



广汽传祺2014年哈尔滨冰雪试驾活动盛大开启



取冰雪,攀巅峰,广汽传祺2014年冰雪试驾活动在哈尔滨冰雪大世界开幕,传祺GA5/GS5/GA3齐赴冰城,传祺冰雪秀劲炫起舞,冰湖赛道上演激情驾驭。传祺再次将挑战精神淋漓展现,树立中国汽车典范形象。

近日,广汽传祺2014年哈尔滨冰雪试驾活动火热开启,在零下20度的北国冰原,在哈尔滨冰雪大世界美妙绝伦的雪景下,传祺与冰雪共舞,在极寒中驰骋。

广汽乘用车总经理助理肖勇在开幕式上表示:“挑战,是传祺品牌不可或缺的一部分,冰雪严寒、荒漠戈壁、陡峭山路都不曾让传祺停下脚步。我们期望通过本次冰雪试驾活动,让广大媒体与消费者洞悉传祺的品牌内涵,感受传祺性能的卓越表现。”

传祺全系破冰而出 极限驾驭见“真章”

时值哈尔滨国际冰雪节举办,以梦幻般的冰雪世界为背景,广汽传祺在此举行盛大的冰雪试驾开幕式。亮相仪式瞬间引爆现场,传祺全系车型在夜色中破冰亮相,一对舞蹈演员在冰面中央翩翩起舞。配合灯光的变幻、优雅的乐章,传祺在冰面上飞舞漂移,与舞蹈演员共同演绎精彩的人车芭蕾,传祺冰雪试驾活动由此开幕。

经过广汽传祺试驾总教练乐志卿的理论培训与技巧讲解,即将驾驭冰雪的体验者信

心十足。本次试驾分为两个区域,大冰湖赛道是传祺GA3和GA5的体验区域,内含蛇形绕桩、麋鹿测试、紧急制动等科目;以传祺“G” logo打造的小冰湖赛道则是传祺GS5体验区域,包括加速、减速、灵活操控等多项科目,全方位展现传祺家族驾驭冰雪的能力。

去年经过牙克石严寒的检验,传祺GA5和GS5已是冰雪试驾的“座上宾”。此番来到哈尔滨,两款车型的表现更加成熟。传祺GS5拥有TX4WD的黄金动力操控组合,涡轮增压发动机保证最大130千瓦的澎湃动力输出,i-4WD智能适时四驱系统则大幅增强复杂路面的通过性,从容应对冰雪。传祺GA5也凭借前双叉臂、后多连杆的四轮独立悬挂结构,将驾驭冰雪变得更加得心应手。

传承家族优势操控基因 传祺GA3惊艳冰雪首秀

作为家族最新车型,传祺GA3的冰雪首秀无疑成为关注焦点。经过一系列的冰雪驾驶,传祺GA3在操控与安全方面的表

现尤为突出,成为家族优势基因的传承者。

传祺GA3底盘联合保时捷工程公司精心调校,采用兼顾驾驶乐趣与驾乘舒适性的前麦弗逊、后五连杆四轮独立悬挂结构,在冰雪路面行驶时,底盘优势更加明显,高速过弯时,车身侧倾小,车辆行驶更加稳健。辅以德博世ESP 9.1系统的匹配,在附着力极低的冰面上,传祺GA3可纠正行驶轨迹,避免车身出现打滑,有力保障行驶安全性。

在安全和品质方面,传祺GA3也得到业界认可。最新公布的C-NCAP碰撞成绩显示,传祺GA3荣获五星安全评级,与传祺GA5/GS5首创全五星安全家族。此次亮相的还有传祺GA3智慧版,其可实现手机远程查询、远程遥控、安防服务三大功能,即便千里之外,也可对车辆状态进行实时把控。据介绍,此款智能车型将于3月份批量上市。

