

江苏第一 华东一流

2008南京车展今天开幕



昨天,2008南京车展现场名车云集,来自国内外50多家整车品牌的200多台展车布展完毕,静候市民。路军/摄

今天开幕的2008(第七届)南京国际车展将成为开办以来规模最大、档次最高、氛围最好的一次车展。本届车展有50多家国内外整车品牌参展,基本包括了目前市场热销的和深受观众喜爱的品牌和车型,将在现场展出的200多台展车大都是最近推出的新款。今年车展的预售票超常火爆,观众参观购车热情也明显高于往年。9月30日晚,第一批5辆加长货车已经从成都、北京赶到南京国展中心,到10月4日晚为止,已经有200多辆布展大货车陆续到达展馆,数百吨展台装备进入场内,很多数百平米展台用红外线校准展台水平,车展进入紧张有序的布展阶段。各家参展商都在精心组织排演文艺表演活动、制订现场购车优惠政策,一些厂商还将从总部带来专业的汽车模特队伍,以最佳的形象来迎接热情的观众。

今年南京车展是第七届,在省市政府、各相关部门、国内外汽车生产厂商、各界媒体和周边广大观众的支持下,南京车展每年都有较大进步和发展,在展示汽车产业最新成就、最新产品、引导市场消费、丰富汽车文化等方面得到各方的肯定和赞许。

最近几年,汽车厂商逐步完善了参加区域车展的构想和计划。据粗略统计,今年全国各地的区域性车展已经发展到40多个,而具有一定规模和影响力的有20个左右。南京车展在这20个车展中名列前茅

茅,以其精细的组织和服务在众多汽车厂家中树立了良好的形象和口碑。

北京、上海车展隔年举办一次,被参展商定义为A级车展,广州、成都也在积极向A级努力,国内其它车展皆属于B级或C、D级。近两年,南京车展被越来越多的汽车厂商定为B级规格。今年的车展,由厂商直接负责的展台中,达到B级水平的已经有90%,现场400平米以上的展台占了多半,由此可见厂商对南京车展的重视。

纵观全国车展的布局,南京已经显露出相当的重要性,在江苏全省规模第一,在华东六省中也属一流车展。参加南京车展的国产车基本由品牌总部直接排定,高档进口车参展计划多数是经由亚太地区总部或品牌驻华办事处审定。

10月8日南京车展开幕

当天,现场将有六场隆重的新闻发布会,厂商总部领导将出席发布会。主要的发布会将有:标致207cc江苏第一辆车交付仪式、MG名爵MG7AT激情上市仪式、Acura(讴歌)09款RL发布仪式、09款福克斯南京新车发布会、Infiniti(英菲尼迪)品牌新闻发布会、现代Rohens(劳恩斯)南京上市发布会等。除此之外,宝马1系、宝马X6、东本新世代CR-V、广丰雅力士、荣威550、雪铁龙世嘉、上海大众朗逸、奇瑞A3、北京现代Elantra悦动、马自达2劲翔、比亚迪F0、吉利熊猫等最新款车型也将在车展现场和观众见面。

高档进口车品牌全、展台规模大、新款车多是今年南京车展的一大特点。南京及周边地区对高档进口车有较多的需求,众多意向购车客户可以做好准备,在现场参观选购。国内

热销的宝马、奔驰、保时捷、法拉利、玛莎拉蒂、沃尔沃、德国大众、凯迪拉克、双龙、斯巴鲁、雷诺、欧宝、劳斯莱斯、宾利等全数登场,奥迪、标致、长安铃木等展台上也将有进口车展出。

据了解,今年奔驰展台将展出一台价值昂贵的世界顶级豪华车——迈巴赫(Maybach),这在南京车展是首次展出。这个具有传奇色彩的品牌标志由2个交叉的M围绕在一个球面三角形里组成,观众在现场可以一睹为快。迈巴赫(Maybach)是德国汽车制造商中的绝对经典,精湛的技术,至高的品质,使得它成为众人瞩目的焦点。“物以稀为贵”,以手工生产为主的迈巴赫年产量仅500辆。这就是为什么迈巴赫价值不菲的原因吧。

主办方已经陆续接到各品牌的展台搭建效果图,和往届相比,今年各家展台的设计风格新颖、装修豪华、结构明快,搭配新车美女,必是靓丽非凡,美不胜收。

南京车展是南京的优秀品牌展会,主办方热烈欢迎各地观众前来参观。今年车展不仅有新车试驾、汽车竞技等互动区域,还在现场设置了多处温馨的观众休闲区和儿童活动区,你还可以享受免费婴儿车租用、儿童寄存、汽车报刊阅读等服务。所有工作人员和大学生志愿者将推行微笑服务,观众在观赏新车的同时也能体验到人性周到的服务,让我们一起共度激情洋溢的五天盛会!

