

7日,由本报举办的“万众瞩目·山东省30城市汽车巡展”活动在胶南市隆泰国际家居广场盛大开幕。本次展会,共有奔驰、沃尔沃、斯巴鲁、马自达、江淮、长安等20多个品牌120余辆汽车参展,两天内吸引了千余名市民观展,现场成交50余辆汽车。



车展现场,几名市民在看一辆斯巴鲁森林人车。

子女要结婚,父母送“婚车”

本报车展胶南站很火爆,现场成交50多辆车

文/片 本报记者 潘旭业

开展15分钟,售出一辆轿车

7日上午,记者在现场看到,开幕前,会展广场上早已聚集了很多前来看车的市民。由于参展的车辆太多,隆泰国际家居广场上的每一个停车位都停着一辆参展轿车。

上午9时,在3辆参展的奔驰轿车准时到达参展现场后,主持人宣布本次车展正式开幕。据介绍,本次展会共有奔驰、沃尔沃、斯巴鲁、尼桑、马自达、江淮、长安等20多个品牌的120多辆

汽车参展,是目前为止在胶南市举办的车展中车型最全,规模最大的一次。车展刚刚开幕15分钟,东风日产汽车就实现了开门红,市民黄女士现场订购了一辆价值12.8万元的尼桑

轩逸牌轿车。黄女士告诉记者,女儿准备在“五一”期间结婚,她买车是给女儿当嫁妆。据黄女士介绍,由于胶南市的车行大部分距离市中心较远,她不愿意一家一家地看。从报纸上看到要在

胶南市举办车展后,黄女士一大早就过来了,在车展开幕之前,她已经在这转了好几圈了。车展刚开始15分钟,黄女士就选择了一款12.8万元的轩逸轿车,并现场交了押金。

子女结婚,父母流行买车

在车展现场记者看到,父母领着子女看车的情况非常多。7日上午10时许,56岁的任女士正领着女儿在逛车展。任女士告诉记者,她家里就一个女儿,

今年就要结婚了,她打算为女儿陪送一辆车当嫁妆。“现在不是讲究结婚男方买房,女方买车嘛。现在男方那边已经把房子装修起来了,我们这边就陪送辆车吧。”任女士说。

记者在现场看到,像任女士这样妈妈领着女儿选车的市民有好几对,还有的是一家三口,父母领着儿子来选车的。7日下午2时,逢先生一家三口在车展现场看

车。据了解,逢先生在胶南市铁山街道开了个厂子,儿子大学毕业后工作已经稳定下来,准备结婚。逢先生告诉记者:“现在儿子结婚用的房子早在胶南市里买了,现在孩

子的工作也已经稳定下来了,所以就趁着今天有车展,想给儿子买辆车开着。”庞先生称,儿子看上了东风日产天籁那款车,他打算再看看,多比较一下。

中低价位、小排量轿车受宠

记者采访了解到,在现场成交的汽车当中,绝大多数都是中低价位的家用小排量汽车。在试驾了1.5L排量的江淮和悦牌轿车后,胶南市民王先生表示非常满意。王

先生告诉记者,他购车主要是为了方便家人出门以及自己日常使用,所以这次来车展就是奔着小排量的家用轿车来的。这款1.5L的江淮和悦轿车售价才6万多元,一百公里耗油8L左右,

自己完全可以接受。“现在一升汽油快8块钱了,听说还要涨,现在买车不得不考虑油价。家庭用车,买个小排量的,耗油少的车就行。”王先生告诉记者。7日上午10时,家住胶

南市铁山街道的张先生和女友来到车展现场。张先生告诉记者,他们“五一”结婚,打算为女友买辆10万元左右,小排量的家用轿车。“我们看中东风悦达起亚瑞欧1.6L排量的那款车,既省

油又美观。如果合适,就买下来。”张先生说。记者从江淮、尼桑、海马、北京现代、东风悦达起亚等汽车参展商处了解到,车展现场成交的车辆均是15万元以下的小排量车型。

千余人参观 现场售出50多辆车

8日下午,为期两天的“万众瞩目·山东省30城市汽车巡展”胶南站落下帷幕,千余名市民到达现场参观选购,现场非常火爆,当场成交的车辆就达到了50多

辆。据了解,本次车展各商家向市民展示了更多新车型,提供了更多的优惠措施。例如长安汽车为参加本次车展活动,在展位推出了特价车

型长安CX30,售价仅为59800元,比原价降低了12000余元。为适合不同消费者的需求,长安汽车还推出了长安CX20、长安MINI、长安金牛星等多款车型,从小排量汽车

