



消费资讯

打响SUV突围战 猎豹汽车多款新车发力2015

车型,引爆关注。猎豹飞腾换装1.5T发动机,排量小、油耗低,更加经济节能;“阅兵级好皮卡”猎豹新飞腾推出加长版,让车主朋友“货箱加长,财富倍增”。参展车型新意迭出,为湖南消费者带来赏车盛宴。

金牌品质 猎豹Q6 2015款焕发越野新风尚

作为猎豹汽车明年的主推车型之一,猎豹Q6 2015款当之无愧成为本次车展猎豹汽车展台上最耀眼的明星。凭借完美的越野性能和时尚动感的设计,猎豹Q6自今年7月上市以来,市场反响热烈,赢得了消费者的认可和喜爱。在长沙车展上,猎豹汽车发布猎豹Q6 2015款新车共计四款车型:2.4L手动两驱、2.4L手动四驱、2.0T手动两驱及2.0T手动四驱。多款新车首发,进一步丰富中国消费者的选择。

猎豹Q6 2015款2.4L手动两驱及2.4L手动四驱新车的发布也让许多车迷惊喜不已,其11.99万元及13.69万元的售价极具竞争力。两款车型采用2.4L自然吸气发动机搭载

5挡手动变速器,动力输出稳定,带给驾驶者无限驾驭乐趣。猎豹Q6 2015款2.4L的推出,为消费者提供了多元选择。

上市在即 猎豹CS10 领衔猎豹城市军团

除了猎豹Q6 2015款新车发布,本次长沙车展最让人瞩目的莫过于猎豹CS10。

作为猎豹汽车全新城市型SUV的领衔者,猎豹CS10无疑被寄予厚望。猎豹CS10搭载2.0T赛车级涡轮增压发动机,190马力的最大功率及250N·m的最大扭矩输出,充分满足城市用车需求。为了进一步提升城市路况下的舒适性和操控性,猎豹CS10采用麦弗逊式前悬挂设计,配备多连杆式独立悬架的后悬挂设计,稳定性高,扎实可靠。

长沙车展上,猎豹汽车的另一款城市SUV产品猎豹飞腾C5 AMT正式接受预订,引发了广泛的讨论。秉承“城市风”的猎豹飞腾C5外观年轻动感,更加亲近城市消费者。搭配以省油著称的AMT变速器,猎豹飞腾

C5 AMT在保持强劲动力的前提下节省燃油消耗,减少碳氧化物排放量。

渠道扩张 猎豹CS10携猎豹Q6、猎豹飞腾C5火热招商

越野及城市SUV全线发力长沙车展,带给消费者无数惊喜。随着新车上市在即,本次长沙车展上,猎豹汽车还正式发布了猎豹Q6、猎豹CS10、猎豹飞腾C5三款新车的招商公告,诚邀各地经销商。猎豹汽车此举,旨在拓宽未来产品通路,实现渠道扩张。

据悉,猎豹汽车充分考虑经销商的利益,以最大的利润回馈加盟者。除了充分的销售指导外,还将给予经销商丰富的销售技能培训及一定的推广支持。

本次猎豹汽车登陆长沙车展,无论是新品的推出还是经销商计划的披露,都证明了品牌蓬勃发展的绝对实力。新一年猎豹汽车的表现,值得期待。(张玉梅)

冀中能源邯矿集团
郭二庄社区新闻汇编

认真盘点全年工作

年末将至,郭二庄社区对照年初各项工作指标进行了盘点,查漏补缺,强化措施,确保圆满完成全年各项任务指标。结合各自工作实际,及早强化工作措施,制定明年工作计划,思路要清晰,措施要得力。(赵康华)

抓好信访工作
确保矿区和谐稳定

郭二庄社区在搞好优质服务的同时,把信访稳定工作当成重中之重来抓,充分认清当前信访稳定形势,切实加强信访维稳工作,宣传政策,解疑释惑,化解矛盾,确保矿区和谐稳定。(张秀丽)

组织开展消防演习

为了加强社区居民的消防安全意识,提高居民群众防灾减灾和火灾发生时的逃生知识,近日,郭二庄社区举办了一场消防安全知识宣传和火灾逃生演练活动。本次消防安全宣传活动的高潮是进行火灾发生后的救火逃生演练活动。(王彦柱)

工会做好2015年
职工医疗互助宣传发动工作

郭二庄社区工会积极行动,认真做好宣传组织发动工作。讲清楚、讲明白,激发职工的参与热情,继续发扬“无病我帮人,有病人帮我”的精神,切实推动第八期医疗互助活动的开展。(赵康华)

