

# 迈腾钜惠购车“8计划”智造财富无限

## 超强驾控性能 舒适驾乘体验 销量突破80万

大众品牌一贯以优异的驾控性能著称,迈腾集成了大众最先进的科技,并且将更高级别车型的配置引入其中,不仅继承了大众轿车一贯优异的操控和安全性能,舒适性也提升到了更高级别。

迈腾采用了德国大众最纯正、最新的B级车技术平台。在迈腾的底盘总成系统上,部分选用了铝合金材质。比如:转向节和车轮支架等等。铝合金材料的选用,不仅是为了降低整车重量,强化零部件性能指标,同时也清楚地表明迈腾为了保证精准的驾控和优异的品质所作的努力。

在前轴系统上,全新选

用的是最新优化的大众B级车平台的前轴系统,并对副车架进行了加强。除了低噪音加强型后副车架外,后轴还采用了最新的柔性连接技术。在副车架与车身连接点处采用了特殊设计的橡胶铰链,来衰减路面不平对车身的影响,从而减小了车身的振动,大大提高了后排乘客的乘坐舒适性。同时由于铰链的径向刚度很高,整车的操控性能得到了再次提升。

而在悬挂上,迈腾采用了轻质优化的麦弗逊前悬架和全新调校的多连杆后独立悬架,带来了更稳定、更精准的驾控感受。此外,专门针对中国道路的整体底盘校调,



更是在确保舒适性能的基础上,保证了中国广大消费者对操控性的追求。

在驾控安全的电子装置上,迈腾还配备有ESP、AUTO HOLD、EPB、大尺寸刹车盘、智能定速巡航(ACC)、Park Assist智能泊车辅助系统、Rear Assist后视影

像系统、OPS模拟可视前后驻车系统等在内的智能驾驶辅助系统,这也让迈腾超越了级别界限。

德系车先进的科技形象早已深入人心,作为原汁原味的德系产品,迈腾超越B级车界限,向更高级别的车型看齐,在操控性与舒适性等

各个方面缔造了B级车的全新标准。

为庆祝一汽-大众迈腾销量突破80万辆,一汽-大众现启动“钜惠购车‘8计划’智造财富无限”感恩回馈活动,以最优惠的价格,最完美的服务回馈一贯支持一汽-大众汽车的消费者,届时莅临展厅,更有精美礼品相送,敬请把握,具体优惠如下:

- 1.标准信贷首付最低20%,1年0利率,1年以上低利率;
- 2.弹性信贷首付50%,一年后结清50%尾款,月供仅需288-688元;
- 3.信用卡分期,悦享建行18期0利息、0手续费,36期0利

息、低手续费;

4.任意品牌二手车置换迈腾,尊享8000元补贴;

5.全款购买迈腾全系,赠送价值8000元的三大主险:交强险、车损、三者30万、车上人员2万/座、盗抢。以上险种不计免赔。

济南庞大一汽-大众4S店

销售热线:87411555  
山东银座汽车一汽-大众4S店

全省统一客户服务电话:0531-965666

润华一汽-大众汽车公园店

销售热线:87299926  
山东首佳一汽-大众4S店

销售热线:86167777  
山东金宝利一汽-大众4S店

销售热线:67872777

# 中级两厢车市半年考:热度小减 前景大好

2013年车市过半,相比此前的快速发展,今年上半年,中级两厢车市显得略有些沉寂,整体增速略有放缓。不过,虽然热度小减,但相比车市整体的增长幅度,中级两厢车市的半年成绩单已足够漂亮。专家指出,“两厢车的春天”远没有结束,中级两厢车的前景仍一片大好。

## 老将稳健新丁抢眼 前景依然无限

作为这一市场的王者车型,新TIIDA不仅强势带动了整个中级两厢车市的表现,且创下了这一市场乃至整个车市的多个销量纪录,如中国两厢车10万销量最快纪录、上市不到1年即破15万销量纪录、单月最高销量纪录

等。进入今年年初,新TIIDA再次创下另一项令业内外人士瞩目的新纪录——在国内率先实现累计销量百万的两厢车奇迹。专家指出,一方面,汽车产品正在飞速地发生着变革,另一方面,人们的消费观念也在快速改变,而随着车型对消费需求特别是个性化、时尚化需求的日益贴合,也成为越来越多购车人群的热门选择。眼下,在中级两厢车市上,新TIIDA、高尔夫6等老将宝刀不老,以稳健的表现坐镇整个细分市场,同时,朗行、科鲁兹掀背版等新丁的纷纷上市,也格外抢了一把眼球,并将为中级两厢车市带来更多的销量增长。老将新丁合力,使得我们有足够的理由相信,中级

