



一汽丰田

超强阵容显业绩

展馆:2B06 馆

亮点车型: 卡罗拉纪念版

据了解,卡罗拉特别推出纪念版车型是在原本已配备丰富而广受好评的GLX-i的基础上推出的,增加了对舒适驾驶的车生活具有辅助功效的诸多配置,比如带加热的车外后视镜、定速巡航、测距雷达等。

参展规模和主题

本届广州车展举办的时间恰逢一汽丰田成立五周年,因此车展无疑成为一汽丰田庆祝生日的最好时机,而透过本届车展,观众也将再次直观的见证一汽丰田五年所取得的业绩。

一汽丰田表示,在竞争

白热化的5年中,一汽丰田却连续保持了快速、稳定的发展势头,其产品阵容也扩展到今天融合长春、天津、四川三地五家工厂的皇冠、锐志、普锐斯、卡罗拉、EX花冠、威驰、兰德酷路泽、普拉多、柯斯达在内的9款车型,

其丰富的商品线几乎涵盖了所有细分市场,满足了不同消费者的需求。同时,也正是凭借这丰富的商品体系和有目共睹的高价值车型和服务,一汽丰田用五年时间实现了累计销量突破100万台的佳绩。

参展车型

皇冠、锐志、普锐斯、卡罗拉、EX花冠、威驰、兰德酷路泽、普拉多

据了解,一汽丰田几乎每年都会针对不同车型精心推出特别纪念版车型,让消费者拥有丰富的购买选择。本次为庆祝公司成立五周年

暨累计销量100万台达成,又特别针对四款主力车型皇冠、锐志、卡罗拉和威驰推出特别纪念版车型。

皇冠特别推出纪念版车型是基于畅销级别2.5L Royal导航版的基础上精心打造的,采用了全新的铝制

轮毂装饰,增添了更多豪华气质。

锐志特别推出纪念版车型是在原有2.5S真皮天窗版基础上推出的,其轮毂由原来的16英寸升级为更高级别的17英寸,提高了整车的运动感。

东风日产

摆出“史上最强阵容”



展馆:2D04 馆

参展规模和主题

记者获悉,东风日产此次将携史上最强阵容参展。位于4号展馆的东风日产展台面积达到2275平方米,除旗下8大车系产品悉数登场外,东风日产年底力作——新一代天籁酷动版、TIIDA NISMO运动版和代表日产未来电动车计划的概念车 Mixim 均将在车展上亮相。另据透露,一个涵盖东风日产产品、生产、销售诸方面的全新品牌理念也将于车展期间正式发布,此外,还设置了技术展区和企业展区两个区域。

亮点车型: 紧凑概念车 Mixim

据了解,曾经在法兰克福车展亮相的日产紧凑概念车 Mixim 也将广州车展首次与中国消费者见面。该车采用最为先进的电动汽车技术,为喜好电脑和网络的年轻一代特别设计。



参展车型

新一代天籁酷动版等,在参展车型阵容上,东风日产此次不仅有轩逸、TIIDA、骊威等车型参展,旗舰车型新一代天籁,跨界车型逍客以及奇骏等明星车型也将悉数登场。

此外,新一代天籁酷动版也将于本届车展首发。据了解,新一代天籁酷动版为2.5L排量,有月光银、碧玉黑和浅灰紫3种车色。不仅在外观上多处采

用运动化风格处理,同时对内饰进行全方位升级,这款车型的推出,将丰富天籁的产品线,更凸显出天籁动感、年轻、时尚的一面。同时,东风日产还将推出的TIIDA NISMO运动版,以现有的各别级银色骐达为基本型,增加前后侧包围的空气套件、16寸运动铝轮毂和NISMO贴纸,将极大满足广大用户对时尚动感移动生活的需求。

记者点评

Mixim 概念车展示的是一种全新的设计理念,同时也表现出日产对零排放EV电动车的重视。据东风日产总经理大谷俊明此前

透露,“雷诺-日产联盟”有非常庞大的电动车计划,日产的电动车在2010年就将正式上市,2012年也会在中国市场上推出电动车。



东风悦达起亚战略脚步 迈向发展新元年

后续产品继续发力

随着国内汽车消费市场的扩大以及人们用车理念的日益多元化,要更好地应对不断变化的市场,必须有更新、更全面的矩阵。记者获悉,韩国起亚新款车型Forte将于09年年中进入中国,经过改装设计后由其中方合作伙伴东风悦达起亚全面生产上市。

