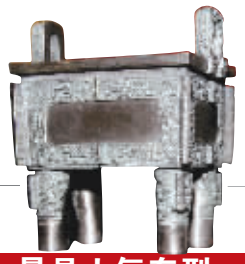
当之无愧最具人气车型 科鲁兹稳居“万辆俱乐部”



最具人气车型

雪佛兰科鲁兹

获奖理由:雪佛兰科鲁兹作为通用复兴计划中“3C”产品中的重点战略车型,因为《越狱》主角米勒的广告获得了很好的市场反应。在欧洲NCAP安全测试中获得最高五星奖的雪佛兰科鲁兹自4月中旬投放市场以来,销量一路飙升,以势如破竹之势全速跨进“万辆俱乐部”,成为名副其实的畅销车。

今年什么新车卖得最好?估计每个人都会想到科鲁兹的名字。继9月首度跻身代表热销的“万辆俱乐部”后,10月份科鲁兹继续以10689辆的销量稳居其中,11月份更是创下了13880辆的销量佳绩。激烈的市场竞争、变化的市场环境似乎都无法阻挡科鲁兹的热销。

事实上,自上市这半年来,科鲁兹已经迅速成长为雪佛兰一款“生力军”。从5月份的6834辆,到6月8623辆,7月8764辆,8月的9812台,到9月份轻松一跃突破了“月销万辆”的门槛,再到10月份的10689辆、11月的13880辆,上市半年多的总销量达到7万辆左右。对于一款全新产品来说,这是一个非常漂亮的起跑。

更值得一提的是,科鲁兹的热销还是在漫长的等待和完全没有任何优惠的情况下取得的。昨日,据南京某4S店销售人员介绍,目前科鲁兹的市场销售状况仍然是供不应求,预订情况仍然踊跃,消费者购买科鲁兹仍需等待一两个月时间。而销售人员表示,目前科鲁兹已逐步进入产品的成熟期,随着年底销售高峰的到来,科鲁兹的销量还将会继续爆发。

作为一款全新的产品,科鲁兹缘何能在如此短的时间内迅速建立自己在紧凑型车市的主导地位?

对此,业内人士分析认为,一方面,科鲁兹凭借其运动风格的设计理念、富有驾驶乐趣的操控性能,很好地抓住了25–35岁年龄段,喜欢运动、强调个性的年轻群体。另一方面,无论是上市之前的“西班牙先锋试驾营”,还是日前举办的“澳门追击令”,科鲁兹不断通过一系列新奇、刺激、充满挑战的先锋活动,和车迷们共同开启了一种全新的“玩”车时代,而这也是年轻车主非常热衷的。

科鲁兹作为雪佛兰全球的重要战略车型,从外观、内饰、动力性、发动机、变速箱等方面来说,都是A级车的标杆。它有非常大的外形设计,非常强的紧凑感,很强的时尚感,包含着非常强的科技性。在科鲁兹上可以看到很多雪佛兰的未来设计趋势,如与众不同、雕塑感极强的肩部线条,带有金领结标志的双格栅等,都将成为雪佛兰品牌标志性符号。

»新闻链接

雪佛兰家族为美好而变 新乐风时尚转身

无论潮流如何变化,那些拥有独特主张的设计才经得起时间的考验。全新改款后的雪佛兰乐风引入了“立体时尚”的设计概念,再次演绎出“精致”的时尚风格。

水平延伸,诠释建筑学经典设计语言

“莱特风格”,一种展现美式自由精神的经典设计理念,在雪佛兰乐风身上“自然延伸”。乐风的车身长度由4310mm增加到4345mm,足足加长35mm,同时,横向延展的车身制造出贴地的奔跑姿态,动感十足。新乐风的前脸则更多融入了显著的雪佛兰家族设计DNA。特别是中网,被分割成上小下大的两部分,边缘镶以镀铬装饰,由此勾勒出时尚大气的视觉效果。车尾则采用了如今汽车设计流行的“双色处理”,使尾部更显动感轻盈。

多元交集,极致演绎跨界元素

“跨界风”近年来风靡设计界,雪佛兰新乐风则创造性地在汽车设计中应用了多元交集的“跨界”设计思路:源于雪佛兰Camaro(大黄蜂)经典设计的“三弧交叠式仪表盘”;体现怀旧风与现代感的跨时空设计的“复古银360度空调风门”;大胆采用了经典几何图案设计的“欧普式几何风格”座椅图案;更如银色质感金属拉丝装饰条,无处不在的生活灵感于细节处动人流露。

全面配置升级,更多美好享受

新乐风以全新造型亮相的同时,亦全面升级了配置水准,诸多便利性配置领先同级车:四门电动车窗、油箱门遥控开启装置、行李箱遥控开启装置,MP3电子移动音频输入端口、12伏特电源插座等舒适性配置全部实现标配,1.6L车型还提供了智能电动天窗和真皮座椅等豪华配置,向消费者传递出一种“时尚、精致、舒适”的汽车生活观念。