



QQ 报料:599179009
总第 85 期

浙江车界

11月号刊

2017.11.22 星期三

浙江日报报业集团
浙江法制报主办 国内统一刊号:CN33-0019

我们只做汽车新闻

版式设计 阳 阳
责任编辑 孙望楠

1

广州车展
特刊

取名“IZOA 奕泽” 一汽丰田首款 TNGA SUV 车型广州车展发布



■ 美霞

本届广州国际车展上,在华南地区深耕多年、影响力超高的一汽丰田实力亮剑,不但携全系车型强势登陆 2.1 馆 1B05 展位,更公布了其首款 TNGA SUV 车型的产品名称——“IZOA 奕泽”,引爆业界关注和讨论。

“IZOA 奕泽”计划搭载 2.0L TNGA 发动机 将于明年年中投放

“IZOA 奕泽”名字中“IZOA”是法语 IZOARD 的缩写,原意是“法国境内阿尔卑斯山上有名的山路”,意在表现在美丽的山路上自由自在驰骋,而“奕泽”则表示光明的水泽,带给人幸福的含义,寓意奕泽将带给年轻人熠熠生辉的生活。

IZOA 奕泽动力方面计划搭载最新研发的 2.0L 的 TNGA 发动机,具有魅力十足的设计和卓越的驾控,相信将是极其值得期待的一款产品。作为一汽丰田首款基于 TNGA 丰巢概念 打造的车型,IZOA 奕泽将于明年年中投放,它的到来将进一步完善其 SUV 家族阵容,助推 品牌年轻化的转型。

新普拉多和 RAV4 荣放释放激情
全系产品齐放光彩

在一汽丰田展台,人气最高的无疑是本月初上市的新普拉多和 RAV4 荣放。秉承越野之王兰德酷路泽超强越野基因的新 PRADO 普拉多,对产品力进行了再次巩固与强化,从外观 到科技配置,再从纯粹越野到卓越安全等等,处处都彰显着“舍我其谁”的高端硬派越野风范;同时,RAV4 荣放在保留固有优势的前提下,对产品序列进行了补充和升级,注入了更加浓郁的“世家荣耀”基因,重塑了硬派越野 SUV 形象,新推出 RAV4 荣放 2.0L 风尚 X 版、2.5L 精英 i 版,并对 2.5L 全系车型搭载 Toyota Safety Sense (智行安全 - 丰田规避碰撞辅助套装),成为消费者更具品质城市 SUV 的首选。一汽丰田 SUV 家族的这两款新车向华南地区的消费者展示“世家荣耀 不止一面”的激情与野性。

此外,一汽丰田的其他重量级车型,例如旗舰车型皇冠、已经入华十五周年的威驰家族,以及创造了无数传奇的卡罗拉家族悉数登场。凭借独一无二的产品魅力、众口交赞的良好口碑,以及贴合实际需求的各项政策,引得羊城消费者纷纷驻足一汽

田展台,购车热情高涨。

“三年构造改革”即将完美收官
新能源车型大展鸿图

广州车展历来是企业的年终总结和来年展望。2017 年一汽丰田在增势趋缓的车市一路高歌猛涨,前 10 个月累计销量 58 万辆,完成全年目标的 87%,根据目前的销售趋势,实现 70 万的挑战目标已经没有悬念。

经历 2015 年的“恢复体力”、2016 年的“巩固基盘”和 2017 年向“进攻型销售”转变的“大胆变革”,三年中,一汽丰田稳步推进各项战略和措施,“三年构造改革”即将完美收官。

关于未来,一汽丰田也在进行思考。在接受采访时,一汽丰田总经理田青久表示,伴随着 TNGA 丰巢概念的导入,未来一汽丰田在产品投放上将加快速度,同时对于品牌打造和客户关怀方面将给予重点强化。据了解,一汽丰田未来将推出插电式的混合动力车以及混合动力等各款新能源车型,现有的多款主力产品也将在不久的将来完成换代。2018 年,一汽丰田将如何续写辉煌,我们拭目以待!



2017.11.22 星期三

2

版式设计 阳 阳
责任编辑 丁 丁

传载品质 棋心向前



车界

广汽传祺 GM8 广州车展全球首发



广汽集团董事长曾庆洪(右二),广汽集团总经理、广汽乘用车董事长冯兴亚(左二),广汽集团执委会副主任、广汽乘用车总经理郁俊(左一)、广汽研究院院长王秋景(右一)与传祺 GM8 合影

■ 刘雪娇

在本届中国(广州)国际车展上,作为广汽集团自主战略的核心载体,广汽传祺以“传载品质 棋心向前”为主题,以史无前例的参展规模、全明星产品阵容,展现品牌高端智造与科技创新实力。

备受瞩目的传祺 GM8 全球首发并启动预售,预售价格 18 万元~27 万元。与此同时,在 11 月 16 日“智·享未来——广汽腾讯战略合作发布会”上首发的广汽 iSPACE 智联电动概念车亮相,阐释“中国式创新”迸发出的颠覆性力量;GE3 无人驾驶车首发亮相,展示广汽“电动化、网联化、智能化”的前瞻技术成果。

传祺 GM8 全球首发

2016 年北京车展,广汽传祺三“8”齐发,GS8、GA8、GM8(i-Lounge)集体上阵,宣告冲破合资重围、引领品牌向上的决心和信心。2017 广州车展,传祺 GM8 量产车正式亮相并启动预售,与 GS8、GA8 组成完善的 C 级高端产品矩阵,向 20 万元以上高端市场,发起中国品牌最猛烈的冲击。

GM8 是广汽传祺重磅打造的“国产豪华 MPV 第一车”,定位于“全场景奢享大型 MPV”,目标人群是“追求优越生活、自信在握的新一代商务精英”。传祺 GM8 用极致匠心表达豪华观点,精益求精雕琢越级品质,为用户呈现“威严大气恢弘外观、全维感官奢享座舱、无微不至舒享科技、无忧安享智能安全”四大核心优势,竭尽全力为用户打造“移动的会所”,把最好的驾乘关怀给予用户和家人、朋友、伙伴,传递“以更好致最爱”的产品温度。

同时,广汽传祺公布 GM8 预售政策,预售期间下订客户享有三大尊荣服务礼:1、尊荣参与礼:幸运客户可参与 GM8 上市,并享春节前提车特权;2、升级延保礼:前 300 名预订客户享受 5 年 15 万公里超长质保;3、百万保障礼:前 1000 名预订并成交客户可享总保额 100 万元驾乘险,呵护全车全员安全。

iSPACE 概念车 /GE3 无人驾驶车亮相

在本届车展上,以“中国式创新”成功转型升级的广汽集团带来了颠覆性创新力作——iSPACE 智联电动概念车,通过对 95 后群体典型用车场景及生活方式的深入研究,重新定义用户对车的需求,实现汽车属性的颠



