



中国为什么没有皮卡文化?

在中国,很少有人会想到买一辆皮卡来做自己的坐骑,皮卡更多的是作为一种小众的车型被边缘化。但是有在美国生活过的人会惊讶地发现:在美国,皮卡大行其道,个性的车身,光亮的外漆,在城市最繁华的街道上呼啸而过。好莱坞的明星们会衣冠楚楚地从一辆皮卡中钻出来,优雅地走上红地毯,去参加一部电影的首映式。

在国外,皮卡已经成为一种汽车文化的象征。皮卡结实耐用、功能多样化等特性,使得它被很多使用者视为郊游、野炊时不可或缺的家庭“第四成员”。在汽车消费最为成熟的美国,2012 年全美十大畅销车型中占据前三位的均为皮卡车型,这从一个侧面反映出皮卡车型在成熟市场上不可替代的重要地位。

那么皮卡在中国为什么备受冷落?中国为什么没有皮卡文化?这其中的原因是多方面的。皮卡文化在美国兴起,与他们的西部情结和农场文化有很大关系。美国西部地广人稀,皮卡在美国版的“西部大开发”中,一直起着很重要的作用。在西部一些州,农场主开皮卡就好比当年牛仔骑马是再自然不过的事儿。2007 年,时任德国总理默克尔访美时,曾受邀到小布什老家作客,布什就用一辆福特皮卡把默克尔接进了自家的克劳福德农场。皮卡代表了张扬、自由与个性,涵盖了美国英雄主义的西部文化。

然而在中国,皮卡更多是一种边缘化产品。市面上的皮卡主要是上世纪八九十年代的老产品,只能称为工具车,不能给人带来令人满意的驾乘舒适性。人们说起皮卡,多多少少会想到农用车、货车之类,难以产生感情的连结,就更加谈不上文化。但是,随着国内一部分厂商推出更先进更时尚的皮卡产品,人们对这种小众车型的成见正在改观。以同级别中最早上市的猎豹 CT5 为例,粗犷的线条感、时尚酷炫的设计,开启了美式高端精品皮卡的新领域,让皮卡摆脱低端和老土的印象,逐渐成为了个性与力量的象征。

同时,国家中西部建设的政策也给皮卡带来了新的契机。8 月 19 日,李克强总理主持召开促进西部发展和扶贫工作座谈会,提出西部大开发在区域协调发展总体格局中具有优先位置,公路等重点基础设施建设更多地向西部倾斜。这意味着西部在未来将获得更多的资源,随着国家的投入加大,新城镇化的潜力和购买力将会得到释放。

就像皮卡在美国西部开发中风行一样,中国中西部的新城镇化,毫无疑问也是中国皮卡的舞台。西部宽广崎岖的道路上,无论是从城市向乡村输送种子化肥、冰箱彩电等先进生产生活物资,还是从乡村往城市运送木材、蔬菜等勤劳致富的作物,或是在镇上做点商品流通的小生意,都需要皮卡这样空间大又皮实耐用的车。而以猎豹 CT5 为代表的全新一代美式全尺寸皮卡,在新城镇化建设和中西部崛起的时代浪潮中,正好满足了城乡建设和个人发展当中对专业全能车辆的需求。

中国皮卡文化的产生,归根结底需要中国自己的汽车。猎豹 CT5 作为中国的民族品牌,可以更好的了解和适应人们的需求。可以预见,凭借实用设计和专业品质,猎豹 CT5 在如火如荼的新城镇化和西部建设中将发挥重要作用,在一定程度上将推动皮卡在中国的普及推广,从而推动中国皮卡文化的形成。在不久的将来,我们可以看到属于中国自己的皮卡文化。

(郭淑晖)

节油大赛冠军车型 红岩杰狮亮相 2013 武汉国际商用车展

10 月 30 日—11 月 2 日,以“节能创新·引领未来”为主题的第二届武汉国际商用车展(简称 2013 武汉车展)在湖北武汉国际博览中心盛大举行。上汽依维柯红岩商用车有限公司(以下简称上汽依维柯红岩)携其刚刚获得第六届中国国际卡车节油大赛冠军称号的红岩杰狮 S100 国四 6x4 480 马力牵引车和红岩杰狮 M100 国四 4x2 290 马力牵引车亮相本届展会 B2 馆。

