

汽车

2008.9.28 星期日

车定购车节

2008 第四届广州购车节导购手册

时间: 10月1~3日

地点: 广州新体育馆
(广州市白云大道)

主角: 30家主流汽车品牌,150多款新车靓车;
近100家羊城优秀汽车经销商;
现场最高优惠3万元,冰点起价竞价购车

- 出品:信息时报
- 总指挥:钟华强
- 总指导:赵梦菲、文武军
- 总执行:唐燕
- 撰文:李泽俊、梁斯君、谭家俊



又到车市“金九银十”时。如果说去年是广州车市井喷年,今年则称得上是车市大浪淘沙年。虽然,我们今年经历了冰雪严寒、特大地震、油价上涨、宏观调控,全球车市下滑、中国车市步入拐点。但,希望犹在,发展犹存。

瞧!“第四届购车节”以更大规模如期举行,30家主流汽车品牌来了,法拉利、玛莎拉蒂、奔驰、雷克萨斯来了,众多上市新车争先恐后来了。

看上心水车的车迷们,要打折?没问题,各大车商誓将优惠进行到底,帮你提前实现购车梦;看完靓车还不过瘾?广州市数十家大楼盘等着你;摄影家胶片可要多多准备了,现场名车美女定将吸定你的眼球;有车一族不知到那里玩?现场报名,时报车友会将带你玩转天下。

这个黄金周,让我们实现汽车梦。

09 款凯美瑞登顶面世

9月22日,广州丰田09款凯美瑞轿车全新升级发布

广州丰田 09 款凯美瑞轿车于 9 月 22 日全新升级发布,升级后新登场的 09 款凯美瑞 4 个车型,增添了安全配置,性价比显著提升。这将进一步巩固凯美瑞在国产中高级轿车阵营中的价值标杆地位,引领国产中高级轿车在安全性和豪华程度走向更高层次。

安全装备闪耀升级

凯美瑞拥有 E、G、V 三个系列 9 个型号的车型,其中 G 系列最受消费者欢迎,销量最高,因此 09 款凯美瑞针对 G 系列进行强化,使强者更强。09 款凯美瑞 G 系列车型是在 08 款基础上升级而来的。240G 和 240G Navi 两款车型都增加了 VSC 车辆稳定性控制系统、TRC 牵引力控制系统和泊车雷达等 3 项安全装备,分别变为 240G 豪华(升级)版和 240G Navi 豪华(升级)版,售价分别为 22.48 万元和 24.28 万元;200G 和 200G Navi 两款车型均增添了泊车雷达,分别变为 200G 豪华(升级)版和 200G Navi 豪华(升级)版,售价分别为 20.88 万元和 22.68 万元。

三大装备的安全优势

- VSC 车辆稳定性控制系统** 是丰田汽车公司开发的一种主动安全系统,它能显著地消除车辆在转弯过程中极易发生的转向过度或转向不足的安全隐患,使车辆沿着正确路线行驶,提高行驶稳定性。
- TRC 牵引力控制系统** 可抑制车辆在湿滑道路上起步、加速时驱动轮空转,保证车辆行驶有良好的循迹性。
- 泊车雷达** 在避免车辆转弯和停车入位时遭受刮擦碰撞方面具有良好的警示作用;09 款凯美瑞所装备的泊车雷达,拥有前 2 后 4 共 6 个探测器,探测覆盖面广,能有效减少盲区。

主攻 2.4L 核心市场

众所周知,2.4L 车型一直是我国中高级轿车市场上的主力代表车型,得 2.4L 者得天下,同时,它也是能够全面满足中高级轿车消费需求的最佳之选。据有关统计数据,2.3L~2.5L 排量的中高级轿车,到目前为止依然是国内中高级轿车市场上的主流排量。今年 8 月份,这个排量段的轿车占据了中高级轿车 56.3% 的市场份额,其中 20% 为凯美瑞 2.4L 所占有。今年 1~8 月,2.4L 凯美瑞的上牌总量达到 7.2173 万辆,遥遥领先于其他品牌中高级轿车。尽管上市两年多来凯美瑞持续畅销,但为了更好地满足顾客的需求,广州丰田及时推出了更安全、更豪华、性价比更高的 09 款凯美瑞。这必将进一步巩固凯美瑞在 2.4L 轿车市场上的领导者地位,使其继续保有价值标杆车型的身份。同时,通过本次提升性价比,2.0L 凯美瑞的竞争力也将明显增强。

优质体验成就价值标杆

记者从凯美瑞车主处了解到,作为中高级车市场的领军车型,凯美瑞向顾客提供的综合价值是无与伦比的,它可以带给顾客们触手可及的尊贵感、及时准确的信息、安心便利的享受,这种“凯美瑞体验”将涵盖了顾客汽车生活的每一个细节。

在发布会上,广州丰田执行副总经理冯兴亚表示:“广州丰田的根本目标是顾客满意度第一,而不仅仅是销量第一;销量只有在顾客满意度比较高的前提下,才是有意义的。为了提高顾客满意度,广州丰田一直精心打造广汽 TOYOTA 渠道品牌,为向顾客提供最大化的价值而不断努

力。我们相信,这些努力最终将在市场上获得回报。”

据了解,为切实向顾客提供“凯美瑞体验”,广州丰田引进了丰田革新性的销售系统 e-CRB (智能化渐进改善的顾客关系构筑系统),目前全国 150 多家销售店均导入该系统,是丰田全球首个全渠道导入 e-CRB 的渠道,他们在独特的“Personal & Premium” (贴心的、尊贵的)渠道理念指导下,向顾客提供超越期待的全新价值,让顾客体验到“触手可及的尊贵感、及时准确的信息、安心便利的享受”,这就是“广汽 TOYOTA”一直向车主所承诺的“凯美瑞体验”。

时报记者 梁斯君