■车展小贴士

快报免费发放2008南京国际车展门票,领完即止!

一年一度的南京国际车展已经成为南京一张响亮的城市名片,随着展期将近,很多读者纷纷拨打快报热线,希望能够得到免费的门票,可以到车展现场全方位地对比自己中意的几款车型,免受在各个4S店之间的来回奔波之苦。

快报作为2008南京国际汽车展览会的主办方的合作伙伴,也是2008南京国际车展免费门票的发放点。因免费门票

数量有限,每位读者限领一张,领完即止!想得到免费门票的读者请抓紧时间,拨打快报热线96060,留下您的联系方式及有效证件号码!前30位报名的读者都有机会获得门票!希望这份幸运能够属于您!

免费门票发放时间:10月8日下午,领取地点:洪武北路55号置地广场7楼读者接待处(凭有效证件领取)!咨询电话:96060!

门票信息

一、展会开放时间 & 票价
开幕式 2008年10月8日
9:00-9:30
媒体及专业观众日
2008年10月8日
9:30-16:30 20元/人
公众观众日
2008年10月9日-12日
9:00-16:30 20元/人

二、本届车展凭入场券进场参观,观众可以通过以下方式购买入场券:
1. 为方便广大网民,特委托淘宝网店铺(店铺名:2008南京国际汽车展览会门票淘宝代理;网址: http://shop34823643.taobao.com)作为入场券网上销售的指定代理,三张以上(含三张)可享受免费送票上门服务,团体优惠。
2. 开展期间在南京国展中心

南、北大门门口现场售票。1.4米以下儿童在成人陪同下免费入场。

交通贴士

观众至展馆的线路:

1、从南京禄口机场乘机场班车→中山南路长途汽车南站→三山街地铁站→火车站→火车站向东步行1公里,或者乘10路、17路、22路、28路、45路、66路公交车到锁金村站下车,直达中心。
2、从南京火车站→火车站向东步行1公里。或者乘10路、17路、22路、28路、45路公交车到锁金村站下车,直达中心。
3、从南京长途汽车站乘10路、66路、73路公交车直达。
4、从沪宁高速公路马群出口绕绕城公路,上312国道直达国展中心。
5、从南京长江大桥到建宁路左行至中央门立交桥,上龙蟠路东行即达。

第八代雅阁:五冠王是实力体现

在上半年众多不利因素的影响下,很多消费者对车市的信心不足,选择了持币观望,从而影响了汽车行业的整体表现,呈较大幅度的下滑趋势。而作为中高级轿车市场领军品牌的第八代雅阁不仅没受到市场影响,反而顶住压力,终端价格依然坚挺,销量出乎意料地逆势飘红,8月销量达到14433辆,第五次获得中高级轿车市场月销量冠军,累计销量达到105314辆,成为该细分市场今年总销量第一个突破10万辆的车型。现在看来,第八代雅阁的产品和品牌形象给了经销商很强的市场信心,更给了消费者信心,虽然目前9月份的销售统计数据还没有最终公布,但相信凭借着雄厚的实力,第八代雅阁九月销量仍然能问鼎中高级车市之首。

“十一黄金周”第八代雅阁表现强劲

对于中高级车市而言,08年的车市动荡异常厉害,受众多因素综合影响,消费者的购车意愿有所下降,不少经销商都表示,要顺利完成全年的销售任务,压力非常大。而广本经销商却没有表现出担心,广本特约店一销售人员轻松地笑着说:“第八代雅阁上市以来,平均每天来看车的人都有10来组,我们都快忙不过来了,所以从来不用担心第八代雅阁卖不出去。而国庆期间历来是车市的高峰期,第八代雅阁更是火了一把,来看车的人络绎不绝,成交量更有目共睹,交出了一份令人满意的答卷。”

正如这位销售人员所说,事实上第八代雅阁上市以来一直表现出了强劲的销售势头。8月份以14433辆的销量第五次问鼎中高级轿车市场月销量冠军,累计销

量达到105314辆,刷新了中高级车的10万销量的时间记录。据一位业内人士称:“第八代雅阁的到来对整个车市造成了很大的震撼,让各路高手不寒而栗,并且终止了中高级车加价步伐。第八代雅阁的畅销是多种因素相互作用的结果——超强的品牌影响力、强大的产品实力和稳定可靠的品质,并且在口碑相传之下,第八代雅阁如此走俏是意料中事。”

