雪佛兰爱唯欧

◓试驾者说：

试驾嘉宾：刘鹏

当时考虑买一辆家庭用车，看来看去看上了雪佛兰爱唯欧，又适合家用又安全还拥有不错的动力。试驾归来，我们三个人一致认为它将是我们家的“得力助手”。我们三人最喜欢爱唯欧的运动型设计风格，“小爱”是继承了“性能钢炮”AVEORS概念车的设计灵感，摒弃了传统小型车圆润、中庸的设计方式，将机车灵魂与汽车运动美学相融合。内饰做工也很精细，储物空间设计合理，很人性化。跑车式的转速表设计时尚，儿子非常喜欢。“小爱”轻松的驾驶感受深深地触动了我，离合器踏板不太沉重，入挡的感觉也很顺畅，一路试驾到泰安来野外郊游都是游刃有余，想必穿梭于市区的道路会更加灵活自如。1.4L发动机提速也很不错，发动机在低转速下油门响应比较灵敏，变速箱换挡平顺，在低转速下爱唯欧的整体噪音控制也比较出色，儿子在刚才来的路上还甜蜜地睡了一觉。

据说，雪佛兰爱唯欧是严格按照全球五星安全标准打造的，爱唯欧车身采用BFI一体化架构，全车高强度钢比例达64%，为同级最高水准。所以我们一家人对于这位“得力助手”更加信赖。

◓车商荐车：

山东润艺 销售顾问 张喆

雪佛兰爱唯欧是去年5月上市的一款高端性能小车，在设计之初就是基于全球高端小型车标准打造，被誉为“通用最强小车”。

拥有堪与中级车比肩的机车运动风格设计、扎实硬朗操控性能、前沿领先科技配备以及全球五星安全标准，专为率性真我、注重驾控体验的新生代人群打造。雪佛兰爱唯欧以越级的性能配置与鲜明的品牌个性进军国内高端小车市场，赋予高端小车细分市场全新的内涵和标准。

作为一款欧洲五星碰撞安全车型，爱唯欧全车拥有同级最高的64%高强度钢材，标配高版本ABS+EBD+CBC电子系统，而ISOFIX儿童座椅固定装置可以很好保护12岁以下儿童安全。动力方面，1.6L、1.4L最高功率分别达121马力和103马力，在同排量引擎中具有一定优势。与之搭配的6速手自一体变速箱，令爱唯欧在4速自动变速箱满天飞的小车市场中脱颖而出。

舒适和人性化配置方面，爱唯欧全系拥有很高起点，即便是SL版本，配置也足以满足日常需求。EPS电子随速助力转向、四门电动车窗、方向盘四向可调、大灯高度可调、三幅运动方向盘、后排可4/6分离翻折座椅等配置，都没有任何缩水。娱乐方面则拥有四喇叭音响，带MP3播放功能的CD音响，并可连接苹果iPhone、iPod等外置播放器，足以满足年轻人的娱乐需求。

◓车型档案

雪佛兰爱唯欧

上市时间：2011年5月
售价：8.18万—11.18万元
长/宽/高：4039/1735/1517mm(两厢)
4399/1735/1517mm(三厢)
轴距：2525mm
排量：1.4L/1.6L
车辆提供：山东润艺汽车销售服务有限公司
销售电话：0531—87297866

适合才是硬道理 日产家轿各取所需

家轿之家的全优选择

随着汽车越来越多地进入寻常百姓家，一家多车的“品牌家庭”变得越来越普遍。在诸多主流汽车品牌中，东风日产产品系列延伸越来越多，旗下九大车型分为五大品类，其中家轿品类中就有轩逸、阳光和骊威三款车型。全家购买东风日产车型，逐渐成为省城济南市民的首选之一。越来越多的“东风日产家轿之家”，成为车市一景。

王先生两年前购买了骊威劲锐版，最近儿子又刚刚选择了阳光。而王先生的女儿一家，购车时也选择了轩逸。幸福的一家人，平时生活里又把东风日产当成了自己的“新进家庭成员”。

骊威劲锐版：空间是第一选择

“我是2009年买的骊威，那会劲锐版骊威一车难求，我等车就等了一个多月。三年开了5万公里，还没出过什么毛病。我对骊威的最高评价，一是空间大，装大件东西毫不费劲，二是底盘比轿车高，过个坑洼路段，不用担心拖底。”

