

靓车试驾邀你报名参与

如今,车型琳琅满目,设计风格各有特色,性能配置各有优势,那么在购车时,到底选哪款好呢?到底哪个才是真正属于你的完美车型呢?

为了让读者能够轻松选出心仪车型,郑州日报特推出靓车试驾活动,现征集持币待购读者前来试驾,只要编辑“心仪车型+征集令”发送至郑州日报汽车部公众

平台(见右侧),或者以短信形式发送至18638131715就有机会与靓车亲密接触,并将由专业评测人士帮你评测,助你挑出最适合的完美车型。



车讯速递

绅宝对比试驾郑州站落幕

本报讯 11月2日,一场驾车飞行盛宴“B级车性能派风云会”在河南汽车公园火热进行,吸引了无数年轻消费者的眼球。百余位绿城车友受邀参加了此次盛宴,并深度对比试驾了北汽绅宝与多款时下关注度极高的热门中级车,活动期间,北汽绅宝的表现获得满堂赞誉。

此次试驾会设置了车辆讲解互动、趣味试驾、科目体验三大精彩环节,为大家带来一场视觉、听觉、触觉全方位的驾驶盛宴。

在专业级F3标准赛道上,北汽绅宝2.0T车型连续完成直线加速与紧急制动组合科目,展示了在拥堵马路上深藏不露的惊人实力。搭载源自SAAB的涡轮增压发动机,北汽绅宝不仅在百米加速中动若脱兔,更在100~110km/h中段加速中以2.5秒的骄人成绩,傲视同侪。(牛明)

全新爱丽舍河南上市

本报讯 日前,东风雪铁龙“全新爱丽舍600km+全球品质鉴证之旅”新车上市暨全省媒体试驾会在郑州黄河湿地和试驾中心落幕。

此次试驾活动精心设置了一站到底、疯狂打砸、“牵”钩一发、大胃比拼、狼烟四起、天生路盲、剩男剩女、赛道体验等多个环节,全面体验全新爱丽舍宽裕的储物空间、卓越的安全性、先进的PM2.5空气滤净系统及舒适的驾乘体验。

“本次上市的全新爱丽舍,已脱胎换骨。伴随在中国市场实力登场,全新爱丽舍必将为中国中级家轿车市场注入全新的活力,引领主流车市新热潮。”活动现场,相关负责人表示。(赵正祥)

悦达起亚优惠升级

本报讯 近日,记者从东风悦达起亚河南广发店了解到,即日起至11月10日,该店升级推出“享国际车展底价,1元多抵1千”活动,同时,11月6日至11月10日国际车展期间东风悦达起亚将推出全系车型年度最大优惠力度及礼包。

据该店相关负责人介绍,即日起先到河南广发店预定意向车型,交付意向订车金,国际车展提车即可在最惠购车政策基础上多享1000元优惠。针对到店赏车试驾客户更有“听广播送油卡”惊喜好礼赠送,即收听FM88.1起亚广发店广播广告并录音,到店赏车就可获赠100元油卡一张。(苏立萌)

试驾全新君越 感受科技魅力

本报讯 日前,由上汽通用河南授权经销商河南远见、河南新纪元、河南众通、河南威佳、河南旭龙、河南和悦悦达共同举办的“不喧哗 自有声”别克全新君越试驾会郑州站在中原福塔举行。

全新君越科技感十足,搭载了IntelliDrive智能高效动力操控系统。作为“沃德”全球十佳发动机家族成员,这台3.0L V6发动机拥有195kW最大功率及296Nm最大扭矩。IntelliLink智能车载交互系统是全新君越的一大亮点,可完成包括电台、音乐播放、车辆导航、蓝牙电话等11大类83项娱乐舒适功能的设定与操作。全新君越的IntelliSafe前瞻性主动安全系统,车道偏离预警、车道变更辅助和泊车预警也会在各相应状况下监控车辆自身及周边信息以帮助驾驶员最大程度规避风险。(牛明)

