

济南鑫泉风行盛装亮相齐鲁春季车展

即将于4月10日开幕的齐鲁春季车展,风行汽车将会有大型的优惠促销活动。据悉,本次车展风行汽车在车展室内场地为D区3D3展位,室外展台为舞台对面。将要参展的车型包括:风行全新景逸XL、景逸LV、景逸X5,车展即将上市的景逸X3,风行菱智2014款M5、菱智M3、菱智V3系列等。

由于厂家对齐鲁春季车展的重视,风行旗下各车型均大幅让利:景逸X5 8.59万限量供应,景逸H5最低5.99万;风行菱智V3创业版5.68万元;车展期间到风行展位参加活动,可获得精美礼品一份。

景逸X3将于车展上市 主打7-8万元市场

东风风行将于四月推出旗下新款SUV车型——景逸X3,该车型将沿袭景逸家族“加大号”的核心优势,并将目标消费群体锁定为“首次购车”、

有态度的年轻族群。

景逸X3延续景逸家族一贯的“加大号”风格,车身尺寸达到4382×1828×1705毫米,轴距更长达2685毫米,打造出专属于自己的“宽适”风格,前后排乘客的头部和膝部空间都宽裕无虞。景逸X3的行李厢容积则接近800升,行李厢开口宽度超过1100毫米,深度超过600毫米,大宗或者小件物品的放置获取出相当轻松。

另外,景逸X3还加入了后排中央扶手等显著提升乘坐舒适性的配置,令“宽”和“适”都得到充分的体现。景逸X3的出现,为小型SUV市场带来了更为丰富的内涵,也给消费者更多的选择。

景逸X5—— 心自由 行自由

景逸X5以205mm的最小离地间隙让一款10万元级的城市SUV拥有了专业级SUV的通过性。在空间上,景逸X5则继续保持着东风风行一向的“加大号”空间优势,长宽高为4382mm×1835mm×1739mm,轴距长达2690mm,这一车身尺寸大幅超越了当前的主流城市SUV,让消费者可以轻松享受大空间SUV,拥有更舒适的驾乘感受。在操控上,景逸X5通过纯正SUV底盘、四轮独立悬挂系统,以及1.8T“卡瓦奇”涡轮增压发动机、EPS电动助力转向、最新博世ESP系统等,让操控随心所欲。配置方面,景

逸X5应用了一键启动及无钥匙进入系统、皮质座椅、电动天窗、倒车影像等一系列高端配置,再加上主销车型标配ESP系统等超规格设计,驾乘更方便更舒适,刷新了10万元级SUV的配置标准。

全新景逸XL/LV车型 5.99万元起步

连续蝉联自主品牌大两厢细分市场销量冠军——风行景逸,即将推出全新景逸XL/LV车型。定位于“加大号城市代步家轿”的全新景逸XL/LV,将原有的六款车型进行全新优化布局,仅保留三款最具竞争力的景逸XL/LV产品。新款车型经过产品升级后,不仅整车舒适性进一步提升,性价比也大幅提升。价格调整后的全新景逸LV主打6万~7万元大两厢市场,而全新景逸XL的价格将下探到6万元以下市场。

动力澎湃 景逸X5 1.8T 飞行特技招募开始了

景逸X5 1.8T 飞行特技招募电话: 400-626-0219

济南鑫泉4S店(匡山店): 0531-68815111

地址:西外环匡山汽车大世界东区2号风行展厅

济南鑫泉商河直营店: 84802798

济南鑫泉长清直营店: 87212177

济南鑫泉平阴直营店: 87872399

山东首家宝马培训基地 正式开业



3月20日,宝马集团BEST(宝马售后英才教育项目)潍坊培训基地在山东交通职业学院正式启动,成为宝马在山东的首个并且是宝马2014年的第一个培训基地。自此,宝马培训再启新里程,高素质售后人才储备力量将继续为宝马“专注于品质”战略的发展提供强有力的保障。同时,15家宝马集团BEST项目合作院校齐聚潍坊,共同庆祝潍坊培训基地开业,回顾BEST项目迄今为止的骄人成果。

