

一年一度的成都车展一直吸引着人们的眼球。而本届成都车展对于很多厂商也意义重大,除了寄望能够借助“金九银十”冲销量,各大车企还希望立足成都的同时,有效地辐射整个西南市场。作为车展的重头戏,今年在成都车展上首发及上市的新车数量创下历届之最。对此,组委会相关人士直言:“这显示出成都车展较往届逐步升级,也说明西南市场的潜力正在吸引更多汽车厂商的重心倾斜。”

## 奔驰携 32 款车型盛装出席

8月31日,梅赛德斯—奔驰携旗下梅赛德斯—奔驰、AMG、smart 三大品牌,盛装出席第十五届成都国际汽车博览会。风靡全球的全新 B 级豪华运动旅行车在 30 日正式上市中国,融合大量的先进科技、动感时尚的全新设计与细分市场标杆的安全配置,再造年轻精英人士的理想完美座驾。奔驰 SUV 家族的最新成员全新 ML 300 4MATIC 亦借成都车展之机上市。搭载全新 BlueDIRECT 缸内直喷 V6 汽油发动机的 R 350 BlueEFFICIENCY 大型豪华旅行车,在保持价格不变的同时,提升了卓越高效的燃油经济性,同时在多功能内部空间和乘坐舒适性上依然毫无妥协,作为细分市场的开拓者 R 级车,将再次巩固其王者地位。共计 32 款车型在 1800 平方米的展台熠熠生辉。

“今年前 7 个月,梅赛德斯—奔驰在中国销售业绩稳步前进,其中全新 M 级越野车备受客户青睐,7 月单月销量同比增幅高达 94%;同时国产家族亦表现不俗,C.E、GLK Grand Edition 三款车型前 7 个月销量实现 40% 的同比增长。丰富而强大的产品阵容是梅赛德斯—奔驰实现可持续发展的核心竞争力,因此,除了成都车展上的全新



B 级、全新 ML 300 4MATIC 和 R 350 BlueEFFICIENCY 三款车型外,年内还将会有多款重量级新车陆续登陆中国,为奔驰在中国持续进步提供源源动力。”梅赛德斯—奔驰(中国)汽车销售有限公司总裁兼首席执行官麦克斯先生表示:“除此之外,我们将持续不断加大对于网络拓展、人员培训以及企业社会责任等各领域的全力投入,为奔驰在中国健康、稳定的长期发展打下坚实的基础。”

在北京车展上以崭新面貌惊艳世人的全新梅赛德斯—奔驰 B 级豪华旅行车在成都车展前夜正式登陆中国市场,无疑成为全场最引人瞩目的新星。光彩耀人的动感外观内饰,全面提升的驾驶乐趣和高效动力,以及傲视同级的安全水平,让集众多优异特质于一身的的全新 B 级车,再一次对豪华紧凑型车型的定义进行了重新诠释。

本届车展上,刚刚完美呈现“路尖上的中国”自然遗产的探访之旅全新 M 级越野车再添强悍力作,专为中国市场打造的全新 ML 300 4MATIC 正式上市,进一步丰富了“全领域座驾”的产品选择,并以杰出的性价比不断吸引更多消费者的加入全新 M 级越野车的大家庭。

# 看成都车展重量级车型来头都不小

## 广汽星旺 CL 开启精品微车新时代

据了解,作为广汽集团旗下自主品牌,广汽星旺微车在研发阶段就对中国微车市场进行了精准定位,率先提出“精品微车”理念。新款微车星旺 CL 于第十五届成都车展亮相上市,相关专家预测,星旺 CL 的精品理念将引领中国微车消费潮流,开启微车精品新时代。

据广汽吉奥相关负责人介绍,新款星旺 CL 在继承星旺经久耐用等优良传统基础上,加强了车身的力量感,整体造型简洁沉稳,设计更符合现在主流趋势的轿车风格,同时兼具中国人含蓄内敛的审美情趣。

除了对内、外饰感知档次要求高,星旺 CL 在承载空间与承载能力方面也精益求精。星旺 CL 拥有 2700mm 的超长轴距,整车长度达到 4150mm、宽度 1618mm、高度 1905mm、载货长度可

达 3200mm。而其最大有效载重空间达到 4300L。并且,星旺 CL 采用了加厚型高强度大梁以及 6H 高强度安全笼承载式车身,抗碰撞和抗扭能力要强,在提高承载能力基础上,也保证了整车的安全性能。在具备优异承载力的情况下,出色的通过性能也值得称赞,接近角 28 度,离去角 21 度,最小离地间隙 150mm。该车还采用了前麦弗逊式独立悬架,后板簧纵置式非独立悬架的经典组合,使星旺 CL 在提升承载负荷的同时兼具舒适性。