广汽集团总经理、广汽乘用车董事长冯兴亚致辞



广汽集团执委会副主任、广汽乘用车总经理郁俊致辞



传祺 GM8 预售价格:18 万 -27 万元

覆变革。

为了满足都市年轻人渴望私人空间又追求社交认同的纠结心态,iSPACE 开创性地提出“car stops, life starts”用车理念,通过巧妙的机关变换,将前、后座椅一键拼接为舒适的双人床,实现驾驶模式与居家模式的戏剧化切换,为年轻人创造出自在、乐享、专属的“第三空间”。iSPACE 概念车还打通了虚拟与现实的空间界限,车内提供全方位沉浸式娱乐交互体验;车尾屏幕则搭载了车外社交互动系统,鼓励用户在现实世界里积极寻求真实的温情。

此外,广汽自主研发的第二代无人驾驶汽车——WitStarII 棋迹无人驾驶汽车,以传祺 GE3 为平台车全新亮相。其采用 64 线激光雷达、360 度全景摄像头、77G 毫米波雷达等高精度传感器解决方案,配合自主研发的智能交通场景感知、自动驾驶行为决策、低延迟智能控制等相关技术,面向多路况场景,初步实现了 L4 级别智能驾驶应用。

国际舞台讲好“中国品牌故事”

广汽传祺致力于为全球消费者打造高品质的汽车产品,同时通过不断的与全球消费者分享世界级产品,有序推进广汽传祺品牌国际化进程。在本届广州车展上,北美车展主办方莅临,组委会执行主席罗德·艾伯茨(Rod Alberts)盛邀广汽传祺参展 2018 年北美车展,昭示广汽传祺国际化步伐加速,也显示中国汽车品牌的国际声誉日渐增长。

广汽传祺已三次参加北美车展,在 2017 年成为北美车展 110 年历史上首次进入主展馆的中国品牌,实现品牌国际化的重大突破。今年 6 月,广汽传祺作为中国汽车唯一代表出席聚焦于人类交通可持续性的全球高端峰会——“米其林开拓前行”(Michelin Movin On)峰会,广汽集团执委会副主任、广汽乘用车总经理郁俊发表主题演讲,与全球汽车行业高端伙伴分享传祺眼中的可持续发展之道,让世界感受中国品牌的魅力。

广汽传祺始终把“打造成为世界级的中国品牌,做产销研全球化的国际企业”作为企业发展的战略目标,借助“一带一路”战略机遇,在全球舞台上讲好中国品牌故事。目前,广汽传祺已完成中东、东南亚、东欧、非洲、美洲五大板块 14 个国家布局,初步构建全球销售网络和服务体系,并已在美国硅谷设立研发中心,以保证符合当地环保监管标准和满足消费者需求,计划不晚于 2019 年进入北美市场。

坚守品质撬动品牌向上

以广汽传祺代表的中国汽车品牌,不懈努力,砥砺前行,在中国汽车产业转型升级、由大变强的过程中快速崛起,背后彰显中国汽车品牌坚守匠心、品质至上的理念。2017 年 J.D.Power 新车质量研究(IQS)报告指出,中国自主品牌与国际品牌新车质量的差距连续七年缩小。广汽传祺连续五年位列 J.D.Power 中国品牌新车质量第一,传祺 GS4 蝉联紧凑型 SUV 中国品牌第一,展现中国汽车领导品牌的品质实力。

上市 6 年来,广汽传祺走出了一条“定位高端、品质优先、创新驱动”的发展路径,以 85% 的年均复合增长率实现优质高速增长。今年国内汽车市场整体增速放缓,广汽传祺逆势上扬,1-10 月全系累计销量超 42 万辆,同比大幅增长 42.4%;GS8 随着变速箱供应提升,10 月销量再度突破 1 万辆,超越汉兰达与锐界,重登高端大 7 座 SUV 榜首! GS4 上市 30 个月累计销量 74 万辆;新双子星 GS7&GS3 上市后受到热烈追捧,累计订单量分别超过 1.6 万辆、2.8 万辆!

随着传祺 GM8 的首发预售,广汽传祺已成功构筑完善的高端产品矩阵,为征服更广阔的高端市场打开了新的创想空间,标志着广汽传祺全面进入品牌高端化的全新时代! 郁俊表示:“明年是广汽传祺成立 10 周年,广汽传祺将以国际前瞻的视野、专注务实的态度,开放包容的姿态,为全球消费者持续打造符合潮流设计理念的高品质产品,向世界传递中国品牌的人文精神和品牌内涵。”

版式设计 阳 阳
责任编辑 孙望楠

宁波一企业购买百辆新远景奖励员工

■ 孙望楠



11月18日上午10时许，寒流来袭，冷风阵阵。而位于宁波北仑鄞县经济开发区内的宁波福士汽车配件公司宽敞的厂区，却是人潮涌动，热气腾腾。

100辆崭新的新远景轿车整齐地排列在厂区的广场上，数百名身穿蓝色工作服的工人也是整齐列队。这里，吉利汽车和福士汽车双方正在举行100辆新远景的交车仪式。

随着交车仪式程序的推进，随着主持人兴奋激昂的情绪调节和吉利、福士汽车双方领导精彩的讲话，人群中不时爆发出一阵阵热烈的掌声。

事情原来是这样的：

宁波福士汽车配件公司是一家具有30余年制造历史的汽车整车配套企业，专业生产汽车上的油、电、气及水等所有汽车管道配件。企业已是宝马、丰田、广汽、菲亚特及吉利等近十多个知名汽车品牌的整车配套企业。近年来，随着汽车产业的快速发展，福士汽车也是如鱼得水，发展神速。作为汽车业内多年的配套企业，福士公司领导深知汽车行业行情及各品牌汽车的整车质量性能。

早在2015年底，福士汽车领导为了奖励表现突出的企业员工，曾经一次性向吉利汽车购买了50辆帝豪，用以奖励员工。

如今，又时值岁末年初，福士汽车领导早早就和吉利汽车沟通协商，定下了100辆新远景，再次用以奖励具有5年以上工龄，且表现优异的员工。

据悉，用汽车奖励先进员工，鼓励员工热爱企业、多作贡献，是宁波地区众多企业增强企业凝聚力、激发员工积极性的一种办厂手段。数年前，位于宁波慈溪的慈吉集团曾一次性购买30余辆奔驰轿车，用以奖励自己集团所属企业的中层干部，也收到了很好的效果。

在交车仪式现场，吉利汽车江浙事业部总监刘殿军颇有感触地说，我们的整车配套企业，能够再次用我们的吉利车奖励自己企业的先进员工，充分说明了我们的吉利汽车质量是完全可以值得信赖的。我们还会继续努力，争取早日让我们更多的整车配套企业员工开上我们的吉利汽车。