好产品是夺冠的关键

据第八代雅阁车主反映,选择第八代雅阁的原因主要是被它超群的产品品质所吸引。第八代雅阁在技术、安全、环境、动力、操控、配置、外观尺寸等方面都全面超越了已有的B级车概念,接近甚至达到了C级车的档次,是一款名副其实的“B++”轿车。同时,第八代雅阁车身尺寸达到空前水平,长4930mm、宽1845mm、高1475mm,这使其对比同级别车时格外有豪华车的味道。

值得一提的是,作为雅阁系列中的高端车型——第八代雅阁3.5L,采用了3.5L VCM V6发动机,是雅阁品



“十一黄金周”广本4S销售情况火爆

牌迄今为止动力最强劲的发动机。此外,这台“2008全球十佳发动机”还采用了本田领先的VCM可变气缸管理技术,可以根据行车的需要,使发动机在3缸、4缸和6缸之间进行自动切换,从而使能效和能耗达到极致平衡。张先生驾驶了第八代雅阁才3个月,就对自己的爱车赞不绝口:“我很喜欢它的驾驶感,用力踏下油门踏板,并没有立刻表现得相当“激进”,整个起步的过程都显得非常安静、顺畅,此时转向系统、油门、制动的力度都充分体现了“舒适为主”的设计思路。而且妻子也觉得坐在车内不会有明显的颠簸感。因为悬架自始至终保持了相当的韧劲,能将路面的颠簸逐一化解。”张先生只是众多雅阁拥趸的一个缩影。第八代雅阁还将日系车省油的特点发挥到了极致,在油价飙升的现状下也给了车主们一份独具慧眼的自信。

“代代相传”的良好口碑

雅阁在国内中高级车市场创造过一个又一个神话,无论是最早引进国内的第六代雅阁,还是现在的第八代雅阁,无一不是上市即创造畅销记录,光从雅阁在中国有80万辆保有量的事实中,就能反映其独步车坛的品牌影响力和良好口碑。而今年,第八代雅阁又创造了上市8个月销量即突破10万辆大关的记录。一个又一个记录之后,是始终畅销不衰的雅阁品牌。

在广本销售店就能发现这样一个现象:在新购买第八代雅阁的车主中,有一部分是原来就已经使用过老款雅阁的车主,如此高的品牌忠诚度在中国汽车消费中尤为难得。一位先后购买了第六代和第八代雅阁的车主李先生就说:“开了几年的车,与朋友的同级车比起来,还是我的故障少,品质稳定,保养起来也非常省心,连朋友下次换车也要考虑第八代雅阁了。”

此外,广州本田的服务一向备受称道,现在又针对第八代雅阁推出了“整车三年或十万公里”的服务政策,达到了C级车的服务标准,这在中级轿车市场是一个空前的创举。一些车主算账说,第八代雅阁相对其他同级车能多保修一年,相当于省了1~2万元维修保养费用。创新与周到的服务也成为了第八代雅阁拥趸众多的原因之一。



内饰向C级车看齐



宽敞的后座空间

专家点评:

第八代雅阁取胜绝招:

细分产品线

影响中高级车销量的因素有很多,其中不可忽视的一点就是,中高级车市场在车型细分上多少显得选择面不多,而第八代雅阁销量步步走强,不断丰富产品线更是功不可没。

第八代雅阁的车型细分已经相当细化,7款车型针对不同定位的消费人群,层次分明。从18.18万元-33.98万元的价格区间内,能够满足各种客户的购车需求。

2.4L加入EX Navi版生力军

9月12日上市的2.4 EX Navi版,是在现有的2.4L最低配置售价为22.98万元的EX款基础上加装导航,其他配置不变,从产品角度考虑,细化和丰富产品线是2.4 EX Navi版推出的主因。

2.0L车型多达3款

2.0L车型是中高级车入门以及承上启下的车型,产品不失“中高级车”的品牌价值,利润也较A级车大为丰厚,是厂商的必争之地。第八代雅阁在2.0车型上埋伏了3款车型,其中2.0MT是雅阁全系唯一配置的手动挡车型。

3.5L以高科技和尊贵服务取胜

第八代雅阁3.5L带来了国内罕见的高科技——“2008全球十佳发动机”VCM-V6,定位于入门C级车。同时在“整车三年十万公里保修政策”的基础上,广州本田还推出国内首创的VIC服务体系,让这一个顾客群体享受到了更高的服务待遇。