到面包车都有,适合消费者的各种不同需求。尼桑轩逸震撼直降13000元,售价12.48万元起。此外,奔驰轿车的亮相也让市民大饱眼福。由于车展恰逢周末,

现场非常火爆,很多市民现场直接出手。短短两天内就售出了50余辆车。据了解,东风日产、江淮和东风悦达起亚等品牌的经济型轿车备受青睐。

林志玲首度设计内衣产品“Chiling Cutting”并为其代言

4月2日,“台湾第一美女”林志玲首度担任设计总监所开发出的“Chiling Cutting”系列内衣产品在“2012都市丽人品牌发布”现场闪耀亮相。作为国内最大的内衣连锁销售集团——都市丽人的品牌代言人,林志玲亲自上阵率众名模T台走秀,娇俏展示自己设计的联名内衣产品,并在活动现场畅谈时尚心经。

自出道以来,林志玲就以甜美清丽的外貌及姣好的身材成为社会瞩目的焦点,被媒体冠以“台湾第一美女”的称号,在两岸三地掀起一股“志玲旋风”。本次林志玲牵手都市丽人,更是其首度代言内地内衣品牌,在谈到为何选择都市丽人作为自己在内地的首度内衣品牌代言时,林志玲说到:“都市丽人内衣在时尚理念和内涵方面与我有许多相



同的地方。通过对时尚气息的敏锐嗅觉和准确捕捉,都市丽人使现代品质女性更加注重内在的自我,通过时尚多变的内衣,传递自身丰富的心情元素、演绎多彩的生活,正是这些在时尚触觉和内在理念上的共鸣,让我对都市

现代解构设计手法,让内衣更具艺术性的时尚感。”林志玲介绍到,“产品线条简约流畅,更关心女性在穿着时的合体性,形体美感上的和谐性,我将之命名为:Chiling Cutting。人体工学的人性化演绎是保证内衣舒适性

的根基,因此,我运用了都市丽人品牌沉淀十几年的畅销杯型,让本系列产品更具吸引力。”

除代言都市丽人内衣品牌外,志玲还带来了亲手为都市丽人设计的内衣,“我的灵感来源于世界各地的地标建筑,运用

在品牌发布会现场,主办方还精心准备了一个名为“百变小玲”的环节,卡通形象的林志玲身着各式内衣以不停变换地方出现在大屏幕上,清新靓丽、具有亲和力的卡通化志玲将现场气氛带向高潮。一边是天生丽质、引领潮流的时尚名模,一边是国内内衣行业领军企业,双方的牵手为整场发布引爆了内衣时尚的炫丽火花。

都市丽人品牌总监袁奇宇先生说到:“之所以推出‘百变小玲’系列形象,正是希望借助林志玲独特的品质女人形象,通过不断变化的志玲卡通形象,打造都市丽人‘新的内衣,新的你’的快时尚核心理念。作为引领时

尚的先锋人物,林志玲无论是在个人气质还是在自身内涵上,与都市丽人品牌清新、自然、新鲜、多彩的风格高度契合,这也是都市丽人最终牵手志玲的根本原因。希望借助志玲对快时尚的亲自演绎,将都市丽人的快时尚理念传递给更多消费者,让大家爱上快时尚,一同感受快时尚带来的幸福与快乐。”

在谈到选择林志玲作为品牌代言人为企业带来的变化时,袁奇宇继续说到:“都市丽人致力于打造大众内衣快时尚第一品牌,在2012年推出的一系列品牌提升活动,签约林志玲是品牌提升的第一步。除了在品牌代言人上发力外,都市丽人对旗下所有产品、门店、服务、供应链、升级体系进行了全面升级,旨在更好、更快地树立内衣快时尚消费理念,引领大众内衣潮流。”

中缝广告

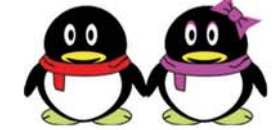
每天只需10元

广告热线:

86968288

小投入

大回报



2430296757

10元投入 几十万人关注
中缝广告订版热线
86968288
13589395551
QQ:2430296757

友情提示

请交易前双方验明有效手续及证件,所刊登的广告不作为承担相关法律法规的依据!