新PRADO普拉多、RAV4荣放联袂上市

■ 美霞

11月6日，一汽丰田新PRADO普拉多、RAV4荣放双车荣耀上市。此次，新PRADO普拉多共推出SX、TX、TX-L、TX-L NAVI、VX、VX NAVI 6个级别，后挂式备胎设计在新PRADO普拉多身上重新回归，多个级别可以选择装备，全系车型售价46.48-63.68万元；同时，RAV4荣放在保留固有优势的前提下，对产品序列进行了补充和升级，新推出RAV4荣放2.0L风尚X版、2.5L精英i版，并对2.5L全系车型搭载Toyota Safety Sense（智行安全-丰田规避碰撞辅助套装），两款车型售价分别为20.28万元和24.28万元。这也是一汽丰田SUV家族首次以双车联合上市的方式向世人展示“世家荣耀不止一面”的激情与野性。

舍我其谁尽展高端硬派越野风范

新PRADO普拉多升级之后，从外观到科技配置，再从纯粹越野到卓越安全等等，处处都彰显着“舍我其谁”的高端硬派越野风范，可以说是将豪华与尊贵、狂野与都市时尚、硬派越野与公路性能的极致追求更加完美地融合在一起，深度诠释了“真实力派SUV”的内涵。

此次，新PRADO普拉多在外形方面延续了兰德酷路泽“粗犷、强悍”的气质，全新造型动感硬朗，五辐式直瀑格栅，坚固大气，配合焕然一新的大灯组，透射出霸气与威严。后挂式备胎设计在新PRADO普拉多身上重新回归，加上全系配备18英寸铝合金轮毂、车顶行李架、电动天窗，进一步提升了新PRADO普拉多硬派越野的味道。

新PRADO普拉多全系采用3排7座设计，第三排座椅可放平，灵活多变的设计能够满足各种乘用需求。此外，还增加了PVM全景监控系统、DSC起步辅助控制系统，强化了MTM带多地形选择功能监视系统、TPMS胎压检测系统，给消费者带来了更加安全的驾乘体验。动力方面，新PRADO普拉多全系搭载3.5LV6发动机，配合TOYOTA SMART STOP智能节油启停系统，综合油耗实现11L/百公里，实现了更高的燃油效率。

此外，新PRADO普拉多还配备了分时四驱系统，在100km/h以下行驶过程中，车主可以根据实际路况在两驱(H2)到四驱(H4)间自由切换，既保证了越野性能，又提升了驾驶乐趣，让越野变得更加纯粹、更加卓越。

重塑硬派越野形象打造丰富选择

本次上市的RAV4荣放风尚X版，注入了更加浓郁的“世家荣耀”基因，重塑了硬派越野SUV形象，为消费者带来丰富而更具品质的城市SUV首选。

从外形上看，RAV4荣放2.0L风尚X版搭载了专属的越野外观套件，前脸和车尾令人耳目一新。比如X版定制车标、酷黑车外后视镜、多棱立体式轮眉、前后保险杠扰板等个性化元素，让RAV4荣放风尚X版看起来更加炫酷、动感、野性十足。

同时，RAV4荣放风尚X版车长增加了75mm，整车尺寸达到4675mm×1845mm×1690mm，轴距依然为2660mm。加长的车身使整车变得更加修长有力。

另外，RAV4荣放2.5L全系车型搭载了Toyota Safety Sense（智行安全-丰田规避碰撞辅助套装）并推出精英i版4WD车型。Toyota Safety Sense智行安全包括预碰撞安全系统(PCS)、车道偏离警示系统(LDA)、动态雷达巡航控制系统(DRCC)和自动调节远光灯系统(AHB)四大安全先进技术，将大大提升行车安全性。与同级别SUV仅在顶配车型配置多项科技安全配置不同，本次RAV4荣放2.5L车型的全系搭载大大提升了性价比和竞争力，达到级别的领先水平。

可以说，RAV4荣放两款车型的到来，让消费者的生活得到再度升级，进一步满足了消费者的多样化购车需求，让消费者在追求自由用车生活之路上更加自信从容。

开启品质生活多重服务感恩车主

一直以来，丰田越野家族在全球颇负盛名。此次，新PRADO普拉多、RAV4荣放的联袂上市，预示着丰田越野家族“世家荣耀”得到再次升级，双车将伴随人们开启更具品质的越野用车生活。

而一汽丰田在提供超具品质车型选择的同时，对服

务也进行了全面升级。今年9月，一汽丰田推出安享管家计划，致力于为消费者带来精彩的“人·车”生活，让其在买车、用车的全过程中尽享安心无忧体验。该计划基于一汽丰田“AAA品牌”以及“诚信服务”打造，包括服务、安心二手车、纯牌零件、纯正精品、安心租车、AAA延保、AAA保险、贴心金融八大服务版块，实现了车主用车全生命周期的全方位保障，为消费者打造一站式无忧用车生活。

同时，为了回馈广大消费者，一汽丰田在新PRADO普拉多、RAV4荣放上市之际，特别推出了多重金融政策：针对RAV4荣放及PRADO普拉多老车主，凡到店购买新PRADO普拉多，即可享10000元置换金；另外，凡到店购买RAV4荣放，不仅可享4成首付2年贷款0利率以及3年定额贴息8000元的福利，还会享受高达6000元置换红包，若是一汽丰田车主，可以再获得2000元置换红包，不仅如此，购车之后，只需900元，更是即可享受3年6次保养的超值礼遇！

此次，新PRADO普拉多、RAV4荣放改款上市，不仅是对商品性能的提升，同时也是诚邀更多的消费者共同来书写一汽丰田世家荣耀新的精神内涵，为消费者带来更丰富的选择，为消费者生活带来更多样的价值。据了解，此次双车上市后，一汽丰田世家荣耀将继续深化价值营销、体验营销的策略，根据两车各自的特点，让消费者更深入地感受一汽丰田SUV家族的魅力以及“世家荣耀 不止一面”的激情与野性。





你惊讶吗 在美国

RAV4 要比 C-RV 多卖出一个中国销量



■ 逸春

近期,美国公布的8月汽车销量数据显示,丰田旗下的RAV4车型以高达30%的同比增长率,取得了43265辆的销售成绩,成功闯入向来由美系皮卡垄断的美国车型销量前三强当中。

对比同样出身日系,并在美国卖得非常火热的本田C-RV,丰田RAV4可以说有着绝对的优势。7月RAV4比C-RV多卖出1万台,8月RAV4更是迎来一个小爆发,使得这一差额升至1.2万台。可以说,近两月RAV4在美国市场比C-RV多卖出一个中国销量,仿佛“神车”一般的存在。

面对丰田RAV4在美国市场如此神勇的表现,我们不得不探究一下其背后的原因,为何RAV4能够在美的SUV市场甩开竞争对手本田C-RV好几条街呢?