抓实五项工作促发展

今年以来,郭二庄社区紧跟企业发展形势,及时转变观念,在确保服务范围不偏缩的情况下,进一步强化管理,以党的群众路线教育实践活动开展为契机,提效能,切实抓实“五项”工作,有力推促了和谐矿区创建进程。(张秀丽)

“雪龙号”进驻南极 奥克斯空调“零故障”护航

历时一个多月,横跨多个气候带,在波涛汹涌的海面上穿越8到10级以上西风带,经历浮冰和破冰的艰难航行,“雪龙号”科考船顺利抵达南极中山站。在整个航程中,奥克斯空调凭借“高效节能、持续稳定、超强制热”的极地品质,为中国第31次科学考察船队提供了强有力的“后勤”保障。

环境中为科考队员们提供温暖的工作环境,还要在与“雪龙号”科考船并肩面对各种恶劣条件时仍然能够保证稳定运行。

正是基于对奥克斯空调“过硬品质”的高度信任,中国南北极科考队与奥克斯一次性签约四年,意味着奥克斯空调将一直服役至2018年。值得一提的是,此次随“雪龙号”科考船出征并将留在南极中山站服役的L系列智能空调,其凝聚了“智能化人机交互、瞬时制冷热、环保节能技术、强效去除pm2.5”等行业最精尖的空气调节技术。

极地品质引领空调产业“精品”之旅

面对南极科考征程中的极端恶劣环境,奥克斯空调必须接受住“长时间、超负荷”的严峻考验,不仅要以“全程零故障”的极地品质为科考队员们的正常工作和生活提供温暖保障,甚至还要为驾驶舱以及置放重要精密仪器的设备舱等多空间提供差异化环境温度保障。

作为空调行业领导品牌,奥克斯在2013年5月就开启了围绕“品质是基石、创新是灵魂”的转型升级战略。在制造“精品空调”的核心理念下,奥克斯于日前斩获空调行业唯一“品质标杆”大奖,成为空调业新品质代言人。

显然,比起这些华丽的荣誉光环,经历过极地复杂气候环境测试的“极地品质”更能打动消费者的“芳心”。

奥克斯仅在高品质的生产制造和研发检测设备上的投入就高达7亿元,在制造“精品空调”的转型升级战略道路上进行了一系列卓有成效的研发和创新投入,秉承“极地品质”,以“征服南北极”为起点,引领空调行业快速步入“精品空调”的品质之旅。(曾华伊)

华彩绽放 冠赫群芳
——华冠19周年庆典盛大启幕

2014年12月11日至12月14日,为了回馈广大新老顾客,华冠集团隆重推出“百店同庆 要我想耀”19周年庆典活动:

华冠超市低至1.2折,华冠百货击穿2.9折,华冠黄金更是打破全国黄金的最低价225元/克售卖!活动期间,闻讯而来的消费者均惊喜连连,笑颜尽展,乘兴而来,满载而归!

活动期间,京西南首家UNIQLO(优衣库)、满记甜品、英龙华辰、浪琴等名店也陆续在华冠购物中心盛大启幕。与会者可在华冠购物中心和华冠天地入驻的竹林诗语餐厅、新华影城、幸福蓝海国际影院和红黄蓝亲子园进行娱乐体验。同时,国内外多家集团公司旗下诸多品牌,如BASIC HOUSE、La Chapelle、VERO MODA等也在华冠推出众多冬季时尚新品。

庆典期间,华冠精心准备了一系列时尚精彩的演出活动期待您的欣赏参与,如华冠嘉年华、华冠梦幻气球展、华冠时尚之夜等,给大家献上了一场华丽绚烂的视听盛宴。同时,华冠天地长阳店、华冠天地城关店、华冠天地涿州店、华冠天地公益桥店等也参加了华冠19周年庆典,推出各项优惠促销及演出活动,为寒冷季节的京城送上了一份最贴心的温情。(刘胜嘉)



车市观察：“80后”消费者的“中级”之选

正所谓“三十而立”,如今的“80后”虽青春犹在,但不少人到了“为人父母”的年纪,生活中更多了责任和义务。在经历了市场经济、全球化、互联网等社会进程的“洗礼”后,“80后”在消费观念、消费行为上极为超前,颇富时代特色,在选车购车方面亦是如此。特别是在从为人子女到为人父母的角色叠加后,购车必然也要考虑家庭因素。因此,一款车必须保证一家人的舒适驾乘才可能成为他们的专属座驾。