华晨宝马汽车有限公司营销高级副总裁万博瑞先生在潍坊培训基地的启动仪式上表示:“人才是质量的根本。代表了全球业内青年技工培训最高水平的‘宝马售后英才教育项目’落户潍坊,将为学生们提供就业机会,同时,也将为宝马经销商网络的不断拓展提供行之有效的人才储备,确保我们的客户享受到最高品质的售后服务。”

BMW于2006年在中国正式启动了宝马售后英才教育项目(BEST),不仅满足BMW对人才培养和储备的需求,同时通过培养优秀培训师帮助院校提升教学水平,促进学生成功就业,为传统的职业教育探索创新模式。BEST项目使BMW、经销商、院校和学生都从中受益。经过短短几年时间的发展,该项目已成为宝马在业界引以为豪的学生教育项目,课程覆盖机电、服务、钣金、喷漆和零件5类经销商主要售后岗位,累计培养专业人才2,449人。2014年,BEST项目推出最新开发的“职业素养”与“职业生存”课程,结合中国学生的特点和经销商用人的需求,通过互动式的案例教学,为学生迈入职场打好坚实基础。(晓宁)

东风与PSA 缔结全球战略联盟



继3月26日在巴黎签订《关于增资入股的总协议》后,3月28日东风汽车集团股份有限公司与标致雪铁龙集团(以下简称PSA)在北京签订《全球战略联盟合作协议》,双方将深化在工业和商业领域的全球合作。根据协议,双方将在国际业务、商品和技术协同、采购及供应商体系协同等多方面深化合作,有助于东风提升产品技术水平、加快国际化发展步伐,也有助于提升PSA的竞争力,加速全球化战略。今年恰逢中法建交50周年,东风与PSA结成全球战略联盟,其意义更为深远。(本记)

东风雪铁龙C4L智驱版 将“淡定”进行到底

这是一个不那么“淡定”的季节,坊间有三句话概括得很好:油价起伏像心电图、雾霾惹得春风妒、天堵到夕阳红——这无疑是车主们目前生活的真实写照。在这样一个纷繁复杂的环境下,东风雪铁龙C4L智驱版却喊出了它的宣言:油价雾霾千重,我自岿然不动!誓将高性能高端中级车带给用户的“淡定”进行到底,而这款车所具备的各项素质也充分印证了它“淡定”得大有道理。

“淡定第一波”—— 启停有道,顿行间成就安心

相对于其他车型,C4L智驱版独有的STT技术直指节油与环保,其产生价值不能单纯以价格来计算。当前消费者购车的日趋理性,他们在选车型时不光看重车型的“参数”,更关心日后的养护成本,尤其是车型油耗的



表现。而在这方面,C4L智驱版轻松达到了非常令人满意的6.7L/Km,而这样的数据即使同级别1.6L的车型也很少有人能出其右。

换句话说,由于STT技术会在车辆停车等待时彻底关闭发动机,实现急速“0油耗”,因此在城市的拥堵路段中,其油耗降低可达15%。如果按一年行驶两万公里,以目前油价折合计算,这将为消费者每年节省可达2000元的支出。

另外,C4L智驱版的STT技术无需改变任何驾驶习惯,启停控制均由系统自动完成,方便了用户的使用,而且得益于舒适和安全优先的设计原则,在启停时并不影响车内空调、音响等设备的使用。

拥有自动启停系统,在日常行车状态下,车主对于C4L在养车成本上“忐忑的小心肝”也可以安定下来了。

“淡定第二波”—— 优质净化,呼吸间尽享清新

应对当前恶劣的雾霾,C4L自有法宝。它配备的具有“隔绝”与“净化”两大功能的“超净爽智能空调系统”,拥有内外循环自动切换功能,当面对“毒雾”天气,通过空气质量传感器主动监测污染,自动隔绝空调系统进气门,将循环系统由外循环改为内循环,隔绝车外有害气体,将车主对有害空气的恐惧之心降到最低;

同时,该空调系统还具有同级中车独有的离子发生器,可以产生大量的正负离子(正H+负O2-),能够有效改善车内空气质量。在“雾霾”笼罩的日子除给车主们更多一层保护之外还多一份自然清新之感,让车主们在车内自由呼吸。