丰田美国销量直逼通用牛头标甩开日系竞品

在美国,丰田牛头标可以说是销量的保障,丰田在美国销量已直逼本土的通用、福特,而且丰田的口碑还常常冠绝各项消费者调查之中。

近期,美国汽车消费者满意度指数(以下简称ACSI)显示,丰田品牌以86分位居亚军,冠军也是丰田系的高端品牌——雷克萨斯。ACSI指数是一项基于100

美国8月车市最畅销车型TOP 10					
品牌名称	2017.08	2016.08	同比	2017.01-08	同比
福特F系列	77007	66946	15.00%	576334	9.20%
雪佛兰SILVERADO	54448	52408	3.90%	363354	-4.40%
丰田RAV4	43265	33171	30.40%	269835	16.80%
RAM P/U	37658	40265	-7.00%	327759	5.00%
丰田凯美瑞	37051	32864	12.70%	247775	-7.10%
本田思域	36482	32807	11.20%	248928	-2.60%
本田CR-V	30960	36517	-15.20%	249977	7.90%
本田雅阁	30019	30115	-0.30%	221013	-4.50%
日产奇骏	29844	32979	-9.50%	257958	19.90%
雪佛兰探界者	28245	15273	84.90%	185223	16.90%

7月美国紧凑型SUV销量排名明细			
排名	车型(中文)	车型(英文)	销量(美国)
1	丰田 荣放	Toyota RAV4	41,804
2	日产 奇骏	Nissan Rogue	32,425
3	本田 CR-V	Honda CR-V	31,761
4	福特 翼虎	Ford Escape	27,716
5	斯巴鲁 森林人	Subaru Forester	15,283
6	马自达 CX-5	Mazda CX-5	11,402
7	现代 途胜	Hyundai Tucson	11,257
8	斯巴鲁 Crosstrek	Subaru Crosstrek	7,972
9	Jeep 指南者	Jeep Compass	7,528
10	起亚 狮跑	Kia Sportage	7,135
11	GMC Terrain	GMC Terrain	5,721
12	Jeep 自由客	Jeep Patriot	3,425
13	三菱 欧蓝德Sport	Mitsubishi Outlander Sport	2,910
14	起亚 极睿	Kia Niro	2,753
15	三菱 欧蓝德	Mitsubishi Outlander	2,530
16	奔驰 GLA	Mercedes-Benz GLA-Class	2,223
17	大众 途观	Volkswagen Tiguan	2,077
18	奥迪 Q3	Audi Q3	1,888
19	宝马 X1	BMW X1	1,824
20	马自达 CX-3	Mazda CX-3	1,481
21	Mini Countryman	Mini Countryman	1,462
22	英菲尼迪 QX30	Infiniti QX30	729

分制的评定指数,过去一年共进行了3945份调查,行业平均值在81分,丰田品牌一直常年占据ACSI的前三甲,相比之下,本田品牌的得分通常仅处在行业平均水平。此外,丰田品牌在近期公布的J.D. Power车辆可靠性调查中还获得了第三名,由此可见,RAV4在北美的品牌号召力上要远优于C-RV。

**自由生活升级
让城市与郊外连接更轻盈**

大家知道,美国人向来对皮卡情有独钟,皮卡车型

一直占据着美国汽车排行榜前三甲的地位,就是最有力的证明。当然,这不仅是因为皮卡拥有强悍的产品属性,可以满足美国消费者的多重用途;更重要的是,在皮卡车型身上所散发着的浓厚的自由气息。美国人对自由的热爱是众所周知的,而皮卡车型所蕴含的自由精神,更是吸引着无数美国消费者的买单。

崇尚“自由”的美国像追捧皮卡一样追捧RAV4,如果说皮卡是一种自由的态度,那么RAV4的自由则是一种生活方式。8月丰田RAV4销量能杀入前三甲,说明其“生而自由”的理念得到了美国人的充分认可,也可以看得出美国人希望更加轻便的连接都市与郊外,而RAV4正好就是用户连接城市生活和户外休闲的桥梁甚至伙伴。传承日式工匠精益求精的造车精神,以及丰田SUV家族的越野基因,注定了RAV4的不凡实力。RAV4从动力、操控、安全以及配置等多个层面得到全面武装,充分满足美国消费者心向自由的产品诉求。

月销量能够连续超越C-RV,原因之一就是RAV4“生而自由”的精神理念是本田C-RV所不具备的,而且这种理念正在引领着全球汽车消费观,也正在影响着中国汽车消费群体。

消费升级浪潮来袭 中国市场将向美国看齐

在大洋彼岸的中国市场目前正在迎来消费升级、生活升级的浪潮,自驾游的出行比例越来越高,短途旅游正在成为大众的选择,所以人们对自由的游走城市与郊外之间的需求也越发强烈,而秉承“生而自由”理念的RAV4荣放恰好能充分满足中国人日趋升级的消费需求。

如今,RAV4荣放的销量在中国市场持续走高,2017年1-8月,RAV4荣放的累计销量达到8.5万辆,始终保持着月均销量过万的成绩。而且从去年7月28日新款上市至今,RAV4荣放总销量已超过14万辆。随着国内消费者的购车理念日趋成熟和生活半径的逐渐扩大,在未来,相信RAV4荣放这样在世界范围内取得成功的车型会逐渐成为消费者的首选,并在中国市场上演美国市场那样销量力压本田C-RV的强势局面。

美国市场汽车品牌消费者满意度调查报告				
汽车品牌	2017满意度	2016满意度	一年期销量	市场份额
雷克萨斯	86	84	162,662	1.70%
丰田	86	85	1,214,560	12.40%
斯巴鲁	85	84	360,513	3.70%
GMC	84	84	310,527	3.20%
梅赛德斯奔驰	84	81	187,869	1.90%
凯迪拉克	83	79	83,300	0.90%
现代	83	81	388,860	4.00%
林肯	83	87	65,212	0.70%
奥迪	82	83	121,795	1.20%
宝马	82	85	171,051	1.70%
起亚	82	79	352,139	3.60%
马自达	82	80	168,713	1.70%
沃尔沃	82	N/A	41,072	0.40%
雪佛兰	82	83	1,120,384	11.40%
本田	81	86	854,818	8.70%
讴歌	80	76	88,048	0.90%
别克	80	79	125,282	1.30%
吉普Jeep	80	78	475,642	4.90%
日产	80	80	858,000	8.80%
克莱斯勒	79	79	115,398	1.20%
福特	79	81	1,428,503	14.60%
大众	79	78	188,329	1.90%
三菱	78	79	62,601	0.60%
道奇	75	78	292,244	3.00%
菲亚特	75	N/A	16,926	0.20%