新款星旺 CL 对动力、安全的品质要求也百分百执着。星旺 CL 采用与德尔福公司联合研制开发的新型汽油机,与同类型车型相比,63KW 的最大功率,108Nm 最大扭矩都高人一等。同时星旺 CL 对周围环境的适应性强,据

悉整车已经过了 2 夏 1 冬的电喷标定,对高寒、高原及高温进行了严格的匹配及考核。

在节能设计上,星旺 CL 整车达到国家最新发布的三阶段油耗限值 6.8L/100Km,经济油耗低至 4.4L。该车还采用了国际知名公司德尔福 M722U 电子控制系统与国内知名的威孚力达三元催化器,在保证充沛动力同时,使汽油充分燃烧,降低油耗。

而在安全性能方面,星旺 CL 则采用了元丰第三代 ABS+EBD 产品,四通道四轮独立控制,系统 PWM 流量控制策略,综合指标达到国外主流产品水平。一位行业专家所指,2012 年的微车市场取胜关键在于品质,秉持着“精品微车”的先进理念,有理由相信,广汽星旺 CL 将全面打开中国微车市场精品新时代。

## 亲临奔驰 M 级自然遗产地探访之旅

经过多个日夜的驰骋,梅赛德斯—奔驰 M 级越野车自然遗产地探访之旅的前两站——“自然的灵感篇”与“时间的沉淀篇”均已圆满收官。9月1日,拥有纯正越野血统和运动基因的全新 M 级越野车于自古享有“天府之国”美誉的成都再度蓄足马力,继续踏上这段以“路尖上的中国”为主题的全国媒体试驾活动。“路尖上的中国”,即在道路之尖以车代步,在车轮的律动中踏遍万水千山,寻找历史的印记,发现内心的真我,领悟旅行的意义。

以“大爱的执着”为主题的第三阶段试驾活动来到蜀地,全新 M 级越野车将从有着 2300 多年建城史的成都再次揭开序幕。这里不但是本次试驾活动的出发点,更是古时西域丝绸之路的起点。杜甫的著名诗句“窗含西岭千秋雪,门泊东吴万里船”曾生动地描绘了当时成都商贾如云、车水马龙的繁荣景象。这一次, M 级越野车正沿着前人的步伐,以全新的方式去感受这座集美食与时尚于一身的休闲之都。随后,车队又赶赴雨城雅安——大熊猫保护基地,实地探访大熊猫的生存环境。早在 2007 年“自然之道奔驰之道”自然保护项目成立之初,奔驰就开始着手雅安大熊猫栖息地的保护工作。在奔驰的帮助下,雅安大熊猫保护基地建立了先进的监控站及数据库系统,



进一步提高野生大熊猫存活量统计的准确性。这场试驾之旅生动地诠释了奔驰以引领未来生活为使命,勇于担当社会责任领袖气魄,无论对自然遗产和野生动物的保护,还是对社会关爱以及驾驶文化的支持,奔驰都不遗余力。作为可靠的出行伙伴,全新 M 级越野车的每一次启动,都将与驾乘者一同创造出最难忘的回忆,让人们更加热爱自然、崇尚科技,这便是奔驰长久以来所秉承的“自然之道 奔驰之道”品牌理念。

当然,梅赛德斯—奔驰对社会的关爱不仅体现于此,更体现在对其产品品质的不懈追求中。全新 M 级越野车本身就是最好的范例,通过其全方

位的安全性,将这种关爱转化成对人的保护以及对环境的责任。全新 M 级越野车装载了包括注意力警示系统、智能照明系统、增强型夜视辅助系统在的一系列主被动安全配置,给驾乘者更好的安全保障。M 级极为坚固的乘客舱,加上前部和后部的碰撞缓冲区,为驾乘者保护系统构成了有效基础。与此同时,全新 M 级应用了全方位的 BlueEFFICIENCY 蓝色节能环保科技以及最先进的工程技术,为提升燃油经济性做出了卓越贡献。此外,同级别最佳的防风系数(0.32)也有助于全新 M 级降低油耗,充分印证了奔驰对环境保护的承诺。记者 王蒲安

## 五菱荣光升级版媒体品鉴会举行

8月31日,五菱荣光升级版品鉴会在青岛举行。自 2008 年 6 月上市至今,五菱荣光不断成长,成为国内增速最快车型,并在今年上半年实现市场保有量超过 100 万辆的佳绩。7月20日,五菱荣光升级版新品正式上市,新品中增加了搭载 1.5L 双 VVT 动力的升级产品,有效提升整车动力操控性和燃油经济性,将再度树立起中国微车行业的技术标杆。