作为一款为家而生的座驾,新轩逸在设计与做工的每个细节之处都充分考虑到家庭用车需求,由内而外地将舒适渗透到极致,力求为消费者全家打造舒心、舒享的高品质汽车生活。新轩逸给中级车市带来了注重感受和体验的全新主张,为每个家庭带去更多的呵护与关怀,并以超过百万

的市场表现,向每一个家庭证明了自己家轿首选的地位。

消费者购车理念日趋理性

随着“80后”日渐成为中国汽车市场的主力消费人群,他们对车市的影响不容小觑,车企也越来越重视对“80后”消费心理的触动。于是,取悦“80后”成为近年来众多车企营销的主题,无论是昂科拉的“年轻,就要SUV”,还是翼博的“fun手去冒险”,无一不企图敲开追求个性、崇尚自由的“80后”的心扉。

响亮的口号自然迎合了很多人的消费心理,但这种方式并非百试不爽。如今,以“80后”为代表的消费群体的选车标准愈加理性,并非几句广告就能打动。消费者选车时大都会从家庭角度出发,会更多地考虑一款车能否为他们照顾家庭带来便利,以及乘

坐时是否舒服。比如空间能否满足全家人的出行,舒适性能否带来如家的乘坐感受等,这都是消费者更为看重的。

业内专家认为:“随着‘80后’年纪的增长和生活阅历的丰富,他们的消费观念日趋理性,而且变得更为成熟。尤其是为人父母后,他们在原有注重个性化消费的基础上,开始更多地关注到家庭的利益点。体现在购车上,更偏重家用的中级家轿会成为他们的第一选择。”

现今,中级车市场是国内拥有最大消费群体、车型最多且最富于变化的汽车细分市场。同时,已过“而立之年”的“80后”主流消费群是其最大的目标客户群。所以,“80后”对中级车市场的影响力非常大。对他们来说,“家用”不再是简单的“家庭使用”,而是通过一款车让家庭生活变得更时尚、更舒适,还要担负起照顾家人的责任。

践行舒适 成就“中级”之选

对于消费者来说,一款车的舒适性能否在生活中最大化地展现是非常重要的,因为不论是上下班、接送孩子还是家庭出游,特别是交通拥堵的时候,对于乘坐者来说,车就成了一个流动的家,因此车的舒适性显得格外重要。另外,在保证舒适性的基础上,消费者还希望自己的座驾可以时尚、帅气,并且得到节能环保的实惠满足。

可见,“80后”车主对座驾的要求多样且严格,这也促使厂商千方百计地想要满足他们。经过详细调研,多番推敲,适合家用、以舒适为重点诉求的座驾不断涌现。其中,作为“舒适派”首选,新轩逸定位于“越级款待的旗舰家轿”,从空间、配置和驾乘感受等各方面都力求舒适。以新轩逸为首的“舒适派”代表车型,凭借在产品 and 情感诉求上长期领先的优势,引领了整个中级车市的发展潮流。

今年上市的众多新车都通过搭载更多配置,注重细节设计,希望为消费者带来更舒适的感受。如新卡罗拉的LED日间行车灯、真皮座椅、真皮多功能方向盘、一键启动等功能,极大地提升了驾乘舒适感。除了新卡罗拉、新明锐等新兵,以“动力、操控”见长的新速腾,也从定位上向新轩逸靠拢,甚至不惜减配以获得舒适性提升。从产品



的变化不难看出,众多车型都试图以“舒适性”来取悦消费者,中级家轿正集体向着更舒适的驾乘体验方向发展。

除了对舒适性的极致追求,个性的外观和靓丽的内饰也是他们的必然要求,当然,燃油经济性也是不可或缺的,油耗也是他们考虑的重点。在这些方面,新轩逸的表现自然不会令他们失望。以“越级力量”为设计理念,新轩逸打造出超越消费者期待、媲美豪华车的帅气外观。内饰采用第三代Modern Living设计理念,为消费者营造一个像家一样舒适、惬意的车内空间。更值得一提的是,新轩逸搭载了Pure Drive纯净动力系统,并通过Eco Drive节能驾驶助手,将百公里油耗控制在同级别最低的6.2L。

作为中级家轿舒适性风潮的开创者和引领者,新轩逸始终对舒适性需求有着更深层次的理解。也正是基于对消费者

需求的精准把握,新轩逸成为中级家轿市场屈指可数的百万销量车型,并在10月以超过3万辆的成绩,一举刷新车型同期纪录。随着市场份额不断增大、车型数量不断增多、配置性能不断升级、情感价值不断完善,新轩逸将持续推动中级家轿乃至整个车市的进化升级,成为家庭消费者的“中级”首选。(孔正)

