济型轿车生产基地,天津一汽紧随集团步调,以“新动力 新征程”为主题,携旗下夏利N3+、威志09款、TFC-H1、TFC-M2、TFC-M1、TFC-W、TFC-A1、威姿KK等八款车型强势亮相。其中夏利和威志均是各自细分市场的佼佼者,H1和M2计划于今年上市,TFC-A1、威姿KK等神秘车型则代表了天津一汽深厚的研发实力。

热销车稳居王座

作为主销车型,夏利N3+和威志09款为天津一汽小车大师地位的确立和巩固,立下了汗马功劳。在中国的A00和A0级轿车市场上,这两款车型稳居霸主宝座,其中夏利已经称王20余载,而威志的崛起才仅仅3年。

2009年伊始,夏利再次升级,全面配置了技术领先的3GA2发动机,更有效地满足了用户对动力性和使用经济性的要求。不断的换代升级为夏利这款中国最“老”的“小”车带来了无限的生机与活力,在燃油税、购置税等一系列利好消息的刺激下,销量更是稳中有进,为自主品牌踏上新征程提供了新动力。

威志的出现则是中国经济型轿车市场的又一个奇迹,自2006年上市后便一举超越竞争对手,牢牢坐定了该组别的第一把交椅。自威志09款全新登场后,20项实实在在的改进进一步增强了威志的竞争力。据悉,其新增版本车型也即将上市,威志家族将焕发更强的生命力。

小车大师,再踏新征程

2008年北京车展,以锐变之姿亮相的TFC-M2和TFC-H1,其择期上市的消息已成为车市热议的焦点。本次上海车展,M2和H1再度出击,从越来越清晰的定位来看,两款新车上市的好日子确实不远了。

另外,TFC-M1、TFC-W、TFC-A1、威姿KK等四款新车也同台亮相,以不同面貌和风格展示了小车大师的别样风采。对于天津一汽来说,销售体系和产品体系的健全升级,从渠道和车型两个角度培育新的增长点,将是2009年全力完成的重要任务。

最新披露的2009年1-3月份的销售数据,为天津一汽再踏新征程注入了动力。数据显示,3月份全国轿车销量超过5万台,同比增长6.5%。而天津一汽则以强劲势头取得突破,3月份销量突破2万台,同比增长24.8%,继续领跑自主品牌市场。其中,热销车型威志以近5000辆销量,取得同比增长17.2%的佳绩。夏利则以超过15000台的月销量,同比增长29.4%,继续展现“国民车”风范。

在车市变幻莫测之际,取得如此增长佳绩,得益于天津一汽营销策略的实施。据悉,在销售体系建设方面,城乡并举的网络营销模式正式启航,在全国2000多个县级城市全面进行网络覆盖,逐步建立起以4S(小3S)为主店、“1238”销售服务便利店为依托的单元体经销商为主的分销模式,从而抢夺更广阔的市场空间。

■记者 何尚武

09款威志

夏利N3

一汽丰田RAV4 湖南奔放登场

日前,被众多车友期待已久的一汽丰田RAV4在省会长沙正式上市。与城市SUV细分市场的其他同级别车型相比,一汽丰田RAV4拥有更强的商品力,同时兼备在城市道路和越野路段的优异行驶性能。

据了解,RAV4是“Recreational Active Vehicle with 4-wheel drive”的缩写,意为“四轮驱动的休闲运动车”,寓意着活力、动感、自由自在的全新汽车生活。RAV4的开发关键词为ACTIVE(活力)和FREEDOM(自由)。作为TOYOTA的全球战略车型,RAV4率先开启了城市SUV的先河,自1994年面世至今,历经三代发展,始终引领着世界城市SUV的风潮。

为了更广泛的满足客户需求,RAV4在原有的2.4L四轮驱动车型基础上,特别增加了2.0L两轮驱动车型,并拥有手动挡及自动挡车型。这样,RAV4共有两种排量、五个级别的十款车型可供消费者选择。除了丰富的车型,一汽丰田还为RAV4制定了极具竞争力的价格体系,覆盖从18.98万元至26.43万元的区间。凭借富有竞争力的价格体系、优异的商品性能及丰富的商品配备,RAV4上市第一年就确定了5万台的销售目标,有望创造城市SUV细分市场中的销售奇迹。