东风雪铁龙 SUV 天逸携全系家族闪耀广州车展



■ 晓倩 关茜

在本届广州国际车展上，东风雪铁龙以“Inspired By You”为参展主题，由乐享中高级 SUV 天逸领衔，率全新越享高级轿车 C6、驾享中高级轿车第三代 C5 等家族成员悉数出展。本届车展上，东风雪铁龙还就未来产品规划及首款智联网汽车 2018 年上市等相关信息进行了首度披露。

2017 年是东风雪铁龙定义的“品牌提升年”，致力从“新品牌、新产品、新体验”三个维度三箭齐发，以期在年轻消费者心目中牢固建树“更年轻、更具活力和创造力”的全新品牌形象。

品牌刷新 更年轻、更具活力和创造力

在广州琶洲中国进出口商品交易会展馆 1.1 馆的东风雪铁龙展台，观展者无不为东风雪铁龙年轻化、活力化、时尚化的展台风格所吸引。

随着雪铁龙全球品牌定位的刷新，东风雪铁龙随即形成了全新的视觉形象系统。借助全球统一的视觉元素，同时秉持雪铁龙之家 (La Maison) 理念，东风雪铁龙

通过绚丽多彩的色块运用，打造出有史以来最具辨识度、最具时代风潮的车展展台。无疑，这里也就此成为向华南消费者展示东风雪铁龙全新品牌形象的绝佳舞台。

产品刷新 全面进入新产品密集导入期

目前，中国已成为雪铁龙全球最重要的战略市场。藉此，东风雪铁龙开始进入新产品新技术密集导入期。仅仅在今年，东风雪铁龙就有全新爱丽舍 2017 款、第三代 C5 和乐享中高级 SUV 天逸等新车上市。

作为雪铁龙全球核心产品战略下的全新中高级 SUV，SUV 天逸上市满两个月，累计开票超 13000 台，用户交付近 10000 台，累计收到订单近 20000 台，高意向线索超 7 万。在四个级别、六款车型中，豪华型及以上订单占比达 50%，换购比例中，其它品牌车型占比 65%，由此可见广大用户对 SUV 天逸价值感的认同度颇高。由于 SUV 天逸的上市，东风雪铁龙网点的客流量及其他产品的线索量得到明显提升。除此之外，SUV 天逸以整体近 28% 的成交率领先于市场。

在用户口碑方面，SUV 天逸也表现不俗，长期占据主流网站(汽车之家等)TOP1，消费者最关注的价值感、舒适性、外观、科技感都在 SUV 天逸身上得到了“高分”。

不仅如此，作为世界第一款搭载拥有 20 多项专利的“PHC 自适应液压稳定技术”的车型，SUV 天逸以及未来雪铁龙车型的舒适度将会成为品牌最鲜明的标签和注解。而一个纯粹由雪铁龙主宰的舒适，也将成为竞品难以逾越的品质标杆。

本届广州车展上，东风雪铁龙未来产品战略规划公之于众。按照规划，新产品导入将遵循两条线，一条是 SUV 线，已经在欧洲投放的 SUV 车型 C3 AIRCROSS

将于 2018 年引入中国市场。另外，东风雪铁龙原有的小型 SUV C3-XR 已经推出 2018 款。这样一来，东风雪铁龙 SUV 阵营就可以实现中高级、紧凑型及小型 SUV 的全覆盖。

另一条是新一代轿车线，东风雪铁龙预计在明年还会推出一款全新中级轿车，2019 年推出新一代旗舰行政轿车后，新一代轿车族群就此形成，从而让东风雪铁龙的品质感再树新标杆。

按照规划，东风雪铁龙平均每年可推出 1-2 款新车，总计推出 8 款新车。到 2020 年，全部产品实现升级换代。届时，东风雪铁龙的产品线布局将更加丰富、更加完善，并新增覆盖 D 级、SUV 和 MPV 等市场的车型。

体验刷新 尊享感受贯穿购车整个过程

目前，全国首家新品牌形象店已经在安徽落成。展厅内部采用原汁原味的欧系原本风设计，“雪铁龙之家”品牌文化墙以及“安德烈”咖啡吧的独特性运用彰显了百年雪铁龙的品牌调性。最令客户感到喜出望外的是展厅布局、物料摆放等诸多方面十分注重以客户为中心，并与透明车间、数媒展示深度融合，使客户真正享受到“全方位、高质量”的尊享体验。

网络是品牌发展的基石，是价值链最为重要的组成部分。新品牌形象店的落成，积淀了东风雪铁龙品牌特质、深化了东风雪铁龙品牌内涵、诠释了东风雪铁龙品牌调性，凸显了东风雪铁龙品牌优势，可视为不可多得的品牌资产，对强化东风雪铁龙“更年轻，更具活力和创造力”的全新品牌形象起到了重要示范和推广作用。可以佐证的是，自从品牌全新形象店落成以来，用户的体验、客户的口碑都有了明显的提高，意向用户来店停留的时长也明显增加。

根植中国 25 年，东风雪铁龙的发展和进步有目共睹。历经品牌、产品、体验三项刷新之后，东风雪铁龙正驶入品牌健康持续发展的快车道。其实，东风雪铁龙早已为自己设立了一个“小目标”：那就是恪守“与众不同·愉悦感受”的品牌承诺，力求用更出色的产品和服务进一步扩充属于自己的市场“版图”。

ALL NEW TLX-L 亮相广州车展

■ 惠然

11 月 17 日，广汽 Acura 携重磅新车、第二款国产车型 ALL NEW TLX-L，及首款国产战略车型 CDX、传奇超跑全新一代 NSX、品牌旗舰 SUV MDX SPORT HYBRID、都市高端 SUV RDX 等全系车型本届广州车展，向广大消费者展示强大产品阵容和车型魅力，完成其发布全新中文品牌口号“精确 不凡”、全新售后服务品牌“精·诚”体验后的首次正式亮相。

在 11 月 10 日举办的“GAC Acura Night”上，ALL NEW TLX-L 正式开启预售，入门版不超过 28 万元，共有畅享版、悦享版、尊享版、智享版、钻享版等 5 个版本满足年轻消费群体的多样化需求。作为一款为中国消费者度身定制的舒适型格座驾，ALL NEW TLX-L 凭借引领潮流的型动美学、全面领先的运动科技，以及傲视同级的舒适座舱，带来了极致的驾驶感受，让消费者尽情体验它所带来的“Next Value Life”“型 & 适”生活方式。

ALL NEW TLX-L 采用了“Acura Precision Concept”家族设计语言，钻石五边形前格栅与“Jewel Eye”LED 光学照射系统塑造出极具冲击力的前脸造型，引领潮流时尚新风格。车身尾部更富运动色彩，整体风格大气动感而又不失精致细腻。

