

荣威350：A级家轿中的“优质经适男”

还在烦恼没法成为像都敏俊教授那样的“高富帅”吗?还在幻想着有一天可以像外星人都教授那样带着妹子瞬间移动吗?不如还是现实一点吧。其实,优质“经适男”才是当今社会的主流,那么,作为一枚“优质经适男”,总要有辆与之相匹配的家轿才说得过去吧?荣威350或许就是“优质经适男”们最理想的家轿之选!

推荐理由一：智能系统兼顾实用与安全

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”时,加分不少。上汽inkaNet3.0完全可以通过语音操控,相较于市面上大量的需要手动输入的车载系统,其

用语音就能操控的便捷优势非常明显,同时语音操控也让行车更安全。除此之外,上汽inkaNet3.0智能系统还可以打电话、收发短信、控制音乐、广播和查询当地天气、股票信息等等,这些五花八门的实用和娱乐功能将inkaNet3.0的“智能”发挥到了极致。所有这些操作,都只需要动动口就能轻松搞定,可以说真正实现了“人车对话”。

推荐理由二：“十八般武艺”样样精通

作为一款A级家用轿车,荣威350的车内空间可以说是完胜同级别的其他车型。2650mm的超长轴距所营造的充沛内部空间在同级车中无出其右,身高超过一米八的大个子即使坐在荣威350的后排,依然能够伸展自如。遍及车内各处,便利的储物和取物装置,无处不彰显“以人



为本,实用为先”的空间设计理念。

良好的安全性能是成就荣威350热销佳绩的另一重要因素。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”。荣威350的1.5L VTi高效能发动机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,创新的独立双位分层冷却系统可使油耗额外降低4%至6%,燃油经济性极为显著。

推荐理由三：口碑和销量印证过硬实力

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型同级竞品,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。

“空间超大,安全性又好,绝对对是家用轿车的不二之选”,30岁从事销售行业的张先生表示,今年春节他们一家三口自驾回老家过年,后备箱能塞进各种送给亲朋好友的礼品还有孩子的单车,空间上完全绰绰有余。“inkaNet确实非常方便。尤其是可以语音控制,解放了双手,保障了行车安全。”来自上海的私营业主刘女士说到,“上海那么大,路那么多,我也不是每条路都清楚,我自己又常常开车在外面谈生意,不熟悉路况真的很麻烦。还好inkaNet帮了我大忙!” (唯妮)

SUV市场新王牌——新势代奇骏亮相

东风日产超豪华阵容“抢庄”车市

马年伊始,当各大车企刚刚从春节长假中恢复过来,东风日产已经紧锣密鼓的投入到了新势代奇骏的亮相工作中。作为新年首款重磅车型,新势代奇骏对于东风日产的重要意义不言而喻。

正如东风日产副总经理任勇所言,随着新势代奇骏的加入,东风日产SUV全谱系阵容已初具规模。更重要的是,在主流汽车市场东风日产将拥有新势代奇骏和新世代天籁两张“王牌”。

加上轩逸、TIIDA、阳光、逍客等万辆俱乐部成员组成的“集束炸弹”,东风日产俨然拥有了一把足以让众多车企艳羡的“超豪华手牌”——“双王加四个2”。面对未来难以预测的中国乘用车市场,东风日产显然已经做足了“抢庄”的准备。

春季攻势 东风日产“SUV双子星”排兵布阵

过去十年,东风日产在轿车市场取得了长足的发展和良好的市场基础,但在SUV市场却有些遗憾。2014年新势代奇骏和逍客两款城市SUV将联袂出击,高低搭配,以急速“猛攻”的势头,构筑起东风日产在城市SUV主流市场攻城掠地的双子新星。全面演绎“1+1>2”的扩张之路。

作为东风日产在主流城市SUV市场的战略旗舰车型,定位为本色SUV的新势代奇骏,围绕看、坐、驾三大感官体验,打造出“蓄势待发的‘流体车绘’设计”、“唤醒驾欲的零压力舒适座舱&人性化科技配置”、“释放潜能的X-Touch全感科技”三大核心竞争力,坐拥八大技术亮点,极具



舍我“奇”谁的领袖气场。

布局全谱系 东风日产SUV集体发力

在主流城市SUV细分市场,东风日产布局楼兰、奇骏、逍客为代表的“城市SUV三杰”,以满足消费

者的城市SUV需求。在极致越野SUV细分市场,东风日产以原装进口SUV途乐树立标杆,引领东风日产SUV全谱系快速、高水平发展,在变局之中发力未来。至此,东风日产已经构成跨越全尺寸SUV,中

济南大亚五菱汽车 春季特惠进行中！ 绅宝D50新车即将上市



享有“神车”之称的五菱宏光,1月销量再次刷新国内乘用车市场销售纪录,全系产品销量达到81153辆,已具备冲击全球销量三强的实力。对于上市仅仅三年的

产品,增长速度令人惊叹。截止目前,五菱宏光已拥有超过113万的用户,成为上汽通用五菱继五菱之光、五菱荣光后,又一款百万级车型。为答谢广大五菱客户

长久以来的支持与厚爱,济南大亚针对五菱宏光开启购车送豪礼的优惠活动,早日实现您的购车梦想!