据了解,Forte新车采用1.6升四缸发动机,其功率输出达到128马力,而其油耗数值相对较低,百公里耗油量仅在6.1L左右,在经济性得到了提升。这款车型最让人关注的无疑是该车的设计风格,Forte融入了许多Koup概念车理念,充分彰显自身魅力。其国产版车型也将秉承这些优势特色,这也让业界对这款襁褓中的新车更加充满期待。Forte的整车设计出自起亚首席设计师彼得·希瑞尔之手。

彼得·希瑞尔是全球汽车业设计领域最受尊重的权威人士之一,曾经担

任奥迪、大众的首席设计师,先后设计新甲壳虫、奥迪A6、TT系列等多款车型,以其层出不穷的革新设计理念改善了奥迪及大众的品牌形象。在Forte的设计上,彼得·希瑞尔融入了更多概念元素、运动元素,让Forte尽显国际时尚概念新潮流,贯彻起亚“激情超越梦想”的品牌价值。

东风悦达起亚在09年将投入生产“Soul DIVA”概念车。“Soul DIVA”概念车共有三个版本,分别是越野款、运动款和女性款,在传递了率性、自由的同时,更是将年轻的心态和独特的生活理念体现得淋漓尽致。

精于体育营销

一直以来,东风悦达起亚致力于国内外各项体育赛事,通过赞助、组织等多种形式演绎着“激情超越梦想”的品牌理念。从今年4月份开始的“畅享激情 体验欧洲杯”系列活动,到成为“钻石杯”顶级篮球赛的主赞助商;从2008年欧洲杯到2009年

的澳网,再到2010年的南非世界杯,世界顶级体育赛事上从不会少了起亚品牌的身影。

作为起亚汽车在中国的合资伙伴,东风悦达起亚更是为国内的消费者带来了一次次零距离感受国际顶级赛事的激情体验。

除了对体育赛事的倾力支持,东风悦达起亚充分利用互联网资源,先后在“畅享激情 体验欧洲杯”系列活动中和“2008年狮跑拓界之旅”活动中面向所有消费者招募。以2008拓界之旅为例,短短一个月时间就带来了600万次的点击,超5万人的成功注册,网络互动的成功为终端销量的提升带来了巨大的帮助,这一个月时间里,到店试驾人数超1万余人。

如今,澳网观战团也正在火热招募中,也受到了众多消费者的热烈欢迎。此外,针对消费者最为关注的售后服务,东风悦达起亚第四届维修技能大赛正如火如荼地开展着,苦练内功,不断提高服务人员自身素质,完善服务体系。

10月28日盐城第二新工厂的开工点火仪式还未熄灭,东风悦达起亚又率即将投产的Forte小车和旗下新赛拉图、狮跑、千里马、嘉华和远舰等车型齐聚本届广州车展。记者获悉,东风悦达起亚销售本部将于11月底正式落户南京。作为企业战略规划的重要一环,东风悦达起亚销售本部落户南京是对自身发展作出方向性、全局性、长远性的谋划之举,具有十分重要的意义。

随着狮跑等车型在市场上逐渐成熟,09年东风悦达起亚将继续引进更多产品,而精于体育营销也逐步开拓出一片领域。这一切说明了东风悦达起亚正在通过产品与企业的实力而进一步提升品牌形象。业内人士分析,东风悦

达起亚的战略调整已经开始,不断前进的步伐将带领东风悦达进入一个新的发展纪元。

狮跑优越品质备受青睐

时尚大气的外观、良好的整车通过性,以及卓越的安全性能,这些都是狮跑的用户对其的评价。据了解,无论是国产前还是国产后,狮跑用户对其的信赖都依然不减。近年来,都市SUV作为一种新兴的细分车型,正日益得到消费者的青睐。狮跑作为都市SUV的鼻祖,首次大胆结合On-Road、Off-Road两大功能,自诞生以来便成为起亚全球畅销车型。

目前,狮跑全球销量已经突破100万辆,优异

品质获得海内外众多消费者的认可。引进国内之后,东风悦达起亚根据国内消费者的审美需求对狮跑做了全新改进,以更新更强的产品力在竞争激烈的国内都市SUV市场取得了销售佳绩。

据统计,自去年10月份上市以来,东风悦达起亚狮跑整体销量已经突破3万辆,成为国内SUV市场上发展态势最强劲的新生力量。此外,作为一款“都市跨界车”,东风悦达起亚狮跑量身打造的“拓界”文化,更是大大迎合了当下社会勇于挑战自我的生活态度。“有路的地方开过去,没路的地方拓过去”,集探索、挑战于一体的狮跑品牌文化以独特的魅力在不断吸引着消费者。