运动科技方面，ALL NEW TLX-L 集成了 Acura Watch 前瞻未来智能安全系统，每时每刻洞悉路况，带来出众的安全表现。它特有的“PAWS 四轮精准转向系统”，可实现精准的转向性和操控稳定性。ALL NEW TLX-L 还搭载了 2.4L 直喷 DOHC i-VTEC 前横置发动机和 8 速双离合变速器组成的强劲动力系统，最大功率(马力)153kW(208ps)，最大扭矩 247N·m，换挡平顺，为驾驶者创造前所未有的驾驶乐趣。

同时，ALL NEW TLX-L 配备了 IDS 智能动力系统，提供 Econ、Normal、Sport 和 Sport+ 四种驾驶模式，通过位于中央扶手的 Dynamic Mode 键在不同驾驶模式之间切换，为驾驶者带来更丰富的驾驶模式选择和非同凡响的驾驭享受。

舒适座舱方面，ALL NEW TLX-L 充分考量了中国

消费者最为重视的空间需求，国产后轴距达到了 2900mm，车身长度达到 4981mm，实现了同级别中极具竞争力的宽敞后排空间。同时全系标配的全景天窗，为驾驶者带来了超大的视野享受。

ALL NEW TLX-L 装配的 ELS 录音室监听级音响系统，由荣获 8 次格莱美大奖及 2 次艾美奖的音乐大师 Elliot Scheiner 为 Acura 量身定制，可为驾驶者带来震撼、清晰的车内录音棚级美妙听觉享受。

倾力诠释“精确 不凡”

首款国产战略车型 CDX 搭载了 1.5 L 缸内直喷涡轮增压发动机，最大功率(马力)134kW(182ps)，最大扭矩 240N·m，综合性能出众。自成都车展“NON STANDARD 本就例外”全新形象公布后，CDX 开展了一系列创新营销活动，化身“性能异类”，备受年轻消费者喜爱。个性新潮的展现形式与充满未知的体验模式，赢得了泛 90 后年轻人群强烈的品牌归属感。

代表着 Acura 巅峰技术的传奇超跑全新一代 NSX 也亮相展台，搭载 3.5L V6 双涡轮增压发动机、9 速双离合变速器以及世界首创的多动力超控四驱系统——Sport Hybrid SH-AWD 等一系列尖端技术，最大功率(马力)427kW(581ps)，最大扭矩 645N·m，带来极速来袭的澎湃激情。旗舰 SUV 车型 MDX SPORT HYBRID 集 Acura 多项优势科技于一身，树立了高端 7 座 SUV 新标杆。都市高端 SUV RDX 则保持了配置和安全部件的顶级口碑，受到了消费者的好评。

倾情传递品牌精髓

本届广州车展上，广汽 Honda 明确了“具有探索精神的梦想同行者”的品牌定位，期望持续为中国消费者提供更多新价值。而在“GAC Acura Night”上，广汽 Acura 也正式公布了全新中文品牌口号“精确 不凡”。“精确”是 Acura 品牌的基因和灵魂，是对每一个细节的精益求精，是以前瞻科技打造的先端极致座驾，以精诚理念缔造的卓越服务体验；“不凡”是 Acura 品牌的



追求和归宿，是带给每个梦想同行者的激动与憧憬，是打破常规，为顾客重新定义驾驭的喜悦，是不断突破，实现同行者极致生活的梦想。唯有坚持对于“精确”的不懈追求，才能成就最终的伟大与‘不凡’。同时，广汽 Acura 还发布了全新服务品牌——“精·诚”体验，坚持精确对车，诚意待客。以精湛技艺，精确服务，打造各个环节的精益求精。以诚信用心，诚挚呵护，诠释不凡的服务真谛。通过品牌中文口号与售后服务品牌的发布，广汽 Acura 期望将 Acura 品牌在北美市场沉淀的优势和口碑，传递给中国消费者，以源自“精确 不凡”的核心实力，为每一位车主铸就“精·诚”服务体验。

2017 年，广汽 Acura 引入了品牌旗舰 SUV MDX SPORT HYBRID，并且隆重推出了第二款国产车型 ALL NEW TLX-L，进一步丰富了产品阵容；还发布了全新中文品牌口号和全新售后服务品牌，向中国消费者深入传递品牌价值、打造服务口碑，获得了不俗的市场反响。2018 年，广汽 Acura 将进一步加快国产速度——相继引入 CDX 混动版和国产车型全新 RDX，吸引更多的年轻用户，让更多消费者领略到广汽 Acura“精确 不凡”的品牌精髓。

2017.11.22 星期三

6

版式设计 阳 阳
责任编辑 丁 丁



车界

“东风日产·及新车”品牌发布 开创行业第三类购车选择



■ 刘聪

11月17日，东风日产在广州车展正式发布“东风日产·及新车”全新官方认证二手车品牌，为消费者带来准新车标准的第三类购车选择。

东风日产乘用车公司总经理埃尔顿·谷硕表示：“‘东风日产·及新车’以‘Same As New’的品牌理念，依托东风日产强大品牌优势和综合实力，打造新标准，树立新标杆，为中国二手车市场注入‘活水’”。

“东风日产·及新车”将打造行业内唯一与新车一致的售后保修标准，作出贴近新车产品的质量保证，提供比肩新车的销售服务，带来与新车车主同等的尊贵服务

体验，全方位向新车看齐。

与新车一致的售后保修标准

作为行业唯一一家提供与新车一致售后保修标准的二手车品牌，“东风日产·及新车”提供包括与新车一致的3年/10万公里保修范围及保修时长，使消费者可尽情享受驾驶乐趣和服务体验，一路放心驰骋；加上东风日产遍布全国的800多家专营店提供24小时紧急救援服务，时刻守护消费者，真正实现无忧服务。

贴近新车产品质量保证

为保证每一台认证车品质，东风日产认证车源必须为东风日产品牌，且非事故车，同时车辆自首次购买之日起使用5年以内、里程不超过10万公里。

同时，每一辆“东风日产·及新车”均通过128项全球统一标准车辆检测。以严苛的态度审视每一个零部件，确保车辆品质安全可靠。

除此之外，为确保“东风日产·及新车”车况信息透明，东风日产评估师拥有丰富的车况查定和价格评估经验，经过多项严格专业培训考核上岗，保证为消费者提供公开、透明、公准及专业的定价服务，让消费者享受安心、舒心的车辆交易服务。

“东风日产·及新车”品牌为消费者提供自交车之日起7日内无忧退货服务，过硬品质，放心购买。所有车辆公示价格遵循“放心一口价”原则，一车一价，价格公正透明，让消费者安心、放心。

与新车车主同等的尊贵服务体系

“东风日产·及新车”消费者，同样可加入东风日产N-Club会员计划，享有东风日产新车车主同等权益。全年365天24小时，车主遭遇任何突发事件，只需拨打紧急救援热线，东风日产的服务团队将以最快的速度到达消费者身边。

