

性价比高,乘坐舒适,空间大适合举家出游

国产中低端MPV异军突起

改变纯商务用车格局

相比于近年来风生水起的SUV车型,作为多功能用途车的MPV仍属小众。“很多人都不了解MPV车型,有的甚至把MPV车型和面包车搞混。”宁波兴欣别克4S店的销售经理焦秀娟说,“因为中国人对于MPV的外形比较不习惯,总是喜欢流线型的轿车或者威猛高大的SUV,对于

看起来有点憨憨的MPV车型接受度确实不高。”

但是,MPV因为其轴距长,空间大,座位多,还是受到一部分特定人群的欢迎,尤其是有商务接待任务的企事业单位。别克的GL8就是这一车型的典型代表,已经占据市场领先地位很多年了。据焦秀娟介绍,现在老款的GL8仍

受欢迎,因为其性价比高。新推出的2015款,从内饰和外观上有了不少改进,销售情况也不错。

现在虽然还是以单位名义购买MPV居多,但已不少人开始将其作为家庭用车,改变了之前纯商务的用途。“这是我们最近地位很多年了。据焦秀娟介绍,现在老款的GL8仍

关键词
高田气囊

法拉利召回问题汽车 宁波消费者可去江北维修

近期,法拉利汽车国际贸易(上海)有限公司向国家质检总局备案了因装配高田公司问题安全气囊的召回。问题安全气囊装配了高田公司的硝酸铵气体发生器。在安全气囊展开时,气囊的气体发生器可能发生异常破损,导致碎片飞出,伤及车内人员,存在安全隐患。

此次召回涉及2010年3月1日至2011年9月30日期间生产的部分意大利系列汽车以及2009年4月1日至2011年6月30日期间生产的部分加利福尼亚系列汽车。据该公司统计,中国大陆地区共涉及621辆。召回行动将自2016年9月15日起,法拉利汽车国际贸易(上海)有限公司将为召回的车辆更换乘客侧前安全气囊。

检验检疫部门建议消

费者关注质检总局的召回公告,及时更换安全气囊,以免影响乘坐者安全。

据宁波检验检疫局相关人士介绍,我市在江北区有法拉利的授权经销商,消费者可以赴店进行维修。消费者也可登录质检总局网站检验监管司(jygs.aqsiq.gov.cn)、国家质检总局缺陷产品管理中心网站(www.dpac.gov.cn)了解相关信息。

高田是全球使用量最大的安全气囊品牌之一,市场占有率高达20%以上,客户群体几乎包括所有日系汽车品牌 and 宝马、通用等其他国际品牌。高田“气囊门”自2008年发酵以来,已在全球范围内导致10人死亡,超过100人受伤。

记者 毛雷君
通讯员 施波
陈宸 金松

关键词

MPV



说起MPV(多功能用途车),不少人可能对这一概念还陌生,但如果具体到商务型MPV代表车型别克GL8商务用车,大家就熟悉了。如今,随着家用汽车市场的拓展,特别是二胎政策的出台和实施,不少家庭购车时开始考虑MPV作为日常出行和旅游之用。

记者 毛雷君

国产自主品牌异军突起

在中国市场上,除了主打商务品牌的别克GL8外,大众的途安可以说是专注家用MPV的车型。之前途安都是5座版本,虽然推出了途安L的7座版本,主打“二胎市场”,但是市场销售不温不火。同样,广本奥德赛和艾力绅等合资品牌,虽然也都是7座版本,兼顾了商务和家庭用途,但是销售也比较平稳。

随着以宝骏730为代表的国产自主品牌的进

入,售价10万元以下的MPV车型显得异常红火。据宁波锦通五菱汽车销售经理范新峰介绍,他们门店现在月均订单量都超过100辆。另外,号称“神车”的五菱宏光同样也卖得不错。