10 月 23 日,第六届中国国际卡车节油大赛颁奖典礼隆重举行,红岩杰狮 6x4 480 马力牵引车获得 440 以上马力组节油冠军称号,其良好的节油性能已经得到充分肯定。

高舒适性、强劲动力性也是杰狮对比竞品的一大亮点,为此,上汽依维柯红岩将在本届展会室外场地进行以“大·引未来”为主题的 480 大马力牵引车试乘试驾活动,让现场观众有机会登上杰狮重卡零距离感受其舒适宽大的空间与其超强的动力性,相信一定会受到大家的青睐。

(杨小龙)

新消费趋势下探寻汽车市场崭新增长点

2009 年开始,中国汽车产销量突破 1300 万辆,连续 4 年整车销量全球第一,据中汽协日前发布的数据显示,今年 1-9 月,我国汽车产销量分别是 1593.84 万辆和 1588.31 万辆,同比增长 12.78%和 12.7%,从这一数据来看,2013 年,中国仍有望蝉联全球销量第一。与此同时,巨大的市场容量伴随着中国汽车消费需求的结构性变化,多元化需求趋势的日渐显现推动汽车细分品类的繁荣,从而为企业长远发展提供了重要的机遇和平台。

近年来,随着居民收入水平的逐步提高,消费者对汽车的认识越来越理性,以及国内外汽车消费理念间的相互影响,中国汽车整体消费环境已发生显著变化,消费者的购车需求呈多元化和个性化定制趋势。消费者对汽车各种性能和功能的要求越来越高,同质化的产品已无法满足市场需求,在与消费者息息相关的乘用车和轻型商用车领域,这种趋势尤为明显。

一方面,在乘用车领域,消费者的家庭结构和用车观念的变化决定了多功能车型开始成为一种潮流。目前,70 后、80 后成为新车交易市场的主要购买力,在计划生育国策下,4+2+1 的 7 口之家成为主流,消费者在选择“第二辆车”时往往需要兼顾整个家庭的用车需要,传统的两厢轿车难以实现消费者举家出行的愿望。此外,随着国内居民收入水平,以及国外自驾游生活方式和房车概念的导入,消费者也开始倾向选择多功能车型来满足全家自驾用车的需求。

另一方面,在轻型商用车领域,多元化、个性化的消费升级同样是该领域近两



年发生一系列变化的核心原因。就传统微客市场来说,微客车主对商用和家用复合功能的需求逐渐升级,消费升级推动微车企业纷纷加速了“商转乘”步伐,推出了乘用车车型,但这种“换汤不换药”变化依旧是基于微客底盘而进行的产品更新,难以实现车型真正的多功能化和乘用车化,实则难以满足消费者的核心需求。

在乘用车和商用领域,多元化的消费需求升级成为全新消费发展趋势。一车多能、一车全能已成为车型发展的一种潮流、一种趋势。如何满足消费者的这种多元化、个性化的需求成为众多车企探寻汽车市场崭新增长点的突破口。或许我们可以从历史悠久,发展较为成熟的国外汽车市场找到值得借鉴的经验。

国外消费者在购买汽车时更加注重车型的“性价比”和个性化,他们选车通常以多功能、大空间的车型为优先考虑对象,因为这种车既能满足全家周末出行游玩的需求,又能满足自己的个性化改装需求。因此在国外消费者的购车清单上,除了加长加大的轿车之外,CDV 车型也被优先列入。CDV(Car Derived Van)即基于轿车平台的厢式车,它的最大特点在于:在前置前驱的 B 级轿车底盘基础上,将厢式车的装载能力和 7 座的商务性能融合到轿车安全舒适的驾乘体验中。从二十世纪 70 年代 CDV 需求的出现,到 21 世纪 CDV 在欧洲的畅销,CDV 的演进史反映了欧洲生活方式的变迁。目前,国际大都市,如纽约、东京、伦敦等都开始使用 CDV 车型作为城市形象的

越野之王 由你领航

郑州日产锐骐科技环保体验营暨领航版 2013 款上市发布

10 月 26 日起,郑州日产举办的“锐骐科技环保体验营暨领航版 2013 款上市发布”活动在云南、四川、广东、海南四大区域相继启动。刚以原装量产车身份征战首届中国越野拉力赛,并且获得良好成绩的郑州日产锐骐领航版 2013 款,携其强劲的越野动力全新上市,售价 12.98 万元起。