早在2003年，东风日产就率先开展品牌二手车业务，历经十五年积淀，2017年广州车展，“东风日产·及新车”全新二手车品牌正式发布，再次起航。据悉，首家东风日产·及新车服务中心将在12月于长沙正式落成。

“东风日产·及新车”的发布，将丰富企业多元化布局，推进东风日产全价值链体系建设，以实际举措来践行YOUNG NISSAN 3.0。同时，“东风日产·及新车”将促进二手车市场整体良性发展，提升消费者对于二手车行业信任度，树立行业新标杆。

同时，“东风日产·及新车”的发布也是东风日产全面贯彻客户年2.0的一大创举，东风日产将从消费者体验出发，准确把握消费需求，顺应市场发展大势，为消费者开创购车新选择。

5008无界版上市 东风标致全系SUV 盛放广州车展



■ 张彦

标致暨东风标致旗下多款车型亮相第15届中国广州国际车展。其中，全系SUV产品东风标致5008、4008、3008、2008，以及东风标致408、308两款轿车集中亮相，成为本次车展一大亮点。

“东风标致SUV年”成绩斐然 “X008”SUV车型大放异彩

2017年是“东风标致SUV年”，这一年，东风标致不仅完成了在SUV市场的全面布局，也借助5008、4008在各自细分市场的出色表现，奠定了东风标致在SUV市场的地位。

自进军D0级市场的全球品位旗舰SUV 5008上市以来，2008、3008、4008、5008四款产品，实现了从B+级到D0级SUV市场的全覆盖。11月初，5008推出无界版，产品系列更丰富。东风标致力求从美感、质感、动感等各个方面来满足消费者对SUV产品的需求，通过将

优雅与动感合二为一的“PEUGEOT DESIGN 标致设计”、卓越性能与高效经济兼备的“T+G动力组合”以及领先时代的“ADAS智能科技”，打造东风标致SUV产品的独特魅力，为消费者提供兼具“品位”与“品质”的SUV产品体验，即更有“品”的SUV。

为了让更多消费者尽享更有“品”的SUV生活，以“X008”为主题的《享·往远方 动·感 X008 SUV体验营》活动从7月份到10月份登陆全国30多个城市，超过750名区域媒体，6500余名“狮粉”零距离参与体验。同时，作为东风标致整体销量的主力产品——4008、5008在各自细分市场表现出众。

东风标致将不遗余力地为消费者打造更有“品”的SUV产品，提供“品位”与“品质”的SUV产品体验。

5008无界版上市 “享·往远方”即刻启程

11月1日起，东风标致5008无界版在全国陆续上市，至此，5008在售的7座车型增加到6款，覆盖22

万~28万价格区间，现有的产品序列更加丰富，为用户提供了更多“品质”选择。年底，更有东风标致全系狂欢“税末狂欢 蓝色关爱三重礼”奉上，购车养车一站式服务，贴心更省心。

东风标致5008凭借“标致设计”、“品致7座”、“尽致驾控”的产品优势收获了“好看、好开、高品质”的良好用户口碑。内外兼修的“标致设计”让5008始终“颜值”在线，5008使用的“T+G”黄金操控组合，省油的同时适应多种路况，超大面积的全景天窗与FOCAL高保真音响系统等则营造出视觉、听觉的“品质感”。

5008无界版，在热销车型“精英版”的基础上，增加了一系列品质装备，座椅舒适度全面提升：全员Claudia真皮座椅；前排座椅加热和电动腰部调节；副驾驶座椅8向电动调节和后排电动可调，给钟情7座SUV，注重驾驶品质的用户提供更多产品选择。

今年，东风标致以5008、4008为代表的更有“品”的SUV正以稳步提升的态势在各自的细分市场中大放异彩。与此同时，东风标致通过成熟的SUV和轿车产品，逐步把“美感、质感、动感”的品牌个性传递给更多的年轻消费者，为2018年实现品牌价值的全面升级奠定基础。



版式设计 阳 阳
责任编辑 孙望楠

纳智捷发布“海纳 2018”年度战略



■ 马艳敏 杨丽媛

11月17日，纳智捷品牌在广州车展上以“智进未来”为主题参展，并正式对外发布其“海纳 2018”年度战略规划。发展战略包含资金、人员、产品、政策四个方面。旨在通过全新的组织架构，整合全球最优科技资源，以黑科技打造时代潮流，为消费者提供更优质的移动汽车生活。

海纳资金裕隆集团 加速国内市场布局

为了应对国内汽车市场竞争环境，纳智捷在全新战略指导思想下，积极布局国内市场，不久前与杭州市政府正式签署了战略合作框架协议，主要聚焦于在新能源汽车、汽车金融、车联网以及共享车平台等方面，并以此为契机，推动纳智捷品牌全新绿色汽车产业的全国范围深度发展。

同时，纳智捷为了更好地推进和实施共同的战略目标，规划未来5年内将在杭州投资至少10亿美元，开展包括兴建裕隆汽车大楼、设立纳智捷汽车销售有限公司、设立新能源汽车有限公司、设立汽车分时租赁公司、推动510计划以及投资汽车等相关新事业，全面加速国内市场开拓布局。

海纳人才市场化 成立高效运营团队

发布会上，纳智捷销售公司全新的营销团队正式亮相。资深汽车营销人叶磊加入纳智捷，任总经理特别助理，协助分管营销总部相关工作事项。另外，根据公司发展战略形成两大主战场，原五大区域调整为两大区，下设十个片区全面对接汽车生活馆各项目日常销售业务。

纳智捷销售公司总经理吴新发先生表示：“纳智捷销售公司致力于启用职业经理人团队，落实人才市场化，并建立‘业绩导向’的绩效考评体系，为企业持续发展提供稳固专业的新生力量，带动企业人才管理的‘新陈代谢’，增进企业人员管理活力。期望新的团队，以新的思想能够帮助纳智捷品牌重归主赛道。这是纳智捷人才市场化的体现，也预示着未来在营销决策上纳智捷将更加专业、更加高效。”

海纳产品 打造黑科技产品矩阵

根据“海纳 2018”年度战略，纳智捷销售公司将用黑科技车型纳智捷 U5 SUV 为销售主担，同时不断扩充产品研发力。2018年，采取产品双线推进的方式，将有两款EV电动车型、一款ICE汽油车型7座SUV投放市场。新世代的座舱设计，全新体验平台及A2智慧体验馆，将为消费者提供全新体验。

