

汽车时代

Auto Time

■ 资讯

东风日产 年内将推出两款新车

文/俞钢

在继去年 12 月销售量超过八千辆台之后,东风日产再传捷报,一月销售台数突破万辆新高,而且供应紧张的局面不仅限于天籁,已经蔓延到了蓝鸟、阳光等全部产品序列,新年伊始,东风日产在 2005 年取得了一个良好的开局。东风日产一月份过万辆的销售业绩已进入行业前七名。

在经历了一年多的磨合之后,东风日产已经恢复了对市场敏锐的嗅觉。随着去年 9 月底代表日产最新技术的天籁的上市,东风日产相继推出了一系列非常具有针对性的市场活动。在今年,东风日产将直接介入普通家轿市场的争夺,按计划投放市场两款新车。据了解,这两款拥有日产全新发动机,具备超大的室内空间,能够带来高档车内饰品质、舒适感的两款新车,在重新打造“家庭轿车”新概念的条件下,将成为东风日产掠夺市场份额的利器。



东风雪铁龙 05款富康开始接受预定

文/森森

日前,东风雪铁龙宣布:05 款富康开始接受国内消费者的预定,此次 05 款富康的问世是该车型自 1992 年上市以来最重大的提升改型,其所搭载的发动机有 8V 和 16V 两种,排量均为 1.6 升,价格分别为 7.58 万元和 8.88 万元。

据了解,05 款富康的最大亮点是对原有的 8V 发动机进行升级,取而代之的是 1.6 升 16V 发动机。配备了 16V 发动机的富康零至百公里加速仅为 11.3 秒,手动挡车型最高车速可达每小时 185 公里。同时,05 款富康的油耗有较大降低:手动挡车型的百公里油耗由原来的 6.5 升降至 6.1 升;自动挡车型则由原来的 7.0 升降至 6.2 升,其尾气排放达到了欧洲 III 号标准。05 款富康采用了全新的浅色内饰,同时装备高保真 CD、仪表盘木纹装饰、车身覆盖件全部采用镀锌钢板。



捷豹汽车 皇家旗舰加长版将登陆中国

文/森森

捷豹汽车(中国)近日宣布,装备 4.2 升 V8 发动机的捷豹皇家旗舰加长版将在三月初登陆中国。初定于 2005 年下半年在中国面市的另一款新车——新捷豹 XJ6 加长版也会给所有喜爱捷豹的消费者带来更多的选择空间。

据了解,捷豹 XJ6 在近日伦敦举行的著名杂志《What Car》年度风云汽车奖评选中荣获“最佳豪华轿车”奖。

《What Car》杂志的评委会投票表明,捷豹 XJ6 凭借个性化的外形,杰出的动力表现,优良的品质,卓越的性能及豪华的内饰成为同级车型中最出色的轿车。此前,捷豹 XJ6 还在 2004 年美国权威评选机构 J.D. Power & Associates 的客户销售满意度调查中被评为顶级豪华车类的第二名。捷豹汽车也被评为车辆质量与可靠性最佳的欧洲汽车制造商,业绩比上年提高了 20%。



“春节行情” 难言“恭喜发财”

文/吴佩义

2004 年 12 月下旬,记者到北京亚运村汽车交易市场采访,对市场门前那个巨大氢气球上图案为鸡年大吉的“雄鸡”,被标有“扛住”、“挺住”的一幅红铃压得喘不过气来记忆颇深,这无疑是对当时经销商心情的最好写照。

2005 年春节前,记者再次到“亚市”采访时,市场门前那个巨大的氢气球已被一幅幅促销的横幅广告所取代;来该市场看车、买车的人明显增多,一些办理购车手续的窗口前出现了几个月未曾见到的排队现象;经销商们的脸上也大都“阴”转“晴”……

两节期间 车市突现“艳阳天”

不怪消费者不明白,只是中国车市变化快。从去年四季度的凄风苦雨,到今年“春节行情”的艳阳高照,国内车市的突然启动,几乎让所有的人大吃一惊。

据亚运村汽车市场信息部部长郭咏介绍,该市场 1 月份的销售比上月增长了有 60%。最畅销的车就是去年降幅最大的车型。国产车,尤其是 15 万元以下的车型都较好销。像福美来、奇瑞 QQ、夏利、富康等车型供不应求。宝来、捷达、帕萨特等价格上涨甚至取消了以前的让利促销;尤其是广本雅阁一天一个价仍然没车。一些热销车出现了货源紧张,甚至需要预订订金,等个十天半个月再提车。

记者在北京中联汽车市场采访时也了解到,1 月份,该市场售价在 7 万元以下的车,如夏利、奥拓、华普、吉利等十分畅销。夏利甚至出现了“抢车”现象,售价为 3.98 万元的三厢夏利要加价 5 千到 1 万元,还不一定就马上能提车。该市场的一家夏利

专卖店 1 月已卖出 70 多辆车。据北京现代鹏奥专卖店工作人员介绍,伊兰特、索纳塔现车已经没有了。让利促销的“返点”大幅减少,手里的订单每天都要压着 10 多个。

根据相关销售数据显示,今年一月,北京现代和天津一汽汽车销售均突破了万辆大关,创出历史新高。

行情火爆 原因何在

今年春节行情的火爆,自然引来了人们关注的目光。在经历了 2004 年车市的持续低迷之后,今年车市的“春节行情”其内在原因是什么呢?