用心十年 成就涌鑫

本报讯 近日,河南涌鑫汽车集团迎来了十年华诞。在机遇、奉献、艰辛共存的十年间,河南涌鑫从单一汽车品牌销售公司到多种中高端品牌的汽车经销集团,一跃成为河南省汽车行业优秀经销商,在产品和服务方面获得消费者的一致赞扬。

通过多品牌的综合引进、实施平衡战略,精准定位,河南涌鑫规模不断扩大,先后在郑州、周口、新乡、安阳、开封等地设立了18家汽车销售服务店,品牌已从初期的克莱斯勒、长安马自达到目前的海马、福特、大众、一汽奔腾、观致、雪铁龙DS和在建的一汽马自达等品牌先后落地生根,形成了整车销售、售后服务、配件供应、信息反馈、上牌服务、保险、二手车、汽车消费贷款、汽车精品、综合维修、延保业务等在内的完整服务产业链,为中原消费者提供了更方便、更全面的购车服务。(赵正祥)



奇瑞全系狂欢购

每天一辆特价车,数量有限先到先得!

奇瑞 A3 特惠专场

购车包牌照 实惠看得见

(仅限十台)

瑞虎 /E5 购车即享万元礼包

奇瑞 QQ 送超值油卡

艾瑞泽 7/ 奇瑞 E3:

新车到店,接受订单



河南新大陆 热线电话: 0371-6555 8899
地址: 郑州市花园北路198号

新车入驻 瞄准主流消费趋势

本报记者 苏立萌

年轻化:“80后”、“90后”成消费主力

“中国汽车市场竞争格局尚未定下来,谁更了解中国汽车消费趋势,谁就会成功。以豪华车消费者分析,年轻化、个性化、高端化成为趋势。”之前,英菲尼迪中国事业部总经理戴雷在接受采访时说。正如他所说,目前,汽车产品的消费者正逐渐偏向年轻化,有调查显示,2007年,汽车消费者人群中“70后”占据着半壁江山,达到了48%，“60后”及以前人群为29%，而“80后”仅为23%，但在接下来几年,市场消费人群发生了激烈变化,“80后”的消费者迅速崛起,在近几年超过了“70后”的市场份额。根据汽车消费人群年龄计算,如今,“80后”已经成为了中流砥柱,而另外一股年轻消费力量——“90后”的壮大,也加快了汽车产品的变化。

近几年,为迎合主力消费者的口味,使产品更贴合年轻消费群体的需求和审美,越来越多拥有“年轻化”、“时尚动感”、“潮流运动”标签的新车涌入车市,且“不负众望地赢得了年轻群体的拥戴”。在采访中,有经销商表示,“无疑,主打时尚、动感、运动的产品对当下的主流消费者极具杀伤力。”为应对消费趋势的变化,车企的新车定位逐渐趋向于年轻消费群体,如YARIS L致炫、一汽丰田新威驰等,其定位直指年轻消费群体。

个性化:消费偏向彰显自我

在即将上市新车中,不乏两厢车的身影——上海大众朗逸、YARIS L致炫。这种曾经在中国市场举步维艰的“另类”车型,在“个性化”消费趋势的影响下,从“这是轿车吗?”的质疑声中崛起,蜕变为车市炙手可热的畅销车型。

“中国的传统消费观点正在渐进式地演变,尽管不少消费者还是偏向三厢

车,但更多的年轻消费者愿意接受两厢车,使两厢车逐渐得到稳固的市场地位。这就是消费观念的进步。”河南大广汽车销售有限公司销售顾问陈辉告诉记者,“现在大多数消费者在选车时更考量适合自己的车型,不会去考虑他人如何看,在他们看来,汽车表达的是自己的个性。这就需要设计出年轻人有着认同感的车辆,比如在性价