目前，作为纳智捷品牌“510计划”首款战略车型纳智捷 U5 SUV 不仅在酷炫的外观上下足功夫，更是将多年积累的潮黑科技完美呈现。本次车展上更是推出其U5 AR+版。纳智捷 U5 SUV 的全球独有、华人首创的AR View+技术，全景影像系统可谓是往全自动驾驶迈进的重要里程碑技术。ARView+全景影像系统提供的诸多安全影像，将驾驶变得简单而又可靠。尤其是纳智捷独有的底盘透视影像系统和环车安全影像系统，从实用性的角度出发，清晰而直观地解决了对于车身周遭环境的掌控，帮助年轻车主完美应对复杂路况。值得一提的是纳智捷 U5 SUV 在不到10万的价格下竟然配置了APA自动泊车系统，满足了消费者在城市中从容停车的需求。随着新的黑科技车型不断加入，相信，纳智捷品牌黑科技产品矩阵将更加完善。

海纳服务推出全新客户关怀政策

据发展战略宣布，2018年纳智捷用心从客户角度出发，解决客户核心利益点。纳智捷 U5 SUV 提出“10年10万公里”质保政策(前1万名车主)，让用户开着省心、用着放心真正免除用户日常用车后顾之忧。同时，也展现出纳智捷对于产品品质的自信力。

“智进未来” 纳智捷将开启新篇章

未来，纳智捷品牌将投入更多的资金和资源，全面引入创新思维作为指导思想，将企业战略逐一落地，实现纳智捷品牌全面飞跃，进而顺应中国汽车市场新时代发展需求。伴随2018年度战略规划的发布，纳智捷在全新组织架构和新思想的指导下加足马力，必将开启纳智捷 2018 全新篇章。

2017.11.22 星期三

8

版式设计 阳 阳
责任编辑 丁 丁



车界

再创潮流 配置升级

奥迪 Q3 30 周年年型焕新上市



■ 闫磊 陈明吉

11月22日，一汽-大众奥迪Q3 30周年年型正式发布。售价区间24.90万元至34.28万元。此次推出的奥迪Q3 30周年年型升级了外观设计与功能配置，为广大消费者带来更动感、时尚、个性的选择。作为奥迪高档紧凑型SUV车型，奥迪Q3 30周年年型在内外设计上更加潮流多彩，细节设计更加夺目，行车体验更加舒适动感，为中国消费者打造出个性、时尚的都市移动出行座驾。

设计升级 更显时尚风范

此次奥迪Q3 30周年年型升级了运动型和风尚型的造型及颜色搭配，其中运动型采用高亮黑进气格栅搭配蜂窝状雾灯格栅的造型，整体风格更加动感、立体；此外，风尚型的前、后扰流板，门下护板和轮眉均选用银灰色，凸显别致外观。

个性内饰 彰显潮流型格

奥迪Q3 30周年年型时尚型提供了更为丰富的内饰配色选择，满足了用户日益差异化的个性需求。在座

椅配色上，奥迪Q3 30周年时尚型新增三款真皮织物座椅颜色可供选择，其中包括黑灰、黑红和灰黄。与此同时，风尚型座椅配置新增灰色对比缝线设计，细节之处彰显个性质感。

配置丰富 成就品质之选

奥迪Q3 30周年年型车灯设计前卫、精致。时尚型全面搭载LED大灯，造型保持极高辨识度的同时，能耗更低，寿命更长。在车灯照明升级的基础上，奥迪Q3 30周年年型在音响上也进行了升级：风尚型全面采用BOSE环绕音响系统，14个高功率扬声器含低音炮和中置扬声器的完美搭配，实现环绕立体音效，将车内化作一个移动音乐厅，为驾乘者提供至臻听觉体验。

作为一款时尚动感的高档紧凑型都市SUV，奥迪Q3 30周年年型拥有更加时尚动感的外观内饰与全面升级的个性化配置，满足了中国年轻用户对高品质移动出行的需求，以更动感、科技的形象，为用户带来更具价值、更具个性化的全新体验。



火拼双11

纳智捷 U5 SUV 展现超强吸引力



■ 马艳敏 李梦园

一年一度的双11购物节再次火爆上演，其中天猫销售额超1600亿，全网销售额更是突破2500亿。以年轻人为主消费主体的双十一购物节再次向我们展现了年轻人的强大购买力，只要产品够给力，钱不是问题。

作为针对年轻人研发的“潮、酷、炫”纳智捷U5 SUV，双11购物节当然是其展示实力的最好战场，不火拼一把实在不应该。纳智捷U5 SUV在天猫平台开启了“纳智捷U5 敢真试驾，55元体验黑科技”以及“纳智捷U5 SUV 敢真双色车身，只需550元”活动，截止发稿时，活动参与突破5万人次。纳智捷U5 SUV在双11掀起

的抢购风暴成为了细分市场中一道亮丽的风景线。

众多黑科技让人一见倾心

能在双11这个巨大的舞台上依然赢得高关注，最根本的原因当然还是纳智捷U5 SUV强大的产品力，其中众多的黑科技配置瞬间让年轻消费者一见倾心。包括之前在iPhone X发布会上被炒得火热的AR实景技术均已经在纳智捷U5 SUV上得到应用。通过搭载的AR View+全景影像系统、AR See-through View+底盘透视影像系统，纳智捷U5可以将整车和实景融合投射在12吋中控屏幕上，车辆周围的各种路况一览无余，无论是城市拐弯抹角还是野外探险穿越都能信心十足。

而其它包括APA自动泊车系统、LDWS行车偏移侦测警示系统、BSD盲区侦测系统等越级配置在纳智捷U5 SUV上均有装备。如此用黑科技武装到牙齿的纳智捷U5 SUV可以让消费者全身心投入到路途的精彩中，而不必有任何后顾之忧。

不只够炫，更要好用

年轻就要更够炫，作为同级最具跑车性格的SUV，纳智捷U5 SUV在设计之初就将酷炫作为根本需求。流线型的车身线条让纳智捷U5 SUV动感十足，结合时尚

双色车身，极光流线风格头灯，以及与保时捷Panamera鲨鱼腮异曲同工之妙的Porthole（汽门）造型等细节设计，使得纳智捷U5 SUV在动感之余更显精致。

炫酷的外表下纳智捷U5 SUV还出色地兼顾了实用性，4395*1783*1735mm的外形尺寸以及2620mm的超大轴距远超同级竞争对手，乘坐空间、储物空间都能完美兼顾。动力方面，纳智捷U5 SUV搭载1.6L发动机，最大功率为91kW/6000rpm，峰值扭矩最大可达153N·m。与之搭配的是一台CVT无级变速箱，在兼顾驾驶乐趣的同时，能够大幅降低油耗保证平顺性，堪称一对完美组合。

结语

纳智捷U5 SUV是东风裕隆为90后消费者量身打造的产品，其在双11中的出色表现恰好印证了其潮酷炫的产品定位完全契合了90后年轻消费族群的用车需求。刚刚上市不久的纳智捷U5还处在销量爬坡阶段，双11只是开始，随着更多消费者有机会体验到纳智捷U5 SUV的黑科技装备及其全面表现，纳智捷U5 SUV必将迎来新一轮的销量高峰。