原因之一:“该出手时就出手”
凡事都有度。在价格迅速下降的情况下,消费者的心理也正在发生着转变。一部分持币待购的消费者认同车价已经到了自己可以接受的程度,在春节前“该出手时就出手”。而在市场上的反映就是去年大幅降价的车“走”得好些;经济型轿车,尤其是小排量的车畅销;企业形象好、产品口碑好、售后服务好的产品也赢得一部分消费者的欢心。

原因之二:厂家降价猛攻“两节”车市。
新年第一天,一汽丰田、马自达的高调降价,引来众多车型纷纷跟进;宝马降价 10 万,更创下了中国车市的降价之最。据统计,从新年后至今,已先后有起亚远舰、QQ、风云车型、旗云车型、东方之子、宝马车型、Jeep2500、威姿、威乐、马自达 M6、羚羊、东风日产等 10 多个品牌数十款车型调价。厂家降价猛攻“两节”车市,应该说取得了一定的成果。

原因之三:租不着车,不如买辆车。
这无疑和国人的“假日消费”情结有关。春节期间,开车旅游图个方便快捷;走亲访友,开辆新车“风光露脸”者大有人在。



尤其是车价一降再降后,春节期间在汽车租赁公司租辆车,一天也得几百元钱,还不一定租得上。现在买一辆车,最便宜的也就是 3 万元钱,狠狠心买一辆算了。

原因之四:经销商唱“主角”。
有关人士分析认为,今年的“春节行情”主要是经销商所为。2004 年,经过了血与火的洗礼,经销商的日子苦不堪言。但做买卖也不能总是“赔本赚吆喝”。去年,有的经销商为了完成任务,得到厂家的“返点”奖励,不惜赔本卖车;而现在没有了“返点”的压力,一些厂家今年新的商务政策又未出台,故现在卖的大都是厂家和商家手里的库存车。“物以稀为贵”,车少了,自然价格就高上去了。而消费者往往是“买涨不买跌”。

“拐点”突现 车市真能转暖?

对这个问题各方反应不一。部分经销商认为,今年的车市该有行情了,理由是经销商已无钱可赚。虽说在春节前部分产品涨价,其实也不过是价格恢复到让利促销前的水平。的确,去年汽车大规模降价的幅度之大,范围之广都是前所未有的:全年降价车型为 80 多个,近 30 个品牌,平均降幅在 10%以上,其中最高的降幅高达 20%。而 2003 年国产车全年降幅仅为 8.1%。预计“春节行情”怎么着也得延续到“五一”。

北京中联汽车市场总经理张超则认为,“3 月份市场如何就不好说了。”1 月份,中联市场好销的基本上都是 7 万元以下的车,中高档车不启动,市场很难持续走好。张超表示,影响消费者购车主要取决于两个因素,一是预期收入多少直接影响到他决定买不买;二是汽车消费和使用环境,如道路、交通、油价、环保、售后服务等方方面面。快人快语的张超坦言,不能简单地谈

■ 心得

节后应给爱车“洗肺”

文/韩欣欣

年节期间,串门、旅游可给爱车增加了不少劳累,风尘也把爱车折磨得灰头土脸。年节过后,该给爱车洗洗“肺”了。否则,会妨碍爱车正常呼吸,加剧机件的磨损,增加故障发生的可能性。对爱车进行“洗肺”的清洁维护,其重点主要有以下四个方面。

1、空气滤清器:爱车在使用中,一般环境空气质量较好时,按保养周期定期更换空

气滤清器就可以了。但周边环境空气质量较差时,则应注意空气滤清器的清洁。若空气滤清器过脏,将使进入气缸内的空气量减少,造成汽车的动力性能下降,速度加不上去。另外,空气滤清器的质量应当可靠,若过滤不清,细微灰尘进入气缸,将使活塞与缸筒之间的磨损加剧,从而降低发动机整体的使用寿命。

2、空调滤清器:堵塞的滤清器还会阻止并减少空气进入蒸发箱,空调虽然开得很大,

但依然感觉不凉,有的车辆车内还伴有异味,对于没有空调滤清器的空调车辆,当感觉出口风量减少或开空调后车内有异味时,请到专业修理厂清洗蒸发箱。清洁后,会感觉车内空气清新,凉度增加,提高了乘车的舒适性。