“淡定第三波”—— 一等舒适,俯仰间从容人生

传承法系车的舒适基因,C4L智驱版将其发挥到极致。舒适性方面,同级车最长的2710mm轴距带来的宽适空间、后排空调出风口让后排乘坐者舒适指数飙升、29度的亚洲人最佳靠背倾角和航空睡眠头枕有效的保护了乘坐者的脊椎颈椎、雪铁龙独步全球的底盘调教技术带来的动态舒适体验等领先优势,都充分照顾了中国消费者对舒适性的严苛需求,营造出的流畅舒适的乘坐空间,是同级车无法比拟的。

值得一提的是,C4L智驱版搭载智能多媒体系统,集导航、DVD播放、蓝牙等功能于一身。最能体现东风雪铁龙造车理念超前的是,它能够反映车辆行驶的实际情况:STT启动时间、节油情况等,都能转换为具体数据,得到直观体现。

在豪华级舒适驾乘的过程中,将车辆各项信息掌控于俯仰之间,这种“淡定人生”的感觉或许只有C4L智驱版可以给出。(徐灵)

踏青赏春 全优A级家轿大盘点

早春时节,万物复苏,在感受“乱花渐欲迷人眼”美景的同时,和家人驾车来一次“春日旅途”何不快哉?但是,面对广阔的A级家轿市场,如何挑选一辆品质与价格兼得的座驾确实有些犯难,鉴于此,我们对竞争激烈的A级家轿市场来一次大盘点,看看哪些车型值得我们为之“点赞”?

产品实力成热销根本

一款车想要得到市场的认可,必须具备过硬的产品实力。要么结实耐用品质好,要么高端越级档次高,要么多代同堂,产品矩阵丰富。满足其中一点,足以赢得消费者的青睐,跻身“全优”行列。

荣威350和凯越,同属于上汽集团旗下两款炙手可热的“明星”车型。在A级家轿市场,两者可以说是

呼风唤雨,粉丝众多。凯越的诞生更早一些,而“后来者”荣威350的猛攻势头也不容小觑。

作为上海通用占领A级车市场的开路先锋,凯越率先搭载上海通用旗下最新1.5L小排量高效发动机,配合领先同级的别克新一代6速手自一体变速箱和5速手动变速箱,成为主流中级车新的黄金动力组合。荣威350的1.5L VTI高效发动机则采用了国际最高水准的“可变正时气门技术VTi”,不仅使发动机始终处于最佳运行状态,更可实现动力强劲和节能减排的完美平衡。

值得一提的是,荣威350在空间和安全方面完胜同级其他车型。领先同级车的2650mm的超长轴距,让身高一米八的大个子依然能够伸展自如。荣威350不仅在C-NCAP碰撞测试中以“三项全能”的

安全均衡性摘得五星桂冠,更以46.5分的绝对优势力压诸多合资品牌的同级车型,一举加冕“新生代A级家轿安全王”。

另外,荣威350搭载的inkaNet3.0智能网络行车系统在智能车载系统领域可以说有绝对优势,正是这一“武器”使得荣威350在A级家用轿车市场“技压群雄”。

市场表现印证品牌力量

除了雄厚的产品实力做基础外,很多车型还拥有强大的品牌号召力。这一点,是不容小觑的车型附加实力。尤其在中国车市,用户对于品牌的依赖度更为明显。很多车型依靠雄厚的品牌号召力,创造了优秀的市场业绩。

据悉,别克凯越在2013年总体销售29.62万辆,占上海通用总体销



量的19.28%,在9万-13万元车型中的份额高达34.94%,如此的骄人业绩,足以说明凯越在市场上的地位和上海通用的品牌力量。

再看荣威350,自上市起,荣威350就凭借其过硬的产品实力和上汽集团强大的资源平台,在销量上盖过了众多合资主流车同级竞品,成为了A级车市场的“常青树”。2014年1月,荣威350更是以比肩合资品牌的产品综合实力,实现销量

10820辆,同比增长高达37.12%,在竞争异常激烈的1月,取得了开门红,同时连续5个月突破销量万辆大关。有业内人士表示:在竞争最激烈的国内A级车细分市场上,像荣威350这样稳居“万辆俱乐部”已非常不易,而能在1月这个车市竞争白热化的时间段,以超越诸多合资竞争对手的销量和增速异军突起,更加让业内对荣威350刮目相看。(晓宁)