范新峰认为,国产自主品牌在中低端MPV的迅速崛起有以下几个原因:首先是性价比高,比起合资品牌20多万元的价格,国产自主品牌的价格更容易被消费者所接受;其次是

外观和内在质量的提升,之前提到五菱汽车,很多人都会想到面包车,现在随着以宝骏、北汽为代表的家用7座MPV的出现,MPV外观上更加接近SUV,而且都是以轿车底盘为基础,也增加了乘坐的舒适度,这使得MPV更容易为消费者接受;最重要的一点,国产品牌MPV虽然价格便宜,但是空间大,油耗省,既能满足举家出游需要,又可以装载货物,真正做到了接地气、多用途。

高端进口MPV现车紧缺

其实,在国外很多明星都青睐MPV车型,被用来当作“保姆车”,利用其宽大的空间,保护个人隐私以及获得一个好的休息环境。其中奔驰的R系列MPV车型因为著名网

球运动员费德勒的代言而成为高端MPV的代表。而另一款神车级别的全进口车——丰田埃尔法,售价则高达80多万元,而且销售都有限额,现在购买需要加价10万元以上,要等

上几个月才能提车,在宁波市场可谓一车难求。

业内人士认为,随着二胎政策的进一步落实,更多的家庭会考虑空间更大、座位更多的MPV车型。



如何应对时代的瞬息万变?

百度助力企业走出“正确的下一步”

百度技术引领“正确的下一步”

“在移动互联的今天,用户行为呈碎片化、移动化、即时性等特点,品牌影响消费者的路径愈发复杂化。”会议伊始,百度渠道部区域总经理王毅首先点出了中小企业面临的营销痛点。同时,他也带来了百度的“技术+”解决方案。

所谓“技术+”,包含了“技术+数据”“技术+场景”“技术+服务”三个维度。三个维度之中,场景为广告主搭建活动舞台,从而能直接向消费者提供服务,而数据则贯穿其中,成为提供服务的依

据。场景与服务,是载体和客体的关系,数据则成为这一切的源流。未来,百度将把自身的领先技术融入更多的产品中,通过将强大的技术基因注入数据、场景以及服务等无穷生命体,让产品服务化,帮助企业找到用户、洞察用户、与用户互动直至打造交易闭环,爆发出1+1>2的能量,用“技术+”来解决更多的商业问题,与更多的合作伙伴一起迈出“正确的下一步”。

百度糯米,免收佣金+赋能商户

会议现场,百度糯米浙江区渠道经理绳宇先生表示,在“懒人经济”的



催生下,O2O行业应运而生。百度糯米充分利用百度大数据的优势,结合百度地图,给客户提供了“智能选址”“智能开店”“智能管理”的一站式智能平台。而“免收佣金,赋能商户”的大力度优惠更是让中小企业极大地节约了营销成本。自主创业

从此变成一件简单的事情。

据悉,百度糯米免收佣金业务品类覆盖绝大部分行业,包括丽人、健康、亲子、结婚和汽车养护、家装等众多大小品类。百度糯米还针对餐饮、KTV、电影等众多行业推出了包含在线服务、自营营销、客

户管理、金融服务等全面一体化解决方案。

同时,百度糯米还推出了“全民开店”服务,无论是商户、店主还是普通用户均可通过“免费入驻”入口,为自己或身边的门店便捷地开通线上店铺。百度糯米为商户提供了免费店铺模板,能够

让商户在后台自行“装修”店铺页面,自主设置营销、支付及会员管理方式等。此外百度最新营销推广产品——本地直通车,让本地生活商户可以在手机百度、百度地图和百度糯米三大平台上轻松进行O2O营销推广,获取更多互联网用户资源。

作为企业信息化建设的领导者,宁波国技互联网肩负引领本地中小微企业互联网转型发展的重任,一直致力于以技术创新助推更多的本地企业实现转型升级,未来,还将继续深耕市场,帮助更多中小企业在这风云变幻的信息化时代,抓住产业革命的机会,迈出正确的下一步,实现企业新的腾飞。