两厢车市的前景依然无限。

## “实尚”直击消费需求 明星车型解读畅销杀手锏

近年来,中级两厢车市向好态势不断,从“不被认可”向“时尚和潮流”演变,究其原因,与“大而全”的三厢车相比,中级两厢车具有时尚个性、操控性好、节能环保等特点,能够对消费者“时尚”和“实用”需求进行超前理解并贴切契合。

在这些方面,新TIIDA先人一步地将时尚与实用完美结合于一身,成为引领中级两厢车新风尚的“实尚”标杆。在外形上,新TIIDA采用独创的“Agile”跃式风尚造型设计,宽大低重心的跃动式车身布局,配合独特、流畅的

双腰线,将日产全新的“跃”式设计风格发挥得淋漓尽致。并且,新TIIDA打造出了超越同级的全方位宽适品质空间,通过大幅提升室内空间舒适性的三大重要指标——轴距、后排膝部空间尺寸及车身宽度,新TIIDA拥有2700mm的超长轴距。同时,新TIIDA同级最大的681mm膝部空间。此外,新TIIDA后排座椅可按6/4比例分割放倒,与310L容积的行李厢相通,可进一步灵活满足消费者的多种空间需求。

作为“Pure Drive”战略的全新应用车型,新一代TIIDA装备的HR16DE全铝直列四缸引擎,采用日产最新研发的DIS双喷射系统和双C-VTC连续可变气门正时



智能控制系统两项全新技术,实现了驾驶性能和燃油经济性的最佳平衡。新TIIDA还装备了日产新一代智能传动系统——XTRONIC CVT无级变速系统,该系统采用全球先进变速技术,实现了全球最高的7.3:1变速比,并且具有1000多种变速模式,同时特备ASC逻辑控制系统,

从而使节油效率比传统的AT变速器提高15%,成就了新TIIDA综合工况6.2L/100km的绝佳燃油经济性。显然,新TIIDA凭借时尚的外观、超乎想象的空间、高品质的内饰、丰富的个性化设置、先进的发动机技术、主动及被动安全性能,已成为中级两厢车市的王者。(海默)

## 深入山东城镇市场

# 雪佛兰新赛欧开启幸福巡展

日前,在6月-8月汽车销售淡季期间,雪佛兰津鲁区域营销中心借农村电影放映工程,在山东省内开展了农村电影下乡活动。让山东省内城镇消费者在盛夏时节,在家门口就能欣赏到精彩影片,并与百年汽车品牌雪佛兰来一次亲密接触。

除此之外,借助赛欧“山东造”的品牌优势,雪佛兰还推出现货又亲民“会跳舞的赛欧”等主题活动,举行体现品牌实力和汽车维修服务品质的综合性嘉年华活动。从而提升雪佛兰品牌在山东市场的知名度与美誉度,并有效提高了雪佛兰全系尤其是小车车型的整体销量。

纵观市面上众多经济型家轿,新赛欧是国内首个下探5万元以下区间的国际品牌小车,为消费者带来更多的幸福体验,成为家庭选购的第一辆车的首选。新赛欧不仅以亲民的价格让消费者轻松拥有,更拥有百年荣誉国际品牌带来的高品质、大空间、低油耗、高安全的舒心用车体验,全面满足了中国家庭对于“幸福”家轿的需求。

“天伦之乐”是中国家庭“幸福”的重要标准,保证一家人同坐车上,享受宽敞的空间是新赛欧作为“幸福家轿”的重要条件。新赛欧在设计时着重提高小车的空间利用率,与同级别小型车相比,其宽大的车内空间处于领先水平。后排座椅可



实现完全放平的变化模式,提供180度纯平超大车内空间,后备箱容积最大可达1215L,满足日常生活中的装载需求。此外,新赛欧还设置了24个人性化的储物空间,十分便利。

在油价始终高企的时代,燃油经济性也是中国家庭对“幸福家轿”重要衡量标准之一。新赛欧搭载的1.4L S-TEC III和1.2L S-TEC II发动机,运作高效、动力充沛,5.6升/百公里综合超低油耗,让新赛欧享有“节能标兵”的美誉。按照日常每天行驶30公里路程计算,新赛欧每月油费仅需300元左右,让消费者用的舒心。

安全性作为幸福来源的根基,其重要性随着近年来交通事故的频发而日渐为人们所重视。在追求舒适实用的同时,新赛欧在安

全性上也毫不含糊。全系标配双安全气囊,并按C-NCAP四星级安全标准设计:车身结构采用Safety cage安全笼式车体设计,溃缩空间设计超越国家法规标准,在发生碰撞时最大限度地提供缓冲和保护乘员安全,中置油箱并配以井字钢梁保护。同时,新赛欧配以儿童安全锁和儿童安全座椅固定装置,为家庭中的宝宝也提供了安全保障。如此高安全性,消费者自然无后顾之忧。

