鸿发荣威特惠风暴迅猛来袭

——荣威550限量超值足金版仅售9.99万元起!

一年一次的珍稀机遇,怎能放走?本周末山东鸿发荣威春节前最后一轮特惠风暴强势来袭,多款超值特价车型限时限量发售,更有机会享定金1000当2000用!活动现场惊喜好礼送不停,鸿发荣威邀您一起玩游戏、拿大奖、买好车、过大年!

特惠期间:

荣威550限量超值足金版,9.99万元起,全国限量发售仅999台!

荣威350限时限量版,7.99万元起,全国仅限发售1888台!

作为首次进入10万元以内的1.8L车型,荣威550"含金量十足",给到"不一样的你","不一样的起点",所以过节回家,当然首选荣威550,而升级后的2012款荣威550,则具备更多让人难以舍弃的优秀品质,让我们不得不爱上荣威550。

超赞外观:2012款荣威550在外观的整体设计上,充满着英伦气息。整车车身简洁、流畅。前大灯饱满而晶莹剔透,充满生命力。新增的Shark Gill鲨鱼鳃,不仅美观,而且能够为车身前部增加5%的下压力,使驾驶稳定性更加出色;全新设计的左右外后视镜,优化了视野范围,并且集成了转向灯,灯光的响应更为迅速。

超值空间:如今越来越多的豪华B级车开始在空间方面大做文章,力求营造更加舒适的车内环境。从空间上来说,荣威550长4624mm,宽1827mm,高1480mm,轴距达到2705mm,这一空间数据已经超过了A级车的"习惯标准",无限接近了B级车的大小。以A级车的定位完美跃级挑战B级车的空间,在舒适性实用性上带给客户更多满足感。

超值科技:2012款荣威经过26项全新升级,车辆品质全面提升。第五代Navi-Pro自律航法高精准导航系统、全面升级的USB功能、客户自定义开机画面、Dual-Bus智能管家系统优化等等让增值配置无可挑剔。

超值动力:在动力方面,2012款荣威550将精力放在动力和油耗的平衡上。第三代丝柔级1.8L Kavachi发动机采用了先进的DVVT技术,可降低油耗5%,同时动力提高10%。RND(Root Noise Decrease)层段式源噪音和震动控制系统,大幅降低了发动机源噪音和震动,使静音水平提高8%,而最新陶瓷载体催化系统则能降低尾气排放污染,在提供澎湃动力的同时,也让驾驶者享受到了更加安谧的驾驭享受。

山东鸿发省体店
济南市经十路124号省体育中心0531-82030707

山东鸿发东威店
济南市经十东路3123号
0531-82061111

山东鸿发罗孚店
济南市英雄山路南外环南3000米路西0531-82791111

山东鸿发章丘店
章丘市明埠路鸿发汽车城
0531-81295555

山东鸿发商河店
商河县许商办事处钱铺街钱隆汽贸0531-84802999

车之家,爱无限!
鸿发汽车

厚积薄发,稳健前行——2011海马汽车的进取之路

2011年,对中国汽车市场来说注定是不平凡的一年。经过2009年、2010年连续两年的爆发式增长之后,中国汽车市场在2011年进入了相对缓慢的发展阶段,市场温度明显降低。

而在这样的市场背景之下,海马汽车依然取得了超越市场平均的增长率;此外,海马福美来三代也在这一年勇夺中国房车锦标赛(CTCC)年度总冠军,成为首个在该赛事中夺得年度总冠军的自主品牌车型,实现了市场、赛场的双丰收。

自主破阵利刃 福美来三代演绎CTCC"黄色风暴"

2011年11月6日,中国房车锦标赛(CTCC)2011赛季第八分站赛在上海天马赛车场落下帷幕。海马福美来车队在CTCC中国量产车组冠军争夺战中摘得2011年度桂冠,在实现了历史性突破的同时也创造了自主品牌夺得国内顶级汽车赛事冠军的传奇。

海马汽车与CTCC结缘已久,自2005年开始投身比赛后,海马汽车一直坚持至今,一度成为了该项赛事中自主品牌车队的独苗,不过坚持终会有所回报,车队的成绩一直都在稳步提升,并于2009年、2010年连续两年获得季军。而在2011年,历经七年的坚持与磨砺,海马汽车终于迎来了自主品牌的里程碑。

海马汽车在CTCC赛场的成功,在于稳健,更在于坚持。七年的CTCC挑战之路,海马汽车让消费者深刻感受到了其骨子中的坚韧与不服输,以及快速成长的品牌实力;同时,极端的竞争环境也让海马汽车的产品实力得到充分磨砺,从而诞生了福美来三代这样足以力压合资品牌对手的冠军车型。

在合资品牌不断下压的背景下,在中国最高级别汽车赛事中力敌众多合资品牌对手,并夺得年度总冠军,无疑是为整个自主品牌阵营打了一剂强心针。对于自主品牌阵营来说,福美来三代是2011年突破合资品牌围攻的破阵利刃,极大的鼓舞自主品牌阵营的士气。

延续文化体验式营销 海马骑士2012款"万里走黄河"

品牌上行,是自主品牌发展的必由之路。对高速发展的海马汽车来说,更是如此。而作为海马汽车上行先锋的"硬派绅士"海马骑士,海马汽车为其打造了以文化探寻引发情感共鸣,以极限体验证明品质的独特营销之道。

2010年8月,海马骑士以全程故障、维修配件零开封的卓越表现,完成了重走丝绸之路的壮举。此后,海马骑士又启动"发现中国之美"全国营销活动,与媒体、消费者共同探寻区域特色文化,为传承中华特色文化贡献力量。

2011年8月8日,海马骑士2012款再次踏上了"万里走黄河"的征程。海马骑士2012款与活动团队历时28天,跋涉7726公里直达黄河东营出海口,沿途探寻黄河文化,弘扬黄河精神,为中华母亲河的保护与治理工作贡献了自身力量。海马骑士2012款也以高原、山地、丛林、沙漠、草原、滩涂"全地形征服"的出色表现充分验证了自身实力。

"文化行走"这一独特的品牌上行路径,看似太过于阳春白雪,让消费者难以靠近,而且操作成本高昂。但实际上,却让骑士的品牌内涵与品牌气质显得与众不同,成功树立了自主品牌的高端感,实现了消费者的品牌认同。

有人说,2011年是中国自主品牌的转折点,大浪淘沙的进程将从这一年开始变得更加残酷。而偏偏在这一年,海马汽车走出了稳健的步伐,并品尝到了收获的甘甜。重视对市场的洞察、重视消费者的多样需求、重视产品力的实质性提升,正是坚持这样稳健而朴实的发展之道,为海马汽车赢来了一个美好的2011。而面对市场环境更加复杂的2012年,我们对这样一个独特的自主品牌也有了更多期待。 (黄琼)