比、舒适度、驾乘感受等方面,有时候色彩艳丽的车身颜色也是消费者彰显个性的体现。”

除此之外,年轻消费者受网络影响,对于配备智能化、车联网等高端技术的车型更加青睐。对此,已经掌握年轻消费者心理的车企,在宣传车型时,往往更注重突出车型配置,并努力向个性化方面靠拢。

节能风:环保引领消费新趋势

在社会各界呼吁节能环保、推崇节能产品的今天,汽车产品已经不能满足消费者对年轻化、个性化的追求,环保车型已是车企比拼实力的必备武器。将于12月上市的新能源车比亚迪秦,当之无愧地成为业界的聚焦点。

“比亚迪秦在动力和提速方面更偏向于年轻人。”河南华达比亚迪4S店市场经理吕策介绍到,“该车采用DMII双模混动系统,可通过纯电动或混动模式进行驱动,用户可自由进行混动、纯电动切换。如果跑短途,纯电动最省油,最长旅程是70公里。”

吕策告诉记者,该车具体价位目前还没有得到具体通知,不过价格范围是20万至25万,同时消费者还可享受三

年五万的国家补贴。虽然该车还未上市,但已经有不少消费者进店询问具体上市时间以及补贴、车型配置等。

“消费者的环保意识增强,对节能车型的需求正逐渐与年轻化、个性化相结合构成消费新趋势。”一位不愿透露姓名的汽车行业精英表示,“如果说消费者对年轻化的追求体现在造型上,对个性化的追求体现在智能应用上,那么,消费者对节能环保的追求,则主要集中在油耗上。所以兼具年轻化、个性化、节能风的车型,势必能够赢得消费者的心。”



Yeti 野帝郑州预售发布会举办

本报讯 11月2日,上海大众斯柯达首款SUV车型Yeti野帝预售发布会在郑州中原国际博览中心举行。该款新车将在11月下旬上市,据了解,新车型将分别搭载1.4TSI和1.8TSI两款发动机。

曾于2010年获得世界最有影响力的工业设计评选设计界顶级大奖——红点大奖的Yeti野帝车型,在经过斯柯达改进之后,新车型更具时尚色彩。

Yeti野帝的外形特点鲜明,整车风

格简洁大气、硬朗奔放。在造型设计上,简约灵动,采用了全新浮雕镀铬标识、四叶草灯组造型、双扣式C型LED尾灯等斯柯达家族设计语言。同时,前倾式动感高腰线、亮银越野下护板、灵动双色行李架、环绕式SUV特征大包围等专属活力设计则尽显卓越的越野气质,使其看上去充满力量感。

内饰上,Yeti野帝比较简洁,T字造型中控台精致感十足,仪表设计是典型的斯柯达风格。

车身尺寸方面,和其他国产车型一样,野帝相比海外版也对轴距进行了加长,具体数字为60mm,加长后轴距为2638mm,长宽高则分别为4275mm、1793mm、1682mm,相比海外版的Yeti,其高度有所降低。此外,野帝将拥有八种车身颜色供消费者选择,分别为峻野褐、戈壁棕、极地白、星河银、旷野灰、藏野黑、极光蓝以及丹霞橙。其中除旷野灰与藏野黑两种颜色之外,其他颜色均可以选装耀黑质感车顶。(陈仪)

重回梦开始的地方 见证爱心的力量

——2013东风日产“阳光关爱·助教未来”走进湖北大山



“阳光关爱·助教未来”湖北站活动现场爱心车主与孩子们合影

10月25日,东风日产阳光关爱基金会联合40余位来自武汉和郑州的爱心人士以及经销商、员工代表,将价值逾20万元的阳光操场、阳光图书室和电教器材、生活用品等急需物资,送到了湖北郧县青山镇界山小学。

