

“我们信心十足”

——北京现代高层专访



第八代索纳塔南京推介会开始前,北京现代管理本部本部长张志勇、品牌战略总监郑明采、销售部部长刘智丰及新任东区事业部部长金钟云联合接受了快报记者专访。

问:北京的限购令对北京现代的销售策略有什么影响?

答:北京出台选号购车的政策之后,可以说对每家汽车生产企业的销售都有负面影响。今年1月份,摇号1.7万个,买车的还不到四千,你说有没有影响?不过北京现代不会惧怕。我们将重点关注东部沿海发达地区,不如江苏、南京市场。北现2010年在江苏市场的份额从过去的5%上升到了

8%,名列第四。在南京市场则达到了9.8%。我们也将重点关注二三线城市。要知道,美国的城镇一体化率为80%,中国才30%,二三线城市的汽车消费潜力很大。

问:中高级车似乎历来是北京现的软肋。要想借第八代索纳塔打翻身仗,北现信心何来?

答:我们信心十足。首先是因为这款车已经先行在美国市场取得了巨大成功。第八代索纳塔是去年投放美国市场的,它一改老款车型销量仅为本田雅阁、丰田凯美瑞1/3的颓势,不仅销量与它们并驾齐驱,而且终端价格也基本一致。再者,这款车拿到中国市场后又增加了很多配置,比如全系标配的TPMS胎压监测、VSM车辆稳定控制系统、HAC上坡辅助、ESS紧急刹车提醒、后排加热座椅、三片式全景天窗等等,原来都是豪华车上才能见到的,较高的科技含量已经获得了不少中国消费者的认可。另外,借第八代索纳塔上市的契机,我们还敦促经销商改造展

厅,努力改善服务环境,提高服务水平,通过提升客户满意度达到用户品牌忠诚度的提高。

问:东风悦达起亚将先于第八代索纳塔推出K5,这两款车都强调运动特性,并都主攻轿车市场,这两款韩系车之间是不是要死磕?

答:乘用车市场无非是由商用车市场和轿车市场构成的。2008年以后,各厂商大多将自己的产品定位于轿车,K5和第八代索纳塔顺应了这个潮流。但我们认为这两款车还是有区别的。第八代索纳塔采用了流体雕塑造型,强调动感。K5也讲究动感,但造型上更强调“面”,而第八代索纳塔则更强调“线”。另外,这两款车的目标消费人群也不同,第八代索纳塔目标消费群体是现代知性都市精英,能满足他们追求生活品质、对座驾要求全方位科技配置及智能安全保护的要求。第八代索纳塔的竞争对手将锁定雅阁、凯美瑞和君威等车型。 常青

第八代索纳塔新车推介会登陆南京

3月4日,北京现代携去年获近百家媒体推荐为“2011年最值得期待车型”的第八代索纳塔登陆南京,开启了南京地区的新车推介会。消费者近期即可到北京现代全国4S店,一睹第八代索纳塔的风采。

第八代索纳塔作为北京现

代的旗舰产品,凭借其流体雕塑的外观;智能、科技且极致丰富的人性化舒适配置;豪华舒适的驾乘感受;以及NCAP5星级的同级最高安全呵护,自广州车展亮相即受到了来自媒体和消费者的高度关注。

北京现代常务副总经理李峰

表示,第八代索纳塔将会是一款改变消费者对北京现代品牌形象认知的车型。不仅在中国,第八代索纳塔被广大媒体和消费者认为是2011年最值得期待的车型。作为热销海外、誉满全球的杰作,第八代索纳塔在全球屡获大奖,其安全性和品质得到广泛认可。

流体雕塑完美演绎现代风格

2011年有哪些新车值得期待呢?将于4月8日上市的第八代索纳塔“流体雕塑”的外观着实很“惊艳”,曾被百家媒体评为“2011最值得期待车型”。如果说ix35和瑞纳的“流体雕塑”外观是初露锋芒的话,那么第八代索纳塔无疑是“现代风格”的定型之作。

流体雕塑 独特外观 动感优雅完美结合

极富质感的车身光泽,行云流水般的流畅气息,这是美轮美奂的第八代索纳塔。与一般车型所呈现出的或商务、或大气、或靓丽的外观风格所不同的是,第八代索纳塔奇迹般地将优雅与动感两种看似完全不相关的气质完美结合,使其散发出无以伦比的动人魅力。

以“全球品质的智能科技动感座驾”为定位、致力于为消费者打造“品·智·生活”的第八代索纳塔,车身从内到外都散发出优雅的气质,这也归功于第八代索纳塔以“花中君子”——兰花为灵感设计的丰富车身线条。尤其是前脸和侧面,自然、流畅的线条共同凝铸出精致、立体的车身轮廓。仔细看去,连进气格栅都延续了发动机盖上的兰花线条,可见细节之处见真章。

兰花线条的美感不仅呈现在车身外观上,在中控台上,优美、对称的弧线,搭配潜水镜式仪表盘,使内饰不仅优雅和谐,更不失硬朗动感的意趣,绝对对得起“品”字的定位。同时,作为一款针对时尚、个性人群所打造的中高级轿车,第八代索纳塔的内饰也堪称不落俗套,呈现出强烈的未来感和科技感,与“智”的定位不谋而合。

第八代索纳塔具有超大车身尺寸,2795mm超长轴距,较君威

的2737mm和马自达睿翼的2725mm有明显优势,4820mm的超长车身赋予外观大气和震撼感觉。523L超大后备箱可放下4个高尔夫包,而君威和马自达睿翼只能分别放下2-3个。

第八代索纳塔 展露极致之美

“流体雕塑”设计风格的初期作品——紧凑型SUV ix35和瑞纳在2010年陆续投放市场后,都迅速打开了市场。作为“流体雕塑”的试水之作,ix35的外观线条并不复杂,然而应用了立体线条的结果是ix35较同级别的SUV车型来说,更为靓丽、时尚,更具个性,在“芸芸众车”中一眼就能认出来。到了瑞纳身上,“流体雕塑”的线条运用更为大胆和娴熟,鲜艳的车身颜色搭配极富冲击力的外形,使得瑞纳成功斩获年轻消费群体的心。

到了2011年,即将上市的第八代索纳塔堪称“流体雕塑”理念登峰造极的作品,整车造型既时尚前卫,科技感和动感气息十足,又不失优雅华美。

业内专家指出,自2002年建厂和第一款索纳塔面世以来,北京现代在合资品牌中,一直稳扎稳打,以质价比切入,逐渐扩大市场份额。从以往几款畅销车型——悦动、伊兰特、途胜来看,现代的风格是主打家用,大方、沉稳、中规中矩,这样的风格固然适合很多消费者,但却不能满足个性张扬、喜欢标新立异一族的需求。而ix35、瑞纳及第八代索纳塔,则是北京现代在寻求时尚、个性、前卫风格转变方面的突破,产品覆盖从A0级到B级、以及SUV各个领域,满足不同年龄、偏好、消费层次的需求。



2011年 最值得期待车型



第八代 SONATA 索纳塔 恭迎品鉴

携世界诸多至高荣耀,全新第八代索纳塔盛誉亮相!







动感之美
澳大利亚国际设计大奖(AIDA)

智能科技之美
美国凯利蓝皮书网(kbb.com)最受关注车型Top3

信赖之美
AutoPacific用户满意度调查“五星级”

安全之美
中国公路交通安全管理协会(CAAS)五星认证

品质之美
TopSpeed.com美国中级轿车第一名

南京朗驰 8539 1588 南京金现 5270 7088 江苏万帮 5262 6011