赛事夺冠 原装量产

此次上市车型可谓来头不小。锐骐领航版 2013 款作为中国越野拉力赛中唯一一款真正意义上的原厂量产车型,与其他全副武装、深度改装的赛车同场竞技,成功挑战艰苦赛事,并取得可喜成绩。此举将其越野性能及产品品质表现的淋漓尽致。不仅如此,锐骐领航版还在今年的环塔拉力赛中,在几乎未经改装的情况下,一举获得 2013 环塔(国际)拉力赛汽车 T2(量产)组冠军。

众所周知,报名越野拉力赛 T2 量产组比赛的最重要一条就是:不能改变汽车的发动机、变速箱、底盘结构等车辆参数。这对汽车品牌而言无疑是对自身产品最好的检测,同时也是一项巨大的挑战。不论是环塔(国际)拉力赛还是中国越野拉力赛,其赛段地貌复杂多变、气候恶劣,能顺利完赛已属不易。锐骐领航版不仅顺利完赛,还荣获佳绩,这无疑是对锐骐领航版 2013 款产品超高品质的一个最好证明。

纯正品质 “根正苗红”

纵观整车,不论是从性能、配置还是越野性等多个方面来讲,锐骐领航版 2013 款都算得上是国内柴油皮卡车型中真正的领军者。其整车执行 NISSAN 全球统一的质量标准,流着纯正 NISSAN 血液,算得上是“根正苗红”的皮卡产品;搭载的原装进口 ZD30 发动机,采用 BOSCH 高压共轨技术,充分实现了科技节油、降噪且动力强劲;车



身大梁及前双横臂后钢板弹簧所塑造的坚实的非承载式车身结构,则保证了锐骐领航版的可靠性和通过性;再加上其拥有的 3 年或 10 万公里超长保修期,为客户提供了更优越的售后保障。

科技体验 亲密感受

为了让更多的消费者和越野爱好者零距离、全方位的体验锐骐领航版深藏在其朴实的外表下,那让人惊喜的越野品质,郑州日产继续了其独特的科技环保体验营。“越野冠军话越野”、“CGR 车手亲自展示车辆越野性能”、“试乘试驾”等环节,让嘉宾在了解越野赛事,以及锐骐领航版越野品质的同时,还可以全新体验这款冠军车型,亲身感受这款车型所带来的强劲动力和超强越野性能。

值得一提的是,征战本次中国越野拉力赛的车手——邵建辉及 305 号赛车也带

着满身荣耀亮相现场。具有丰富赛事经验的邵建辉为现场嘉宾分享了 CGR 的赛事趣闻及“越野冠军话越野”、“CGR 车手亲自展示车辆越野性能”、“试乘试驾”等环节,让嘉宾在了解越野赛事,以及锐骐领航版越野品质的同时,还可以全新体验这款冠军车型,亲身感受这款车型所带来的强劲动力和超强越野性能。同时,通过车手的现场驾驶演示及车主的驾乘体验,更加形象地展示了每一辆锐骐领航版即可成为赛场上奔驰的赛车,以及产品所拥有的超强越野性能。据了解,305 号赛车除了进行简单安全性改装,如加装涉水喉、防滚笼等这种比赛必需的简单设备及更换减震器之外,与即将上市的锐骐领航版并无差别,是货真价实的“越野之王”。

这样的产品品质和性能,再一次印证了郑州日产 20 年来对品质的专注与追求。更重要的是,锐骐领航版的诞生,进一步完善了郑州日产锐骐皮卡系列的细分板块。郑州日产锐骐皮卡以领航版为首,携同中流砥柱的精英版、兴业版,以及具有极高性价比的超值版,共同为广大客户提供了精准、丰富的选择。这再一次诠释了郑州日产“相信、相伴、相成就”的客户服务理念,让原本只属于“少数派”的四驱越野运动走进普通百姓的汽车生活的步伐又向前迈进了一大步。

(李晴)