3、水箱和冷凝器:水箱和冷凝器的表面看上去是平的,实际上有很多蜂巢状的翅片。这些翅片的作用是增加散热面积。汽车在行驶中,很多小东西会附着在散热器表面,如灰尘、树叶等等。如果附着的杂物过多,会直接

影响水箱和冷凝器的散热功能,出现发动机温度过高,甚至开锅的现象,严重时,活塞与缸筒之间,由于活塞热量散不出去,膨胀过大,产生硬性拉动,造成拉缸。

4、喷油嘴:喷油嘴是汽车发动机上一个重要元件,它的好坏直接影响发动机的动力性。喷油嘴在长期的工作中,受杂质、废气等影响,造成喷油孔堵塞或喷射雾化不良,因此清洁喷油嘴是十分必要的。假定车上的各种传感器工作正常,节气门也清洗过,电路也正常,但加速无力,100 公里耗油也不正常,起步困难,甚至打火都成问题,发动机抖动,这个时候,喷油嘴可能就是堵塞得很严重了。由于喷油嘴是很精密的器件,千万不要去路边小店,图便宜,用拆洗化油器的方式去清洗电喷车的喷油嘴,如果小店安装工艺、技术不好,拆卸不好,安装不好,清洗了可能会出现更大的问题。

■ 赏车



文/森森

一月初,通用汽车最新设计的 06 款凯迪拉克 DTS 总统座驾在连任的美国总统就职游行期间首次展现在众人面前,该款新任的美国总统座驾清晰展现了今年即将量产的 06 款凯迪拉克 DTS 轿车的全新设计方向。

事实上,在宾夕法尼亚大道的游行中,总统乘坐凯迪拉克轿车并向民众挥手致意,这已成为了美国历史中最为经典的一幕。在此之前,布什座驾的重任一直由 2001 年诞生的凯迪拉克帝威(DeVille)轿车担任。

06 款凯迪拉克 DTS 轿车彰显了凯迪拉克品牌的全新突破风格和大胆独特魅力,通用汽车董事长兼首席执行官瓦格纳表示:“通用汽车与凯迪拉克非常自豪地推出 DTS 总统座驾,为美国汽车史谱写最新的一章。”

背景

凯迪拉克总统座驾的历史回顾

自 20 世纪初开始,通用汽车和凯迪拉克品牌就一直为美国总统、外交官、大使与各国要人提供豪华轿车与特种车辆。

最早乘坐凯迪拉克轿车的美国总统是伍德罗·威尔逊,他乘坐凯迪拉克轿车参加了在波士顿举行的一战胜利庆祝游行。

1938 年,通用汽车向美国政府提供了两辆凯迪拉克敞篷轿车,它们分别命名为“玛丽女王号”与“伊丽莎白女王号”。这两款约 7 米

美国总统的新座驾

——06 款凯迪拉克 DTS 轿车

华。与今年晚些时候将要推出的量产车型相比,总统座驾的长度、宽度与高度都要大得多。在参加夜晚游行时,齐平安装的高强度聚光灯(HID)将照亮前保险杠上的美国国旗、总统旗及镶嵌在后门上的总统印章。

同时,06 款凯迪拉克 DTS 总统座驾配备了最现代化的保护与通信系统,以维护国家首脑的安全。行政座舱内部以木制装饰为主,辅助以深蓝色皮革及布面装潢。车内共可容纳六名乘客,每位乘客都能拥有舒适的乘坐环境与良好的视野。独特的座椅适应系统可以感测乘客的身体位置并自动调整椅垫,从而进一步提高乘坐的舒适性。

06 款凯迪拉克 DTS 轿车量产车型于 2 月上旬在芝加哥车展上首次公开亮相,预计将于今年第三季度投放市场。

克林顿从 1993 年开始使用凯迪拉克 Fleetwood 轿车,这款车退役后现被保存在位于加州的罗纳德·W·里根图书馆内。

1956 年,“玛丽女王二号”与“伊丽莎白

女王二号”敞篷轿车替代了它们的前任。该两款车与它们的前任一样,装备了当时最为先进的通信系统。此外,轮胎还配有窄轮廓,防止轮胎被击穿。“玛丽女王二号”与“伊丽莎白女王二号”先后为艾森豪威尔、肯尼迪与约翰逊提供服务。它们于 1968 年退役。

里根使用的是 1983 年款凯迪拉克 Fleetwood 轿车,这款车退役后现被保存在位于加州的罗纳德·W·里根图书馆内。

克林顿从 1993 年开始使用凯迪拉克 Fleetwood Brougham 总统系列轿车,该车现被保存在位于阿肯色州小石城的克林顿总统中心里。

说说“精三样”

