

车市动态

双 T 动力 车载互联

第四代福美来和新海马 S7 来了



图为上市发布会现场。本报记者 董文俊 摄

信阳消息 (记者 董文俊 刘远强) 5月23日,“T动未来我是城市拓行者”海马第四代福美来和新海马 S7 双 T 区域上市发布暨试驾会在信阳举行,经销商、众海马汽车车主以及当地主要媒体参加了此次上市发布会。

当日下午,一场充满活力的花式单车表演拉开了发布会的序幕,配合创意视频,给现场来宾带来震撼、酷炫的视觉感受。发布会以互动的形式将两款新车的 T 动力、车联网优势传递给在场的媒体和客户。为了让消费者更优惠地购买到高品质好车,现场订车还可享受厂家钜惠政策,并有丰厚的抽

奖、礼品赠送。

据了解,第四代福美来和新海马 S7 是海马汽车进入自主发展 2.0 时代后动力、智能、品质升级的代表。两款新车搭载了海马最新自主研发的涡轮增压发动机和 HM-Link 极智车载互联系统,通过废气涡轮增压技术,配合可变气门正时、电子节气门等电控系统,精确控制燃油喷射,提升燃烧效率,在实现超强动力的同时兼顾节能环保。第四代福美来 1.5T 车型的百公里油耗仅为 7.1 升,搭配 1.8T 发动机的新海马 S7 油耗为 8.4 升,在同级车型中均处于领先地位。

HM-Link 极智车载互联系统成为两款新车的又一大亮点。HM-Link 极智车载互联系统由海马售后服务平台、海马数百家销售服务店和 TSP 供应商天安智联三大平台共同搭建,同时还是国内唯一一家拥有中国电信专属网段的车联网系统。中国电信所提供的移动互联网信号在国内处于领先水平,保证了网络服务的畅通,而海马专用的网段,可以保证车主在任何时候都能快速连接后台服务,避免受到其他用户的干扰,尤其在车辆发生故障或者需要救援的时候,其便利性更加突出。



热爱十周年,感恩回馈季!5月24日,信阳新纪元雪佛兰 4S 店总签售会盛大开启,全系车型最高可享综合优惠 5 万元!其中,赛欧 3 分期购车只要 40% 的首付,18 期“0”利息即可提走;创酷 6 万定额贷,24 期“0”利息轻松车“贷”回家;科鲁兹 8 万定额贷 24 期免息;同时,老客户介绍新客户购车,老客户可获得两次免费常规保养。

本报记者 董文俊 摄

如何买车来配表

时下最流行的,就是“买了个表”——还是水果味儿的!没错,已经有不少小伙伴纷纷晒出了他们的 Apple Watch,很多 App 也针对 Apple Watch 的功能植入进行了升级,汽车也不例外。如宝马推出了针对 Apple Watch 的远程助理应用,支持 i3 和 i8 车型,用户可以通过 Connected Drive 技术将爱车与 Apple Watch 连接。当双方处于连接状态时,Apple

Watch 的 Glance 界面功能让用户可以随时查看他们爱车的电池状态,当高压元件充满电时,它会发出提醒。除此之外,Apple Watch 在用户停车后,还可以继续为用户导航,把用户从停车位置一路导航到最终目的地,它还可以导航用户返回停车位置,并允许用户提前设置车内温度。当然,如果你忘记锁车了,在 Apple Watch 上也可以实现远程锁车,

以及关闭或打开天窗。BMW i Remote 应用目前可在 iTunes 上下载。

除了宝马之外,保时捷和特斯拉也针对 Apple Watch 推出了相关 App。据保时捷称,已经推出的 Apple Watch 软件能够实现很多便捷功能,比如遥控车内功能,或者查看车门、车窗及后备箱是否关好等。

(言成)



大众评说

保车与保胎

张继疆

首先需要说明的是,这确实不是一则医院的宣传软文,更不是一则有关于保险的宣传文案。

上期《汽车周刊》登载《注意这几种情况 保险公司不认账》一文的当天,5月20日,在“520”这个似乎很特殊的日子,对于汽车行业来说,不再仅仅是个“合理”的促销好日子与好噱头,更成为了一个“普法”的纪念日——当然,随着国内某互联网保险公司推出的国内首款“轮胎意外保”,“保车也保胎”的概念才真正在众多车友脑海中形成:原来以前“车险居然不保轮胎!”原来报保险可以用微信!原来验保不仅要会自拍,还得需要找快递小哥!原来……可谓“点赞与吐槽齐飞”。

轮胎作为高风险损耗品,不赔可以理解,可消费者事先不清楚就有问题了。网上搜搜“轮胎保险、轮胎险、爆胎险”,就会发现不知道“保车不保胎”的大有人在,不少人认为只要买了全险或者车损险,轮胎也包括在内。甚至就连在报纸白纸黑字登出来之后,依然有人不舍得将压箱底的保单拿出来仔细看条款。其实车险不保轮胎这事儿,白纸黑字分明就印在保险条款上,往往跟保单订在一起——只是为了环保,条款字号小了点。你看,或者不看,条款就在那里。

于是,一个“轮胎险”的发布会,在行业圈子里就炸了锅之后,迅速地依托着互联网、朋友圈几何倍数的扩散开来,槽点如约而至:纳尼?保车,为什么不保胎?保车不保胎,为什么我们原来不知道?保车不保胎,为什么我们是通过一个保胎的产品发布会才注意到?同样是保胎,为什么能如此吸睛?

更有看点的是,“轮胎意外保”启用了比传统保险更开放、更快、更有效的微信直播来做传播。在春晚百亿次的抢红包互动之后,微信这个“新媒体平台”又被开发出一种新的功能。从朋友圈中一度疯传的“百度完爆微信”视频来看,“轮胎意外保”是搭上了微信的“顺风车”,还是“末班车上的绝唱”,其到底会不会成功,现在下结论也为时尚早。不过这些细节投射出的用心和洞察力,做法背后的格局,透射出的执行力和创新能力,对投资人来说意义不同,有助于提升估值。同样的事情,你做不行,他就做就行。大家不看好的东西,他可以玩出新花样,这比无中生有的创新更难。“互联网+”,也许就在于不是基于特指的一个平台,而是一种思维模式。

当然,“轮胎意外保”提供的槽点绝不仅仅一个“知或者不知”,而是在于它对受损轮胎的审核:如果保险公司需要查看轮胎,则需要由消费者将轮胎寄至指定地点并注明……订单号(邮寄费用由消费者承担)。地址:上海市……3楼,轮胎保收。

面对这种款项,不由得让女司机们苦苦思索:什么意思?寄轮胎,我该怎么面对快递小哥的目光?拍个轮胎,万一磨砂磨掉了眼角纹,顺道也磨平了轮胎花纹,还真的就不能用美图秀秀了?这画面太美,我甚至不敢脑补。