新赛欧作为唯一杀进5万元区间的经济型家轿,自上市以来就创造了销量70万元的销量奇迹。此次借助电影下乡活动走进山东城镇消费者,进一步拉低了消费者体验幸福生活的门槛。作为“山东造”的杰出代表,新赛欧在山东乡镇市场开启幸福巡展。(韩杰)

## 爱在心田

# 东风日产十年公益启示录

4月20日,雅安地震发生的当天下午,东风日产出台了系列支援灾区的紧急措施,确保一切有需要的灾区民众以及车主们提供及时的救助响应。根据最新的数据统计,目前东风日产已经一对一确认雅安地区1558位车主的状况;同时,针对本次受灾车辆,东风日产将予以免费维修,无法通过保险公司索赔的费用,将由东风日产全额承担。同时,10辆高性能SUV奇骏作为救援用车,它们将在当地政府的调配下奔赴灾区一线,参与现场救援工作。第一时间给予受灾地区民众和车主最直效、最急需的援助;直接送车,开到最需要的地方——这就是东风日产在数次地震救灾中的援助行动原则,无论在汶川还是玉树。

## 亲自为公益“跑腿”

与很多企业单纯向慈善机构捐款对比,东风日产的公益行动更愿意“亲自跑腿”。2008年6月,东风日产为支援汶川地震灾区重建设立阳光关爱基金会,成为国内汽车行业第一家设立专业基金会履行企业公民责任的合资企业。以对边远贫困地区的教育支持为例。通常的企业多局限于简单的捐款或捐赠,无法形成长期的效果,也难以满足受助对象的真正需求。而东风日产则不但做到“走出去”,还注重“请进来”。

“走出去”指的是东风日产深入我国的偏远地区,切实了解当地受助对象的实际情况,并进行有针对性的物

资援助。如在西藏地区,由于当地自然条件的局限,学生并不适合进行户外活动。

而“请进来”,则是东风日产针对偏远地区师资水平普遍偏低的实际情况,向教育落后地区提供教师培训的机会。2009年7月,阳光关爱基金会正式启动了“阳光关爱·助教未来”项目,针对山区、贫困、边远等欠发达地区的老师进行培训,从根源上改善教育落后的问题。

该项目已经先后在广东、湖北、黑龙江、福建、西藏、山西、四川等地开展了助教活动,累计投入教师培训资金、教学教材、学习用品等超过了2000万元人民币,而受惠教师和受益学生更是分别超过了20万人和50万人。

## 管到每一滴水

有人形容,在环保方面,东风日产几乎要“管到每一滴水”。如在产品层面,从产品设计阶段,东风日产就将通过产品设计规划降低汽车产品油耗,将车辆对环境的影响降到最低这一课题视为不断努力的目标,更将其列为东风日产中长期环境战略的重要课题。环保的理念还体现在工艺的改进上。东风日产已经实现涂装全用水性涂料,这在国内及日产均是首次。此举能使挥发性有机化合物的排放下降一半以上,达到世界顶级水平。

东风日产在注重企业自身环保之余,也不断地将环保理念向顾客和合作伙伴传递,形成一条“绿色价值链”。

东风日产在选择供应商阶段,就制订了绿色采购方针,并制定了严谨的零部件及材料采购通则。在新产品开发过程中,供应商所采用的材料与物质,必须通过中国汽车材料数据库系统(CAMDS)严格审查,以确保新车型的再回收利用率及禁用物质等技术指标,满足国家法规要求。

## 把安全理念送上门

对于道路安全理念的普及,东风日产的“直效化”坚持则表现得更加“固执”。

东风日产将道路安全理念及汽车安全知识,以体验、互动等创新表现方式集中呈现于“创新科技和安全驾驶体验营”(简称NTSDF)上,并通过活动展台带到全国各地社会公众面前,把安全理念的体验送到公众的“家门口”。

据统计,NTSDF已走进全国300多个城市,让超过150万参与者对安全驾驶知识、文明出行有了全新的认识。

东风日产更尝试把安全理念融入现代公民道德体系中。2011年12月,东风日产正式向社会发布了“汽车公民”理念,并同时发布了基于道路礼仪和文明的“汽车公民公约”,向社会公众发出了响应“汽车公民”理念的呼吁之声。

“汽车公民”提倡无论车主或是行人,都是道路上的一分子,每个人都享有安全、快捷到达目的地的“权利”,但这个权利更应建立在遵守道路交通规则,关爱自己,尊重别人的“义务”之上。(陆小虎)