

山东球迷英伦行

——雪佛兰曼联之旅后记

本月,省内两位雪佛兰车主以曼联球迷的身份,应上海通用雪佛兰之邀来到英国,在老特拉福德球场亲身体会了“红魔”曼联的魅力。

此次曼联之旅由雪佛兰品牌主办,在全国范围筛选出同是雪佛兰车主的曼联球迷,邀请他们共赴英国,在曼联主场——老特拉福德球场体验追逐热爱的乐趣。两位山东车主有幸入选。这是自去年6月雪佛兰品牌正式成为英超豪门俱乐部曼彻斯特联队官方汽车合作伙伴以来举办的又一次以足球为主题的公益活动。今年,雪佛兰以“红动五月”为主题,参与了第十二届青岛车展,为山东消费者带来了一次难忘的车展体验。此前,雪佛兰与曼联还共同宣布了“同一个世界足球”(One World Futbol)公益计划。在中国,雪佛兰也积极参与了这项公益事业,通过今年的“雪佛兰红粉笔乡村教育计划”,今年向山东日照的乡村小学的孩子送去了OWF足球,以及追逐梦想的渴望。

尽管曼联和雪佛兰具有不同背景,但二者却有许多共同点,比如都拥有悠久的历史,都致力于使自己成为各自领域的领导者。老特拉福德从1910年开始便作为曼联的主场,至今已逾百年;同样



有百年历史的雪佛兰品牌,其简单的金领结标志,也浓缩着雪佛兰百年传承的热情。这个全球汽车品牌的市场已经发展到全球140多个国家和地区,获得超过2亿车主的信赖。另外,两者在核心理念上也很相似。曼联希望“以球迷为中心,拉近球迷与俱乐部的距离”,而雪佛兰一直致力于与消费者建立强烈的情感纽带,增强彼此间的认同与互动。因此雪佛兰与曼联的合作可谓强强联合,而山东地区拥有良好的民间足球基础,是中国足球热情最高的地区之一。

一名来自青岛的车主表示:“能够到老特拉福德球场观看比赛,这是每个曼联球迷的梦想。感谢雪佛兰通过这次曼联之旅,圆了我的足球梦;作为一名雪佛兰车主,我感觉到很自豪。”

作为通用汽车旗下销量最大并持续成长的全球品牌,雪佛兰希望以一种完全超越传统赞助形式的方式与足球衔接,为全球球迷创造非同寻常的机会,让他们能充分沉醉在比赛中,真实感受足球带给人们的快乐。而通过这

一年的合作,雪佛兰与曼联一同专注于山东乃至全球的球迷,拉近了车主与品牌之间的关系,其角色已经超过了一般的赞助商。与雪佛兰车主一同参与曼联之旅的还有雪佛兰两款明星车型——大7座专业SUV科帕奇,以及即将在中国地区上市的小型SUV TRAX。两款SUV独特的美式硬派外观尽显运动风格,与现场足球氛围融为一体,进一步凸显了雪佛兰与曼联的共同拥有的运动基因。相信在2014年,随着更多新车型的加入,雪佛兰将会让越来越多中国年轻人和年轻家庭,在享受高水平赛事的同时,在足球激情中感悟雪佛兰所倡导的“坚持热爱、追逐梦想”的品牌精神。

在曼联之旅最后一站的曼联主场比赛上,受到雪佛兰与曼联精神的双重感召,现场的雪佛兰车主高举“热爱我的热爱”的雪佛兰横幅。正如曼彻斯特市副市长、曼联传奇球星布莱恩·罗布森所说:“每个人都应该找到属于自己的热爱,并倾其一生去追寻,去热爱。” (本记)

长安铃木锋驭登陆山东

2013年12月28日,备受市场瞩目的长安铃木全新战略级城市SUV锋驭正式登陆山东。作为长安铃木科技含量最高、制造工艺最精良的旗舰车型,锋驭凭借“超低油耗,超高配置,超大天窗”三大核心竞争优势及众多创新科技傲视同侪,为中国消费者带来了卓越的驾驭体验,成为城市SUV的价值标杆。