代表——出租车,也是基于对 CDV 本身所拥有的多功能、大空间以及优秀燃油性能等优良属性的考量。

因此,CDV 在国外的成功经验或许可以给中国国内汽车厂商一个借鉴,如何满足目前消费者多元化的用车需求,CDV 可以作为一个不错选择。但事实上,已经有汽车厂商预见到了这种消费者需求,已经率先将 CDV 车型引入国内,并进行了更加符合中国消费者需求的改良,受到消费者欢迎,CDV 这个崭新细分领域在国内的发展已经初见规模。

在国内,CDV 的代表车型主要有以 NISSAN NV200 为代表的国际化 CDV,以帅客为代表的高级紧凑型商务车,和以迷笛为代表仿欧式 CDV。CDV 车型之所以能成为多功能车型的高性价比之选主要在于其“前置前驱轿车底盘”。以国内最早出现的 CDV 车型帅客为例,今年,郑州日产帅客巡展在山东举行,现场对比高端微客剖车展示的方式让消费者清晰了解到 CDV 车型的底盘优势,并直观感受到 CDV 车型由功能复合而带来的全新价值。

全新的细分市场为车企开辟了崭新的增长点。从市场反馈来看,“一车多能”是除了新能源动力之外,车企突破性发展的一大重要方向。如今,CDV 车型进入中国市场,一方面切实满足了一部分消费者的实际需求,另一方面也接轨了国际成熟汽车市场的发展潮流。CDV 在国内的发展印证了中国消费者的购车观念正在发生转变,国内汽车企业在满足和引领消费者需求回归方面更加具有前瞻性。

(李晴)

备战双十一 中华汽车 带你“脱光”

11 月 11 日,凭借其独特的视觉造型被公众调侃为“光棍节”。然而,各大网购商家也认准了新晋“节日”背后的商机。回首 2012 年“光棍节”,各大电商掀起网购狂潮。据统计,当日全网业绩超过 192 亿元;2 亿多网购用户参与了当日的促销活动;平均单店业绩超过 200 万元;部分货品上架 1 秒就被抢购一空……以往的网购狂欢中,服饰品、日用品、快消品占据了绝大部分的份额,但作为大宗消费品的汽车为却一直缺席此类网购大战。

日前,国内知名汽车网站汽车之家宣布,将斥巨资打造首届“11·11 疯狂购车节”,率领国内外众车企加入“双十一”网上购物的电商大战中。“疯狂购车节”活动期间,各畅销车型的“疯狂惊喜价”将会在汽车之家疯狂购车节专题页面公布。用户在当天访问该页面,将可以以超低的价格下单订购。据悉,这次购车节的销售目标是突破 1 万辆。

此消息一出,便受到广大网民与汽车消费者的广泛关注。近日,记者从华晨汽车中华品牌相关负责人处了解到,中华轿车也将参与“11·11 疯狂购车节”,与广大消费者共度狂欢时刻。为回馈广大消费者一直以来对自主品牌的支持,对华晨中华的厚爱,活动期间,消费者通过汽车之家网站相关活动页面订购中华 H530 1.5T 全系车型,均可享受整车 8 折优惠。如此诱人的折扣不敢说是绝后,但绝对是空前。

中华 H530 是华晨汽车发力“十二五”的重拳之作,表明华晨汽车打造高品质精品车、将中华打造成一流乘用车品牌的决心和实力。它以“创领格局的完美精英座驾”为市场定位,充分迎合 70 及 80 后社会主流精英目标人群的高审美生活需求。

中华 H530 不但在造型设计和工程开发方面与意大利宾尼法利纳、德国保时捷等世界顶级企业携手打造,而且在零部件供应、制造工艺、生产设备等方面同国际一流供应商展开强强合作,力求为它的每一个细节都注入纯粹的“贵族血统”,进而使整车品质实现根本性飞跃。目前在中华 H530 的车身上,有近 20 个主要零部件来自于 10 余家全球知名零部件供应商,这些供应商也是宝马、奥迪、大众、福特、通用等国际知名企业的长期合作伙伴。也正是得益于华晨汽车“高品质技术联盟”带来的技术、配件资源,这款以科技、品质塑造品牌,以严谨流程保障品质的高性能绿色精品车型,具有节能环保、造型设计、舒适安全、宽适空间等多项产品优势,堪称创领中级车新格局的完美精英座驾。

(赵宝峰)