屡获权威大奖 传祺模式启动腾飞引擎

产品推出仅3年,广汽传祺的足迹已遍布零下30度的牙克石冰原、世界海拔最高的库木库里沙漠、险峻陡峭的贺兰山脉

以及哈尔滨冰雪世界。敢于将车型置于各种极端环境下接受考验,是传祺强大产品力的体现。

在2013年J.D.Power中国新车质量研究报告中,传祺以97分,高于行业平均水平的成绩位列中国品牌第一,彻底摒弃了中国汽车“低质低价”的刻板印象;近日,传祺又收获在由CCTV颁发的“2013年中国年度品牌”汽车类唯一大奖;自主研发的1.8T涡轮增压发动机,以高功率、低排量、适应性广等优势,引领低碳经济技术创新趋势,荣获“动力中国2013年度发动机奖”,是国内发展T动力的领先典范。销量方面,2013年传祺共售8.5万辆,12月月销突破1.5万辆,传祺GS5单车月销过万辆,传祺GA3月销破4000辆,传祺在一直被合资车所主导的中高端市场上交出了一份漂亮成绩单。

通过本次冰雪试驾活动,也让更多人体验到了传祺车型的世界级品质,在传祺发展模式助推下,配合大量体验式营销的开展,传祺2014年将创更多传奇。(常乐)

自主双雄 和悦A30对比长城C30

在竞争激烈的入门级轿车市场,各大厂商不断推陈出新,令人眼花缭乱。自主品牌持续发力并逐渐浮出水面,赢得了消费者更多的关注。2013年11月刚刚上市的江淮和悦A30,上市两月即取得8439辆的销量成绩,引发了自主品牌轿车市场竞争的白热化,“老手”长城C30更是不惜将价格降低抵御“新贵”和悦A30的冲击。今天我们就来一探究竟,这两款新老自主双雄谁更牛?

和悦A30和长城C30均匹配1.5L VVT发动机,5档手动变速器或CVT无极变速器,在动力输出、操控感受以及油耗水平上都完全满足家庭用户的需求。和悦

A30精准匹配的变速器、轻量化的车身设计以及高燃烧、高传动的汽车传动体系,使整车拥有良好的爬坡和起步加速性能,做到“快人一步”,最高车速可达180km/h;且实现了5.9L/100Km的超低油耗,比腾翼C30官方发布的6.5L/100km更具竞争力。

操控方面,二者的悬架类型差别不大,均采用麦弗逊式前悬架系统,保障了畅快淋漓的操控体验。值得一提的是,和悦A30使用的是电子助力转向,可降低油耗约0.3L/100km,既节能又环保,和长城C30的液压助力转向相比,方向盘更轻盈且转向响应速度更快。当然,不同车主对助力转向类型会有不同的看法和习惯。

“爱普生·多媒体爱心课堂”优秀课件评选结果揭晓

日前,由爱普生(中国)有限公司和云南省电化教育馆联合实施的“爱普生·多媒体爱心课堂”优秀课件评选活动结果终于揭晓,来自云南省9个州市的20位教师精心制作的多媒体课件脱颖而出,斩获一至五等奖,将分别获得由爱普生提供的投影机、墨

仓式网络传真一体机等教学产品大奖。

此次优秀课件评选是“爱普生·多媒体爱心课堂”项目的收官之作,活动面向云南省内农村中、小学教师进行。自2013年10月份启动以来,省电教馆共收到来自昆明市、玉溪市、保山市、丽江市、德宏州、大理州、迪庆州、文山州、西双



和悦A30和长城C30价格定位均在6万元至8万元区间。毕竟,选择这个价格区间购车的年轻消费者居多,而和悦A30有着自己清晰的目标——新生代家庭用户,并且将此定位践行在整车设计中。因此,和悦A30上市后的热销自然水到渠成。随着和悦A30关注度与销量的与日俱增,长城C30的压力不言而喻,自主品牌轿车市场的竞争也将更加激烈。(丁香)

版纳9个州市的中、小学教师报送的参赛作品150件。为体现评审结果的客观公正,省电教馆特聘请专家评委分3轮进行评审,评委分别从教学设计、内容呈现、技术运用、创新与实用等方面对报送的教学课件进行全面的考评和审阅,最终评出5个奖项20件优秀作品。(小雨)

上汽通用五菱勇夺2013年车市“三冠王”