锋驭全系将推出进取

型、精英型、尊贵型三种级别共五款车型,价格区间为:10.98万元起至15.48万元。锋驭顺应中国用户不断变化的审美观和需求而研发设计,对于那些热爱自然、崇尚自由、不拘细节、敢于担当、不畏困难、勇于进取的精英消费者来说,充满激情、锐意创新的锋驭正是契合他们自身气质与内心情感需求的完美座驾。 (本记)

广汽吉奥GA首款轿车正式下线

2013年12月27日,广汽吉奥首款轿车在位于山东东营的生产基地正式下线,广汽吉奥这款项目代号为GA的轿车是一款由广汽研究院一手打造,产品定位于A级家轿,将面对的车主多为二三线城市用户群体。

据悉,新车的预售价格

为7万元起,并将在2014年年初正式上市,先期车型将搭载一台1.6L自然吸气发动机,匹配5速手动变速箱。

另外,据悉广汽吉奥未来还将推出包括代号为GA1027(大皮卡)和GA6470(SUV)等产品在内的车型。

(欣然)



盘点自主中级车中的“常青树”

说到车坛“常青树”,很多人脑海中就会浮现桑塔纳、捷达、富康这经典“老三样”组合。回顾近5年来市场上推出的自主品牌经济家轿中,也有销量可观、口碑良好的“新三样”,它们是帝豪EC7、长城C30以及东风风神S30。

不老松:东风风神S30

市场指导价:5.98万—8.88万元

在中国市场需求最大、竞争最为激烈的中级车市场,要想成为“常青树”,从舒适大方皮实耐用到价格亲民,具备全面的优势才能打动消费者。东风风神S30就是其中的典型代表。S30车身尺寸长宽高分别为4526mm、1740mm、1465mm,力压同侪更为大气,2610mm超长轴距带来宽裕驾乘空间,特别是后排达675mm的腿部空间,使乘坐更加舒适。配置方面,360度伴我回家灯、多向调节方向盘更加人性化,7英寸屏智能信息娱乐系统、全新风尚LED前后灯,还有双扭杆纵控制臂式独立悬架,F&R BODY太极安全车身全面护航。

S30基因优秀、质量过硬。上市五年来,S30历经2次、47项升级改进,IQS新车

质量连年跨越式提升。如今东风风神推出低至5.98万元的S30感恩版车型,相信会助推销量进一步上升。

千年柏:长城C30

市场指导价:6.45万—8.35万元

作为其打造的战略车型,C30拥有千年柏一样朴实的外观和强壮的躯体,开发设计和检测试验完全按欧盟标准进行,安全性成熟,从ABS+EBD、四轮碟刹、蓝色防眩后视镜等硬件到安全带未系提示、预收紧功能等软件配置,都让车上的驾乘者多一份安心。

冬青树:帝豪EC7

市场指导价:7.18万—11.38万元

自2009年上市以来,吉利打造的帝豪EC7一直表现强劲。品质表现均衡,ABS+EBD、主副驾驶双安全气囊等安全配置是其亮点之一。2650mm的轴距在同级别车型中可圈可点,为驾乘人员带来舒适驾乘享受。EC7后备箱容积达680L,实用性强,可以满足车主的各种不同需求。 (邓敏)

新生代家庭价值之选 和悦A30成“新宠”

经过走访,笔者发现对80后而言,汽车不仅仅是代步工具,更是个人生活态度的外在体现。新生代家庭在此基础上,对安全性、经济性有更高要求。不久前上市的和悦A30,引起了记者的关注。和悦A30兼具精致造型、超大空间、极致安全、强劲动力和高经济性的五大价值优势,无疑精准契合了新生代家庭用车的价值需求和情感诉求。为此,笔者又来到江淮汽车的4S店进行探访。

江淮4S店的销售经理热情的向笔者介绍了这款新车。和悦A30是江淮二代乘用车产品的首款家庭轿车,在外观造型、宽适空间、安全科技、动力输出和经济性等方面进行了创新设计,产品越级而立品质毋庸置疑,处处彰显着精准契合新生代消费群的独到价值。

过来提车的吴先生表示:和悦A30最吸引他的是大空间和安全性。4435×1725×1505mm的整车尺寸,2560mm的轴距,550L的超大行李箱,加上灵活多变的车内储物空间,无论是自驾游还是日常代步均可满足,大装载承载大乐趣。“我很注重家庭,尤其看重车辆的安全性给家人带来的爱护与重视。和悦