被业内看作是“大微客”时代开创者的五菱荣光,截至今年 7 月底,五菱

荣光全系车型累计销售已达 116 万辆,成功晋升为五菱旗下的又一个“百万级车型平台”。五菱荣光升级版通过匹配 1.5L 双 VVT 发动机,借助 VGIS(可变长度进气歧管技术)和 ETC(电子节气门技术),实现了发动机低转速下的燃油经济性和高转速下的强劲动力输出,为长久以来被诟病技术含量低的微车行业,引入了变革性的动力总成。

今年下半年,上汽通用五菱青岛分公司的发动机工厂,即将开工建设

产能扩建的二期技术改造项目。这将成为继去年整车产能二期扩建项目竣工投产后,上汽通用五菱青岛分公司的又一次大动作。另外,在上半年,五菱荣光全系车型的诞生地——上汽通用五菱青岛分公司,凭借其发动机工厂在减少温室气体排放工作中的显著成绩(两年累计减排 28.3%),荣获美国环保局颁发的工业行业“能源之星”称号。自此,每一辆从这里生产的发动机都有资格贴上“能源之星”的标签。

## 迈腾四驱旅行车登陆中国

9月1日,在大众进口汽车成都国际车展新闻发布会上,迈腾四驱旅行车正式登陆中国市场。作为旅行车和 SUV 完美融合的跨界车型,迈腾四驱旅行车的 4MOTION 全时四驱系统、优雅的外形设计,充分满足了人们“全方位”的驾驶需求,开启了商用和个人驾驶愉悦感受兼得的全新体验。此次上市共有舒适版和豪华版两种配置可供消费者选择,价格分别为人民币 361800 元和 412100 元。

对于迈腾四驱旅行车而言,与传统旅行车同样的车身长度,确保了它宽敞的车内空间,在细节设计上,又显示出了设计师对于越野性能的追求。迈腾四驱旅行车采用了更加适合越野驾驶的新型保险杠;在车身侧面,则通过使用经典的加宽轮眉和侧门槛条两处功能性设计,以提供越野保护。此外,



与一般旅行车相比,迈腾四驱旅行车拥有更大的越野纵向通过角、接近角和离去角,以及更高的离地间隙,让它能够轻松地跑在崎岖路面上自由穿行。这些创新的设计元素,将传统的旅行轿车与 SUV 的风格完美融合。它们在外观上相得益彰,共同塑造出了迈腾四驱旅行车立体、硬朗的形象。

在动力方面,迈腾四驱旅行车搭载了 2.0 升涡轮增压直喷汽油发动机与 6 速双离合自动变速箱,在确保驾驶乐趣的同时,保证了出色的燃油经济性。迈腾四驱旅行车标配 4MOTION 全轮驱动系统,一般情况下,迈腾四驱旅行车的前桥是主驱动桥,后桥只得到 1/10 的驱动扭矩,实现节省油耗。根据具体的驾驶情况和道路情况,迈腾四驱旅行车可通过电控液压全轮驱动联轴器逐步啮合后桥,



## 讴歌 RDX 发布售价

8月31日,豪华品牌 Acura(讴歌)在第十五届成都国际汽车博览会上正式发布旗下全新五座豪华 SUV 车型 RDX,市场售价为 59.8 万元,将于 9 月 15 日全国统一上市销售。RDX 以“越我潜能 动意无限”为产品口号,追求超越自身潜能,为消费者带来随心所欲的无限喜悦。

RDX 是讴歌为新锐精英阶层量身打造的一款豪华 SUV,它集时尚动感的外观、出众的动力性能与燃油经济性、平稳舒适的驾驶体验、宽敞的内部空间和卓越的安全性能于一身,能在动静间自由切换和传输匹配动力,在随机应变的智能响应中为驾驶者带来随心所欲的驾驶享受。力求与充满活力、勇于冒险、认真务实、锐意进取的新锐精英们,在不断超越自我的潜能中,向人生的下一个成功进发。

RDX 定义为精·智 新锐豪华 SUV。晶臻前大灯、俊朗盾形进气格栅、锋利的腰线,搭配高亮华丽尾灯,经典鲨鱼鳍尾翼设计以及独具一格的大尺寸轮毂,外观设计凝练个性,大气与精致交相辉映,彰显浓郁的新锐气息。精·智的特性则渗透于车身设计的每一个细节。RDX 搭载 3.5L i-VTEC V6 发动机,搭配 6 速手自一体变速箱,可实现 204kW



的峰值动力,配合桨式换挡拨片、红色的智能启动按钮,指尖轻动,动力一触即发。RDX 采用先进的 VCM 可变气缸管理系统,6 缸、4 缸、3 缸随机应变,配合 E-DPS 实时智能四驱,前后轮可实现智能扭矩分配,让动力与操控皆可智能传递,随心掌控,并实现动力与燃油经济性的最高平衡。与此同时,RDX 以出众的悬挂系统和先进的行程自适应可变阻尼减震器,带来豪华 SUV 的出众运动性与舒适性;以高密度封装布局,将紧凑的外观尺寸与灵活多变的内部布局相结合,创造傲视同侪的车内空间享受;以主动安全+被动安全+信息安