老爷子说起自己的座驾，从来不掩饰自己的喜爱之情。在他的带动下，单位同事和周围的朋友，都选择了骊威。

骊威采用日系车经典的设计理念，尤其是改款后的新骊威家族在外观、内饰、配置等方面进行了全面升级，以其宽敞舒适且灵活多变的空间、大气硬朗且动感的外观、高效强劲的动力组合完美呈现了骊威“全时全能”的全优车型。并凭借超大非凡的空间感和“全时全能”的产品力，为车主提供了关爱家庭、感受家庭温暖的机会。

新骊威家族劲悦版、劲锐版、劲逸版三位家族成员共计12款车型，以“全时全能”的质感给不同需求的车主带来了更多安心保障和舒适实惠。劲悦版以其浓厚的动感风格，吸引着追求运动风潮的年轻一族；劲锐版凭借由外至内温情而时尚的元素，体现了悦人悦己的视觉效果；而劲逸版则利用7座MPV的精髓满足了旅游控们利用闲暇时间带上家人畅游神州大地的愿望。

轩逸：油耗超低果然名不虚传

“我买的是2.0轩逸，朋友都说日产的车省油，我当时以为机械都是一样，排量也是一样，省油能省到哪里去。现在开了一年多终于明白省油的好处了，我这个车现在平均油耗7.8，跟周围的朋友说，大家都不相信。这要不是自己开，我也不相信。”

姐夫是公务员，最开始选择轩逸的时候，更多地是看中它的外型。“空间大，又不张扬，感觉很内敛，和我的性格比较相符。油耗这么低，算是意料之外，意外收获。”

宜家宜商，是东风日产轩逸重点打造的品牌优势，款待家人，也是轩逸刻意树立的品牌理念。开创精彩汽车生活已然是当今社会发展的主流趋势，更多的消费者尤其是已婚车主越来越渴望回归家庭、渴望享受家庭带来的人生乐趣。生活积极向上、家庭幸福和睦、孩子健康成长也越来越成为他们关注的主题，正是轩逸这种“款待家人”的品牌理念，引领中级车市集体“回家”，掀起了一股恋家潮。

为了能够真正的做到“款待家人、关爱至亲”，轩逸倾情打造“四极”标准，对家轿市场格外关注的外观、空间、动力、油耗四方面进行了升级和完善。在外形设计上，新轩逸与时代潮流紧密结合，不乏时尚运动感，在延续饱满、圆润风格的同时，外观、内饰硬朗大气、线条流畅柔美，整体造型趋于年轻化，新轩逸搭载2.0升MR20DE引擎与新一代XTRONIC CVT无级变速器，两者完美合璧，动力衔接顺畅之极，同时兼顾燃油经济性，带来“超技术体验”；在节能减排和油价不断上涨的背景下，轩逸搭载的CVT无级变速器比普通AT变速器节能15%，同时新增了1.6升手动挡，为消费者提供更多的选择。

阳光：城市白领公认首选

“我买阳光的时候，几乎查询了所有的专业网站，很多网站论坛里，都把阳光作为性价比最高的经济型轿车给网友推荐。我和媳妇到店里试驾了两圈就买了。家里人都开东风日产，所以我也选东风日产。”

王先生的阳光刚刚跑过一万公里，王先生对爱车的感觉也从刚开始的爱不释手，转变为习以为常。就在这些习以为常的用车过程中，对于阳光的评价，王先生依然要打满分。“油耗5.9，内部空间这么大，八万块钱买合资品牌，我给自己的阳光打满分。”

阳光是第一个将价格下探到8万区间的合资品牌，将市场定位为给消费者提供最佳价值的“新世代中级车”，而目标消费者就是王先生这样刚刚起步、为家人奋斗打拼、并与家人分享成功喜悦的年轻白领。

据东风日产龙腾专营店总经理张寿峰介绍，在省城济南，像王先生这样的“东风日产之家”还有很多。“东风日产丰富的产品线和完善的服务体系，促成了越来越多的东风日产家庭的出现，这些家庭大客户，将会成为东风日产最尊贵的顾客和最忠实的品牌传播者，让东风日产更快更多地走进齐鲁百姓家。”

（陆小虎）