A30欧洲五星标准高刚性车身结构,配合博世9.0版ABS+EBD,6安全气囊,TPMS胎压监测等中高端车上常见的安全配置,让我可以和家人安心出行,享受人生。”

“我要激情的驾驶乐趣,但又承担不了高昂的油耗费用,和悦A30满足了我的要求,所以成为了我的‘爱车’。”购买了一款顶配和悦A30的王先生很高兴,“可以看出,和悦A30在动力系统下了功夫的。荣获‘中国芯’年度十佳发动机大奖的1.5L全铝VVT发动机,扭矩高达146Nm,爬坡和起步加速性能都非常好,配合CVT无级变速器,可以说是‘黄金搭档’。重要的是,百公里油耗仅有5.5升,太赞了!”(晓宁)

关爱留守儿童 沃尔沃责任在肩



在中国有这样一弱势群体。他们的父母为了生计远走他乡离开年幼的孩子,外出打工,用勤劳获取家庭收入,为经济发展和社会稳定作出了贡献,但他们却留在了农村家里,与父母相伴的时间微乎其微,包括内地城市,也有父母双双外出务工繁华都市打工。这些本应是父母掌上明珠的儿童集中起来便成了一个特殊的群体——留守儿童。山东富豪沃尔沃4S中心和山东富豪沃尔沃4S中心联合齐鲁晚报发起的“与沃同行,百家团圆”关爱留守儿童大型公益活动。2013年12月至2014年1月,济南两家沃尔沃4S店每卖出一台沃尔沃汽车将会捐出1000元现金作为本次公益活动的爱心基金,以帮助这些留守儿童进城与父母团聚。

关爱留守儿童——人人有责

留守儿童由于亲情缺失,心理健康方面存在阴影,很大一部分表现出内心封闭、情感冷漠、自卑懦弱,行为孤僻,性格内向,缺乏爱心和交流的主动性,还有的脾气暴躁、冲动易怒,常常将无端小事升级为打架斗殴。

心理问题严重是农村留守儿童最值得关注的。长期的单亲监护或隔代监护,甚至是他人监护,无人监护,使留守儿童无法像其他孩子那样得到父母的关爱,家长也不能随时了解,把握孩子的心理、思想变化。这种亲情的缺失使孩子变得孤僻、抑郁,甚至有一种被遗弃的感觉,严重地影响到了孩子心理的健康发展。这些心理问题,直接影响到孩子的行为,使他们不论是在家里,还是在学校,社会都经常出现一些与其他孩子不一样的行为,这

些行为常常超越道德、法律底线。

因此,留守儿童问题是不得不引起当今社会高度重视的现实问题。解决这一问题,既需要国家层面努力协调地区发展不平衡的问题,又需要外出务工的父母能够给予孩子充分的重视和尊重,尽量避免两地分居。然而,从目前的实际情况来看,这两个问题解决起来都非常的困难,都需要一个长期的过程。因此,这就需要社会上更多的有社会责任感的企业、组织和个人能够伸出援助之手,帮助他们解决实际困难。我们也呼吁政府、媒体、企业、组织以及个人等等所有的人都能关注、关心、关爱留守儿童。

关爱留守儿童——沃尔沃在行动

面对越来越严重的留守儿童问题,作为有强烈社会责任感的企业公民,沃尔沃当然不会熟视无睹。山东富豪沃尔沃4S中心和山东富豪沃尔沃4S中心联合齐鲁晚报发起的“与沃同行,百家团圆”关爱留守儿童大型公益活动。2013年12月至2014年1月,济南两家沃尔沃4S店每卖出一台沃尔沃汽车将会捐出1000元现金作为本次公益活动的爱心基金,以帮助这些留守儿童进城与父母团聚。另外,山东富豪和山东富豪沃尔沃4S中心还将免费为留守儿童进城提供专车接送服务,以及为留守儿童进城期间与父母出行提供用车保障。

济南两家沃尔沃希望通过本次公益活动,能够为留守儿童早日与父母团聚提供必要的帮助。与此同时,希望通过自身的努力呼吁所有的企业和个人能够对这一长期被忽视的弱势群体给予必要的关注和帮助。 (耿文通)