即日起,购五菱宏光(基本型除外)任意一款车,即可享受两重大礼:价值3000元的豪华内置导航和千元装具大礼包。

43800元,五菱宏光开回家!其他车型优惠多多,礼品多多!

买五菱到大亚,不出展厅就挂牌!五菱汽车,您的不二选择!

详情请致电:
济南大亚汽车贸易有限公司旗舰店
电话:88627862 ;
地址:济南市历城区工业北路100-3号
济南大亚汽车贸易有限公司北园店
电话:88627806
地址:济南市北园大街69号山东汽车城东院B1-018号

随着中国汽车消费观念的日趋成熟,从去年开始刮起一股“北欧风”,让消费者意识到买北欧车,就是买安全和性能。

去年上市的北汽绅宝D70传承了北欧著名品牌SAAB的衣钵,并迅速以“欧派性能王”的形象占据国内B级性能车的首席地位。而关于绅宝第二款车型D50即将上市的消息近日也频频见诸媒体。一时间,中国车市劲吹北欧风,大有力拼德美日的势头。

而从曝光谍照和公开资料显示,绅宝D50北欧范儿十分浓郁。“北”字造型前脸延续了绅宝品牌家族化的设计语言,整体呈现出简约灵动的北欧设计风格。平台方面,绅宝D50源于SAAB 9-5平台,具备同级车中少有的纯粹北欧血统优势,并继承了源自SAAB技术的驯鹿角安全结构车身、后轮随动转向技术、Night Panel航

空夜视仪表等安全技术。

随着绅宝第二款车型D50上市脚步的临近,绅宝品牌谱系届时将进一步完善。在售的中高级轿车绅宝D70瞄准注重性能和驾控体验的个性人群;高性能版D70 Aero为满足汽车发烧人群而量身打造;即将上市的绅宝D50主攻注重实用与安全的家庭用户,与绅宝D70互为犄角,形成“高低双打”之势。未来绅宝品牌会陆续扩容,实现车型的全覆盖。

绅宝D70的提前抢位、D50的整装待发,以及后续绅宝军团的不断扩编,“北欧系”盟军绅宝的连续发力,联合沃尔沃以“抱团”之势形成了对中国车市的合围,也一改后者以一敌三的局面,共同向德美日三大派系宣战。或许,未来中国车市德美日雄霸的格局即将被打破,而消费者也将激烈的竞争中获得更多的选择。(邓敏)

广汽三菱荣获汽车消费维权中国行“太阳花奖”

3月9日,由中国工商报《汽车消费导刊》联手国家工商局举办的“2014汽车消费维权中国行调查活动”在北京正式颁奖,广汽三菱被认定为汽车品牌消费信用“太阳花”A类评级,并获得中国汽车消费维权优秀品牌“太阳花奖”。

作为中国汽车行业最具含金量的评奖活动,“2014汽车消费维权中国行调查活动”经过3个月的实地调研,对2013年各汽车品牌厂商的投诉查处情况进行统计调

查,最终在全国评选出8个汽车品牌并认定为消费信用“太阳花”A类评级。而“太阳花”A类评级又按20%的比例进行评定,取其前5名颁发中国汽车消费维权优秀品牌“太阳花奖”。广汽三菱以排名第二的成绩获得“太阳花”A级评选,成功将“太阳花奖”收入囊中,证明了其在水产品质量、经销商管理的高品质水准。

对于广汽三菱来说,追求“专业、安全、优质的汽车产品”是其自成立之初就确定终生恪尽职守的企业理念,更是一件关乎企业生命的大事。在产品品质上,广汽三菱站在三菱汽车30年征战达喀尔的辉煌战绩之上,注入了三菱汽车无可争议的“专业”基因。广汽三菱相继导入两款三菱SUV经典车型——新劲炫ASX和新帕杰罗·劲畅,迅速跻身SUV市场主流,成为“专业SUV”的



代名词。在品质管理上,广汽三菱充分借鉴世界五百强广汽集团先进的制造、管理与营销经验,拥有了更健全的品质保障。

正是由于站在三菱汽车和广汽集团这些“巨人”的肩膀上,广

汽三菱有充分的底气向消费者展示其品质魅力。在售后服务上,广汽三菱敢为行业先,提前一个月实施“国家汽车三包新规”,并推出领先同级车型的五年或十万公里的超长保修期限。与此同时,广

汽三菱更通过SUV体验营和大篷车巡演,向全国消费者近距离展示“SUV世家”的专业魅力。

得益于专业的“品质”,广汽三菱也获得业界的高度认可。据统计,新劲炫ASX和新帕杰罗·劲畅在国内上市后已经累计获得20余个奖项,包括新劲炫ASX的“C-NCAP五星安全测定”和新帕杰罗·劲畅的“最佳中型全领域SUV”等。此次“太阳花奖”的获得,更为广汽三菱的高品质增添了更强的公信力。

业内人士表示,广汽三菱获得“太阳花奖”的关键原因是广汽三菱深谙“用品质来说话,是与消费者沟通的最好方式”。凭借着“SUV世家”强大的品牌号召力和新劲炫ASX、新帕杰罗·劲畅的专业产品实力,广汽三菱实现了产品销量和市场口碑的持续“发酵”,在中国SUV市场必将掀起新一轮的购车热潮。