这是“阳光关爱·助教未来”项目自2009年启动以来的第11站活动,也是继2009年阳光助教教师培训启动十堰、襄阳站启动以来,默默助教四年后再次回到湖北。截至目前,东风日产阳光关爱基金在“阳光关爱·助教未来”项目活动中已经累计投入超过了2000万元人民币,惠及教师和学生已经超过了70万人。

湖北十堰郧县青山镇界山小学,地处界山山顶。学校始建于1898年,是一间有着百年历史的学校。目前在校学生39人,其中住宿生24人,大多数学生是留守儿童。每到冬天,山上气候严寒,孩子们只能在漏风的校舍中学习生活;图书角中,大多数书的书页已被孩子们翻得残破不堪;未硬化的操场,却是孩子们活动玩耍的天堂……

经过前期深入踩点,东风日产阳光关爱基金会因地制宜,不仅为孩子们送去大量的御寒、文教物资,还重点对校舍进行了三大改善——原来的图书角被翻新,补充了很多全新读本;小学操场被重新铺设

和硬化;昔日漏风的教室窗户,也装上了玻璃。“以后我们再也不怕冬天了。”界山小学校长白勇一再对爱心车队成员表示感谢,并鼓励孩子们认真学习,用优异的成绩报答大家的热心关爱。

东风日产西区营销部副部长朱晓竹表示,“十堰是我们诞生的摇篮,襄阳则是东风日产重要的高端车型楼兰和天籁的生产基地,未来,英菲尼迪也将在襄阳实现国产化。饮水思源,此次阳光关爱活动,对东风日产来说,不仅是对发源地教育事业的真诚关注与持续投入,更是对‘家乡’湖北的一份回馈。”

据悉,早在2008年,东风日产就成立了旨在资助助残助困的阳光关爱基金会,成为中国第一家以专业基金会开始企业公益实践的合资车企。五年来,阳光关爱基金会持续推进环保、安全、社会公益三大重点领域的社会实践,累计投入超过5亿元。仅在社会公益领域,东风日产就拥有并持续开展的“阳光关爱·教育援川”、“阳光关爱·助教未来”、“纯正精品·爱心联盟”、“阳光职业·金色未来”等四大品牌项目。其中,阳光助教项目自2009年启动至今,爱心足迹横跨中国9省区,10站点,投入超过2000万,为超过70万的贫困师生创造了更美好的学习和工作环境。

今年,东风日产全方位打造爱心公益平台,不仅搭建“阳光关爱基金会官网”,公布相关学校需求信息,发起一对一爱心捐赠,还全面整合营销网络渠道

力量,汇聚爱心车主,发起更大范围的爱心活动。这一平台在区域推广中反响热烈,如西区发起的“百万书籍,百万爱心”大型系列公益活动,仅4个月就有5万名东风日产车主参与。而襄阳站“东风日产十周年大型团购暨阳光爱心行”活动,以“买天籟送爱心”、“精品爱心拍”、“你签名我捐款”等新颖、有趣的互动形式,短短3天有近千名客户,筹募爱心基金逾万元。

东风日产在企业公民实践上的专注与坚持,也赢得了越来越多消费者的信赖和认可。数据显示,2013年9月,东风日产双品牌实现销量92699辆,同比激增108%,达成成立以来最好的单月销量业绩。其中,作为今年阳光助教的重点区域,东风日产西区9月份全系销量达1.7万辆,创造年度单月最优成绩。

作为备受信赖的优秀企业公民,东风日产十年如一日,坚持践行企业公民责任。希望下一个十年,当人们再次提到东风日产,想起的不仅是东风日产品牌车型,还有一家备受信赖的企业一点一滴的公益梦想。”东风日产副总经理任勇表示。

“新十年,我们不仅剑指更高业绩目标,还坚持履行企业社会责任,传递爱心。希望下一个十年,当人们再次提到东风日产,想起的不仅是东风日产品牌车型,还有一家备受信赖的企业一点一滴的公益梦想。”东风日产副总经理任勇表示。 陈仪