■记者 何尚武

新爱丽舍一季度销量近20000台 同比增长79%

3月一过,人们再次聚焦于车市月度销量排名。其中,东风雪铁龙新爱丽舍勇攀新高,3月份全系车型销量7351台,比上月增长16.6%,同比增长67%。新爱丽舍在汽车行业一季度实现销量增长7.5%的情况下,一季度累计销量近20000台,同比增长79%。从2008年逆市而上,超额10%完成销售目标以来,持续的骄人业绩再次表明了新爱丽舍进军“月销万辆俱乐部”的绝对信心。

借东风,占位二三级市场

购置税新政实施后,1.6L及以下排量车型由于可减免50%的购置税而备受推崇。新爱丽舍作为受惠车型之一,可以节省购置税3154元-4350元。另外,由于高效的节油环保优势,新爱丽舍同样成为燃油税政策后的受益车型。与此同时,随着经济水平增长、道路状况改善因素的刺激,二三级城市跃升为中国汽车市场的主力增长点。新爱丽舍敏锐洞悉了这一变化,借此东风,在二三级市场抢占先机。而即将举办的“中国汽车百强县市巡展”活动中,新爱丽舍将积极参展。对于汽车的实用功能、油耗和维修保养,二三线城市的消费者有更具体和实际要求,而新爱丽舍凭借经济节油、成熟品质和完善服务上的口碑优势,堪称首选。

公务车市场,“耕耘”影响力

赢得公务车批量订单是新爱丽舍在销量上有所建树的另一个重要原因。既能在外观上配合政府公廉亲和的形象,又在技术、安全和经济方面表现出色,新爱丽舍稳步在公检法、保险等行业树立了成熟、可靠的形象。随之而来的,是新爱丽舍在公务车领域和更广阔的私家车领域的口碑影响力。新爱丽舍1.6L16V小型高能发动机最大功率可以达到106匹马力,起步平稳,换挡灵活敏捷,提速强劲动力出色,完全能适应执行任务对速度的要求,在紧急的情况下及时抵达现场,提高各单位工作效率。而后轮随动转向技术、四轮独立悬挂系统配合国内领先的制动系统又可以保证行驶更稳定、制动更安全。这些已经受到公务车市场认可的成熟品质,又怎能不被普通老百姓所喜爱?

平台战略,“3+2”成效初显

3月份,新爱丽舍全系车型的销量与2月份相比,实现了16.6%的增长,这其中,爱丽舍平台的“3+2”战略功不可没。新爱丽舍三厢和两厢共同诞生于爱丽舍平台,分享了成熟的动力总成、耐用的底盘技术和成熟的零备件体系。兼顾动力和经济的1.6L 16V小型高能发动机、PSS后轮随动转向专利技术、四轮独立悬挂系统以及与奥迪A6等高端车型相同配置的BOSCH 8.1 ABS+EBD系统等,确保了新爱丽舍“3+2”成熟稳定的品质。

平台技术中,除了底盘技术和车身结构方面的共享外,还带来两方面的优势:一方面可以在保证安全、操控的前提下为消费者提供不同价格、不同功能的多样化选择,另一方面,还可以大大降低产品成本,最终让消费者购买、使用车辆更实惠。爱丽舍平台的“双子星”战略也不例外。

延续2009年1月的开门红,东风雪铁龙新爱丽舍的第一季度超额完成任务,进一步稳固了爱丽舍品牌的销量战略地位。专家分析,深耕二三级市场也是新爱丽舍成功的重要因素。未来,新爱丽舍将在二三级市场有更大作为。

■经济信息

购车审批最快4小时

招商银行 “车购易”激活车市

在全球汽车产业陷入滚滚寒流之时,3月份中国汽车销量逆势问鼎全球第一,众厂商纷纷将中国视为业绩增长的关键市场。为了更好地满足国内购车族的需求,招商银行日前推广信用卡“车购易”产品。业内人士表示,灵活、零利息是该产品的最大优势。

据了解,“车购易”是银行根据信用卡持卡人的资信状况提升其信用卡的分期额度,以满足持卡人在指定经销商分期购买指定品牌汽车的需求。持卡人只需承担一定手续费即可按月分期偿还购车款项,充分减轻还款压力的一种新型车贷模式。

招行信用卡中心有关负责人表示,日前国务院公布的《汽车振兴规划细则》中明确提出要促进汽车消费信贷模式的多元化。“车购易”的主要特点是用信用卡免息分期还款,办理流程简单快捷,招行信用卡用户提交完整的申请表格后,最快4小时就能完成购车审批流程。“越来越多的消费者倾向于选择信用卡分期还款的方式,特别是容易接受新鲜事物,了解各类贷款优劣的年轻一族。”

■记者 何尚武 通讯员 何高峰