



七夕来临 车似鹊桥 特别的car给特别的你

“七夕今宵看碧霄,牛郎织女渡鹊桥。”浪漫七夕节即将来临,阔别一年之久的织女和牛郎终于可以在鹊桥见面了。那么,正处于热恋中的青年朋友们呢?在这个值得纪念的节日里,你们会选择什么样的浪漫之约呢?正如温馨的鹊桥成为了牛郎织女爱情亘古的见证,同样作为一个载体,选择一辆青春浪漫、激情无限的车亦恰似鹊桥,搭载着成双成对的男女驶向爱情彼岸。在这个浪漫的日子,不妨选择一款中意车型,开始你们的“鹊桥”之约吧!

见习记者 张雷 现代快报记者 张曦 倪泳



本期策划 徐悦
漫画 俞晓翔

SUV步入“小时代”

在6月份国内SUV销量排行榜上,最引人注目的就是奇瑞瑞虎3势头很猛,直接杀进前十,排到第六位。今年上半年,大量新车上市,其中细分市场的热门——SUV车型数量最多,标致2008、长安CS75、创酷等车型的登场,为消费者提供了更多的选择,而小型SUV又成为这个细分市场中最热门的细分,SUV市场正在步入一个“小时代”。

有调查发现,购买小型SUV的人群主要是80后、90后,比例达80%以上。小型SUV在外观方面有着得天独厚的优势,运动、时尚、个性、炫色是年轻人偏爱小型SUV的理由,另外相比传统SUV车型,小型SUV拥有外观时尚个性、驾驶灵便、环保经济及多功能性等特点。

天泓别克4S店的邱经理告诉记者,别克昂科拉上市后,销量一直在不断上升,购买者以年轻人居多,其中又以女性购买者居多。正在选车的段小姐告诉记者:“男友要送我一辆车作为定情信物,我比较中意小型SUV。我因为上班比较远,驾车经常要通过一些路段开挖地带,有时候也会自驾游,要经过坑洼的道路,小型SUV具有不错的舒适性和通过性,同时小巧又时尚,很适合女性开。”

两厢车受年轻人热捧

“两厢情愿”,两厢车因为既能满足代步又能带来运动驾驶激情,还赋予美好的含义,受到越来越多年轻人的追捧。

“New polo新青年这款车销售情况很好,消费人群主要是年轻人。”江苏安吉4S店的销售专员马婷向记者介绍,六月份该店已经售出近30辆,并具备持续发力的潜力。同样作为两厢车,马自达3昂克塞拉也是越来越火,“自从6月21日马3上市到现在,天和4S店已经售出170多台,接下来我们也非常看好这台车子的销量。”南京天和4S店销售经理彭伦说。

新POLO在新车发布会上,集草莓音乐节、创意市集、集装箱装置艺术等于一体,打造了新老POLO车主和年轻潮人的“新青年派对”。同时借助电影《后会无期》,POLO不仅展现了汽车性能,更体现了新青年的品牌精神内核。显然,新POLO希望通过年轻的意见领袖、文化元素,融入年轻人生活。

两厢车中细分出的掀背车,因为造型更加具有动感,空间更大,助推了两厢车的持续热销,可以想见,随着新一代消费者势力的崛起,物美价廉、代表青春激情,拥有完美性能表现的两厢车会继续在市场上展现出魅力。

“精品小车”主打年轻牌

A0级市场第一阵营依然是雪佛兰赛欧和北京现代瑞纳,但第二阵营已悄然发生了变化,主打“青年牌”的车型获得了不错的成绩。

上半年,“领头羊”雪佛兰赛欧三厢和北京现代瑞纳三厢销量分别是11.97万和11.43万,两个车型依然咬得很紧。但第二阵营的竞争越来越激烈,销量排名也悄然发生了变化。比如去年还在前列的夏利,今年就悄然退出,而一汽丰田威驰异军突起,上半年销售约6.3万辆,同比暴涨4927.37%,排名跻身前五。自主品牌长安悦翔的表现尤其亮眼,在去年销量暴涨的基础上,跻身前列。而第二阵营的起亚K2三厢、丰田威驰、长安悦翔三厢之间,都只差几千台的销量。

A0级市场是年轻人的市场。在这个细分市场,只有捕获年轻人的心,才能获得销量。在当前购车年轻化趋势下,越来越多的合资品牌开始在这个细分市场深耕,大幅挤压自主品牌的生存空间,而他们的杀手锏就是打年轻牌。