全的多重安全保障,带来顶级的安全性能,凭借全“GOOD”的骄人成绩,赢得美国权威碰撞测试机构——美国高速公路安全保险协会(IIHS)“最安全车型”的荣耀,树立中型豪华 SUV 的新典范。

作为 Acura 旗下的主力 SUV 车型,全新 RDX 自今年 4 月份在北美上市以来,快速进入细分市场前三甲,销量一路刷新纪录,成为细分市场的引领者。借势成都车展, Acura 正式引入这款高品质、高人气的畅销 SUV,期待为中国的新锐精英消费者带来更为精致与智能的驾驶体验。

记者 王蒲安 韩峰

# CR-V 70 万 不一样的王者之路



CR-V 第 70 万辆交车仪式。

## “CR-V 速度” 70 万稳固王者地位

今年 1-7 月份,CR-V 累计销量 105596 辆,同比增长 46.9%,势头十分强劲。业内人士分析,微增长下逆市上扬,CR-V 惊人的成绩背后是多年的积累。作为城市 SUV 的开拓者,CR-V 以领袖的胸襟和气质以及领先的产品实力,引领中国城市 SUV 市场实现从大众到主流的重大转变。凭借超群的产品力,CR-V 在极短的时间内,完成了开拓市场、成就市场、引领市场的辉煌,如今,全新 CR-V 又再度引领城市 SUV 发展潮流。

至今,CR-V 已经在市场上形成一个口碑品牌,70 万车主的信赖已经成为 CR-V 最为雄厚的资产。随着市场的发展和技术的革新,CR-V 一次又一次突破自己,在消费者心中已然成了 SUV 的代名词。东风 Honda 还开展体验式营销,通过零距离与车主亲密接触,稳固口碑。在 70 万辆交车仪式上,东风 Honda 为 7 位达人免费置换全新 CR-V,同时宣布新 CR-V 达人评选活动正式启动。

CR-V 的稳定表现也是东风 Honda 多年来在品质控制体系和售后服务体系方面努力的成果。在权威调研机

构 J.D.Power 发布的新车质量调研(IQS)报告中,CR-V 已经连续在 2008 年、2009 年、2011 年三年排名第一;在 J.D.Power 发布的售后服务满意度指数调研(CSI)报告调查中,东风 Honda 在 2010 年取得行业第三名后,2011 年、2012 年连续获得行业第二名,稳居行业领先水平。

## 远离价格战 CR-V 保值赢口碑

在激烈的竞争中,不少车型使用颇具冲击力的降价策略赢得销量,尤其是在车型扎堆的中高端市场,价格更是经常被用作撬动市场的杠杆。不过作为 SUV 王者,CR-V 一路走来,不仅销量不断上扬,而且价格异常坚挺,不同的价格策略让 CR-V 走出一条迥然不同的王者之路。

纵观 CR-V 的发展历程,可以发现,CR-V 进入中国 8 年以来都是以“降价”二字绝缘的。作为东风 Honda 的首款车型,CR-V 的成败关系着当初的东风 Honda 是一举成名还是出师不利。但是即使是在 2004-2006 年间,SUV

市场尚处在拓荒期的艰难时刻,CR-V 在价格上也从未妥协。为了保持价格的稳定,东风 Honda 立足长远,不追求当时唾手可得的短期销售业绩,通过网络建设、渠道管理等方面深耕细作,逐渐成就 CR-V 的王者征程。

与成熟的轿车市场不同,开拓一个新的细分市场,需要更具前瞻性的战略战术。可以说,保持稳定价格就是东风 Honda 在开拓 SUV 市场时尝试的一种独特的营销策略。因为降价虽能赢得短期的市场,但却容易对老车主产生情感伤害,尤其是对保值率有较大影响。正是长期坚持价格稳定,在中国汽车流通协会发布的乘用车保值率报告中,CR-V 才自 2009 年以来,连续三年占据 SUV 类保值率第一名。

业内人士认为,在车市微增长时代,企业务实内功才能赢得消费者,相对于黄金增长期,更考验产品质量、服务水平、销售的增长带来更多的来自消费者的认可口碑,而不是消费的盲流。CR-V 在逆市中最快达成 10 万大关,展现出深厚的消费者口碑基石带来的巨大空间。70 万只是一个开始,我们将继续期待 CR-V 的脱颖而出。王 安



七位达人与全新 CR-V 合影。