文/天翼

回顾国内车市发展历程,捷达、桑塔纳、富康“老三样”无疑占有重要的地位,甚至可以说正是“老三样”开启了中国家庭的轿车梦。十余年来,“老三样”已成为一种符号,代表了一个时代。如今,恐怕已经没有人还愿意反复吟唱“老三样”这个提法了,尽管捷达和桑塔纳直至今日还依然占据着汽车销量排行榜的前两位,背后却是整个中国汽车产业苦苦思索的眉头。

不知道公众会不会在意一个词语就此消失,但可以肯定的是媒体向来不会允许任何一个概念的空缺。于是赶在“老三样”被人遗忘之前,“新三样”又迅速地见诸报端。当然,“新三样”因价格的优势的确在市场份额上抢占了“老三样”不少城池。特定时期和特殊背景下的价格战,为一向精于成本控制的韩系车留出了发挥的空间,伊兰特和凯越的热销让他们在所谓的“新三样”中占据两席,而已显老态的马自达 323 也位列其中则不免有些凑数的味道了。

从“老三样”清一色的欧洲车到“新三样”的全部日韩车,国人再一次走向了另一个极端。笔者无意贬低韩国车的质量,毕竟其在全球范围内拥有各种各样权威机构的认可和排名。但不可否认的是,竭尽全力的成本控制只是世界上众多造车哲学中的一种。

作为一件商品,在具备其最基本功能之外,汽车同任何其他消费品一样,承载着品牌、风格 and 品质等无法轻易衡量的价值。这些价值的确是难以精确衡量,但却绝不会被轻易忽视。就像再怎么业余的消费者,他有一百个理由不买宝来,最终还不得不说一句,“这是一辆好车。”这个时候,一句“好车”便是对其价值的最终认可,而往往,这种认可是一个普遍的,可谓精益求精或是精华。套用一句俗话的观点,“精三样”的提法呼之欲出,在目前的国内车市位列其中的也许当属东风标致 307、宝来和花冠了。

丰田在中国总是不能像本田那样讨好所有人。花冠在中国没能像它在世界其他地方那样攻城拔寨,人们一时之间难以确认这就是全球单一品牌的销量冠军。但却没有人可以因此否认这款车的优秀素质。VVTi 并不是丰田最厉害的武器,严格的质量控制才是对手最忌恨的杀手锏。以“质量为圆心”的设计理念所造就的花冠依然获得了所有对手的尊重。但由于日系车的文化缺陷,使得相对来说欠缺一些贵族气质和品质。

宝来在中国汽车市场具有开创性的意义,“驾驶者之车”的概念在四年前提出是冒有风险的,因为在此之前,车理所当然是用来“生”的。事无完美,这款车的缺点和他的优点一样鲜明。然而就算所有人都知道宝来的后座空间是其死穴,却依然有那么多人拥护者对其趋之若鹜。原因很简单,这款车精准的操控和严丝合缝的工艺配得上那句已经被用滥的广告词:“很德国!”

“这是一辆叫宝来‘驾驶者之车’”的地位发生动摇的车。”一位国内汽车专家在测试过的东风标致 307 后的评语,有些溢美之词的感觉。其实 307 从来不少这样的评语,但那都是在欧洲。虽然有许多人纠缠于其从两厢车型延伸出的尾部线条,但却忽视了在当前的中级车市场,这是在各个方面最为突出并且平衡的一款车。作为一款欧洲车中的法国车,严谨和真材实料是得到传承的。

从“只有这辆车”的“老三样”到“只想有辆车”的“新三样”,再到“品味这辆车”的“精三样”,这代表着在一定的市场环境下引导车市发展的一个潮流,其关键原因就在于满足众多消费者的需要。这即是市场的选择,也是一种趋势。其实,“精三样”究竟是哪几款车并不重要,重要的是我们终于开始呼唤进入“精三样”的时代了。

“2005 中国国际汽车售后服务展” 三月初北京拉开大幕

文/谢涛

由中国汽车维修设备行业协会、中国汽车维修行业协会、北京汽车港展览有限公司等单位主办的 2005 中国国际汽车维修技术及设备、汽车零配件、汽车用品展览会(Auto Maintech'2005) 将于 2005 年 3 月 1 日到 4 日在北京中国国际展览中心举办。

据了解,作为中国汽车维修服务业的顶级展览会,本届展览得到了中国国际贸易促进会、中国国际展览中心的大力支持,展会面积比上届增加了 40%,规模达三万平方米,来自国内外的 400 多家公司将展示汽车维修保养、汽车检测、汽车用品、汽车零部件及配件、汽车环保等方面最先进的产品与技术。

据介绍,新厂家、新产品众多是此展览会突出的亮点之一。此外,各地参观团的进驻和海外买家的介入,也将为展览会注入新的活力,使本次展览的贸易氛围更加浓重。