《中国汽车要闻》主编、业内资深专家钟师认为,现在A0级车外形、技术、性能等硬性指标都差距不大,比的就是品牌和定位。车企只有精准定位,获得年轻群体的品牌认同感,才能在这个市场立足。

悦然纸上

后会无期



一
两年前的夏天,欧洲杯那会,我和同事西风老师打了一次乒乓球,几局下来互有胜负,我很怵他怪异的发球,而他也忌惮我缥缈的弧旋,“今天算是平手,下次再打个胜负。”本以为是平常的约定,可谁知道,之后我和西风老师各自忙碌,竟无暇履约。待上个周末再听到他的消息时,印象中体格健朗的他已然病逝了。

很多约定,后会无期。

二
毕业季,七月的雨总是雾蒙蒙的。

邱兵在澎湃发刊词里写了一个遥远而伤感的七月故事:他的同学小叶子和GB在毕业时互留了一封信,谜底揭穿,终于免不了一场分离。小叶子在信中这样写道:“亲爱的,再见了,也许是永远不再见了。”

我心澎湃如昨,奈何逝者如斯。

很多爱恋,后会无期。

三

十年前,一架包头飞往上海的客机遇难,南方都市报发表了一篇社论,题目至今我还记得:《永远候不来的航班,再也回不去的痛》。不知为什么,当马航MH370确认失联之后,这个标题又跳进了我的脑子里。

悲剧一起接着一起,第二架马航遭遇不测,阿尔及利亚客机坠毁……

西安说:人生就是不断地放下,然而痛心的是,我还没来得及与你们好好告别。

很多等候,后会无期。

四

我不知道这个世界还会失去我们本已熟悉的什么,我只知道,一定会失去什么。

这是铁律。

1999年我有了第一部手机,诺基亚6150,此后多年我一直用各款诺基亚。我和一个只用摩托罗拉的哥们互相打赌:一辈子都用一个品牌的手机。如今我们再见面,赌局成了一个笑话。

当诺基亚已经不再生产手机,当柯达胶卷被数码技术赶出局——

很多产品,后会无期。

五

你敢说你一辈子都只买大奔、奥迪、凯迪拉克、本田、丰田

……开吗?

你这辈子还很长,说不定哪天哪个品牌就不见了,不管它现在有多牛。

还记得南京菲亚特吗?派力奥是多少家庭的第一款车,如今,它在哪里?

还记得悍马吗?提起越野车,人们认为悍马才是不二之选。2010年,它消失了。

还记得Rover(罗孚)吗?来自英国的百年品牌,如今,它变成了中国的自主品牌ROEWE(荣威)。

还记得韩国大宇吗,还记得俄罗斯莫斯科人吗,还记得……

很多记忆,后会无期。

六

后会无期,两重境界。

第一重,期是名词。遥遥无期的“期”。

第二重,期是动词。期待、期望、期许的“期”。

后者才是真的心酸和心悸。

很多心动,后会无期。

七

也不必这么悲观,世界充满偶然。

毕竟还有“君问归期未有期”,以为后会无期,然而不期而遇的故事。

南京翠贝卡酒吧的解总讲过一个迷人的故事:小时候,他在小伙伴那里看到一个漂亮的车模,眼馋到不行。后来偷了父亲的钱去百货商场,把同样的车模买回家。偷钱这事有一天败露了,父亲把他一顿暴打,还把他的车模一脚踩烂。破碎的车模成了他童年的伤疤和未尽的梦想。

很多很多年过去了,他在上海创业,有一天晚上他在保时捷4S店门前驻足,看到店家把一辆新车从货车里卸下,他的眼前一亮:这不是30年前那个车模的原型嘛!第二天早上,解总就拿着卡来店里买车了。

“我为什么必须把这车买下来?像失散多年不期而遇的亲人在异乡的马路上见到了,能不把他带回家吗?”

听这故事的时候,我和南京保时捷中心的余总瞪大了眼睛。余总是印尼人,不知他听懂了没有。

八

那些夭折的和熟透的,那些经历的和过去的,它们自在于另一个世界。

此次此刻,能被你遇上的,是多大的缘分。

别想那么多,后会本无期。

导读

B28
20多位业主状告
“康利华府”违规交付

B22
两种策略
调整外币理财方案



扫一扫,与“车天下”取得更多互动

倪泳
toxuyue@126.com