2013年上汽通用五菱整车销量再创历史新高,达到1600550辆,超额完成150万辆的年度销售目标,跃升为中国整车销量最高的车企。其中,五菱宏光全年销量超过53万辆,同比增长67%,成为中国销量最高的乘用车产品。宝骏汽车保持了稳步增长的势头,全年销量逾10万辆。上汽通用五菱乘用车业务2013年销量超过63万辆,占企业整体销量的近40%,占据自主品牌乘用车销量榜首位置。五菱之光和五菱荣光依然表现不俗,销量分别超过46万辆和51万辆,连续8年蝉联国内微型商用车领域冠军,保持了绝对领先的地位。

作为国内最为畅销的MPV车型,五菱宏光上市短短3年,市场保有量就突破100万辆,成为国内增长最快的车型,并占据整个MPV市场四成的份额。随着今年宏光的

上市,宏光全系爆发出强大的市场潜力,销量屡创新高,轻松取得乘用车市场销量冠军地位。2013年11月突破6万大关,2013年12月销量更是超过7.5万辆,环比增长超过25%,将中国车市单月销量推至新高,持续领跑整个市场。

在刚刚过去的2013年12月,宝骏月销量达到12839辆,同比增长超过40%,保持了良好的发展势头。上市两年来,宝骏用户已突破20万,在J.D.Power发布的“2013年中国车辆可靠性研究(VDS)报告”中,宝骏汽车以每百辆最少的故障数,荣登自主品牌可靠性榜首。

凭借宏光与宝骏2013年傲人的市场表现,上汽通用五菱的乘用车版图初具规模。2014年,宏光平台和宝骏品牌多款新品的推出,必将助推上汽通用五菱加速进入乘用车主流阵营。(黄伟)

C4L智驱版的加减法则:性价比增 油耗减

如今“加减法”开始在中级车市大行其道,不过与其他车型只围绕配置、价格相比,C4L智驱版提出了“性价比增,油耗减”的新法则。C4L智驱版更在用户最看重的性价比上用了加法,在消费者顾虑的油耗上做了减法。

配置方面,C4L智驱版的智能多媒体系统市场价格约为4500元,而新增的多功能真皮方向盘等配置市场价值也在2000元以上,综合来看,仅在配置方

面的增值就在6500元以上。除此之外,C4L还拥有2710mm的同级最长轴距、侧翼可调航空式睡眠头枕、AQS空气质量自动控制系统等同级车型中少见甚至唯一的配置。可以说,在经过智驱版的升级之后,C4L在高端中级车市的性价比优势更加明显。在油耗方面,按一年行驶两万公里,以目前油价折合计算,每车将每年节省达2000元。(李雪)

销量新高连获殊荣 启辰领跑2014

率先接轨“京V”排放标准,到2013年4月推出2013款以百公里综合工况6.0L的超高能效加冕“史上最省油1.6L车型”,再到启辰晨风纯电动汽车在广州、大连等地的大规模交车和示范运营升级,启辰凭借全球先进技术领行业之先。

在品质上,凭借集全球及本土优秀供应商组建的“品质联盟”和世界级整车工厂,启辰车型从每一个零部件到整车,都实现了“至臻品质”,用户口碑是汽车品质优良与否的最佳证明。在J.D.Power亚太公司发布的2013年度中国新车质量研究(IQS)报告中,启辰品牌首次参评就以大幅领先行业平均水平的成绩,荣登合资自主品牌新车质量冠军。

在服务上,启辰在大力拓展销售服务网点数量的同时,更注重对顾客满意度的提升。2013年,启辰启动营销网络“深耕行动”,将专营店和二级网点数量分别扩充至147家和1500多家,同时大力推进与NISSAN专营店的“互修认证”,构建了近800家的一级服务网点,为用户打造“20公里服务圈”,创造业内最便捷的服务体验。同时,启辰与NISSAN同步推行“7天包换”,并提前实施“三包”,在服务政策上一直领先业内。

在产品上,不断丰富产品线则成为启辰跨越年销10万辆的最有力支撑。2013年4月,启辰应对市场反馈迅速推出价值全面升级的2013款D50和R50;2013年10月,启辰推出“全能跨界两厢车”R50X,以“50家族”3款车型的阵容全面满足普及型市场的消费需求。而在2013年9月份,启辰还推出了承载中国航天科技的“北斗导航版”。启辰为消费者量身打造的产品,在一年半多的时间里已经赢得了近15万忠实用户。

“实至”方能“名归”,在过去一年多,启辰凭借领先同级的产品、加速向上的市场表现和优异的市场口碑,赢得了市场和业界的广泛认可。105425辆,市场用自己的实际行动回报了东风日产启辰人的努力。

打开加速上升通道 启辰2014火热开局

2013年,启辰以不断进取之姿跨越年销10万辆的门槛,不仅为启辰品牌发展第一阶段完美收官,更书写了中国车市汽车品牌新的发展速度传奇。延续2013年的火热

势头,2014年,强势进入品牌2.0阶段的东风日产启辰品牌,其发展前景无疑将给人更大的想象空间。

在本地启辰专营店,一位正准备买车的消费者告诉记者:“最近打算买辆车,好几个买了启辰的朋友都向我大力推荐启辰,我坐过朋友的启辰确实觉得很不错,空间很大、很舒服。而且大家都说启辰质量很可靠,来自东风日产,又省油,所以我一开始就把启辰作为首选。但保险起见,我还是仔细对比了同价位上的其他车型,然后就认定了,启辰确实是最好的选择。”

经历2013年的持续高歌猛进,经销商对启辰的发展也更有信心了。“做启辰一年多,虽然这是个新品牌,但销量很好,可以说是超过了我们的预期。尤其进入2013年第四季度,D50和R50都是来一辆就走一辆,基本不占库,R50X新上来一直缺货。”本

地专营店负责人介绍,“而且用户买回去后发现产品确实好,转介绍率非常高,一个忠诚的老用户能为我们带来几个新客户。有这样好的口碑基础,现有的3款车在2014年肯定能卖得更火。再加上新车的导入,2014年我们对启辰非常有信心。”

“2014年是启辰发展第二阶段的开局之年,第一阶段的关键词是‘奠基’,而第二阶段的关键词则是‘加速’。随着更快速、更多元化的新产品投放,新能源战略的正式铺开,启辰晨风纯电动车将在2014年正式上市销售。销售服务网络的拓展与创新,2014年年初的贺岁油礼的活动,这些都将成为支撑启辰战略加速的驱动力。”谈及启辰2014年的发展,东风日产销售总部专职副部长、启辰事业部部长叶磊如数家珍,“2014年,请大家期待启辰开创的更多精彩。”

(杜威)



随着2014年新年钟声的敲响,启辰品牌2013年度销量定格在105425辆,超额完成年度10万辆的目标,成为产品上市后最快跨越年销10万辆门槛的中国汽车品牌。

2013年12月份,启辰品牌以13751辆的销量再创历史新高,这已是启辰品牌一年内第四次刷新月度销量的纪录。2013年第四季度以来,启辰月销量昂扬前行,从2013年10月份的1万多辆,到2013年11月份的1.2万多辆,再到2013年12月份近1.4万辆,启辰在中国车市已经找到了加速上升的通道。

而在2013年年底,中国诸多主流媒体对启辰品牌授予的“年度最具实力自主品牌”等荣誉,也证明了行业对启辰品牌的高度认可。从2012年4月首款产品正式上市以来,启辰品牌在1年半的时间里已经获得100多项权威大奖。百奖加身,实至名归!

跨越10万辆完美收官 启辰荣耀领航2013

105425辆,是启辰品牌在其首个完整销售年度给出的市场答卷,启辰兑现了自己在2013年全年销量破10万辆的承诺,正式成为中国车市“年销10万辆俱乐部”的成员,这也意味着,启辰拿到了中国车市主流品牌的“会员卡”。

这张“会员卡”的获得并不容易,简单的数字后面,是东风日产启辰人的厚积薄发。

早在2013年初,启辰品牌就提出了“领航2013”的年度方针,以高度的自信宣称要在技术、品质、服务上实现全方位领航。行胜于言,从2013年年初开始,一场全方位领航的战役就已经打响。

在技术上,面对环境、能源双重压力和市场对节能、新能源车日益增长的需求,启辰不仅将传统汽油车型的能效提升做到极致,更引领国内纯电动汽车的技术发展和商业化推广。从2013年年初

