

海马汽车启动
“我要上学”
1200助学+行动”

本报综合消息 9月13日,海马汽车赞助的2011 MusicRadio“我要上学——1200助学+行动”公益活动启动记者会“我们在一起+”,在北京798艺术区举行。自此在全国范围内,一场旨在帮助更多贫困学生解决实际生活困难的公益活动正式拉开帷幕。

作为这项公益事业共同发起方,海马汽车不仅宣布再次捐助20名贫困学生3年的生活补贴,同时也向海马汽车百万用户发出号召,号召大家共同关注贫困学生的实际生活困难,积极加入活动中来,让贫困学生的童年不再留白,让课桌不再空寂。

此前,由中央人民广播电台MusicRadio栏目主办的“我要上学”系列公益活动已经连续举办了9年,已有无数贫困学生受惠于此项公益活动,获得生活和学习上的帮助。2011年“我要上学”公益活动再次将捐助的目标确定为贫困地区学生,将为他们筹措每人3年的生活补贴1200元。

同样作为热心公益事业的爱心企业之一,此次活动也获得了海马汽车的大力支持。

作为国内自主品牌的代表,海马汽车积极投身到“我要上学”公益活动中来。作为共同发起方,海马汽车不仅为主办方提供了大量的资金援助,同时也在前期预热的贫困学校探访中,主动捐赠了20名贫困学生,与贫困学生家庭进行了面对面的帮扶,并组织海马汽车爱心车队对贫困小学进行了实地探访。

在此次“我们在一起+”记者启动会上,海马汽车销售公司总经理吴刚与到场的爱心人士及媒体分享了活动所见所感,并号召大家一起加入到2011MusicRadio“我要上学——1200助学+行动”活动中来。

对此,吴刚表示:“海马汽车作为起步较早的自主品牌车企,一直秉承‘脚踏实地,感恩惜福’的理念,时刻关注国事,关注民生和社会问题,海马汽车的公益行动不是一次、两次单纯的捐助,而是海马汽车的一项长期事业。此次活动海马汽车在履行一个企业公民社会责任的同时,期望通过活动平台,呼吁更多的人“我们在一起+”,给予贫困学生更多的关爱,为他们送去爱心,送去力量,送去祝福,送去希望。”

据了解,在启动会后,海马汽车在“我要上学”主题下的四大慈善活动也随即拉开帷幕。在接下来的4个月时间内,9月“+油 抛弧线”慈善高尔夫、10月再次探访贫困小学、11月“五城+速度”爱心路演、12月“感恩 1+1”慈善晚会将继续开展,随着活动的不断深入,也会有越来越多的社会爱心人士加入活动当中。同时,海马汽车也将在旗下300余家销售服务店同期展开宣传并设置捐款箱,希望有更多的海马车主能够自发的加入其中,为贫困学生送去温暖和祝福。

9月1日~10月31日,东风日产将在全国各专营店推出“轩逸0负担 款待1+1”主题活动,消费者在购车时享受贷款0负担和售后保修0负担的款待。这次活动打破了简单的降价和让利的促销形式,将注意力聚焦于车用户增值、为消费者提供更多落在实处的优惠和服务,使轩逸的“款待”价值再一次实现了升级。

东风日产“轩逸0负担款待1+1”活动
火热开启

汉兰达8月销量创新高
金九银十感恩回馈

本报综合消息 根据乘联会公布的数据,继7月完成销量8813台之后,汉兰达8月9661台的销量,不仅创造上市以来的最高销量,更刷新了国内大中型SUV单月销量的历史最高纪录。

2009年上市以来,汉兰达就一炮打响,除了前两个月处于产能调整之外,月均销量超过6000台,销量、上牌量一直稳居大中型SUV市场首位。2010年,汉兰达年销量超过8万台,以46.7%的市场份额几乎占据细分市场的半壁江山。

今年,在车市增速放缓以及日本地震等外部环境的影响下,汉兰达仍能保持逆市热销的势头。6月汉兰达销量就达到6288台,7月大幅上升达到8813台,8月更是以9661台的绝对优势称雄大中型SUV市场。即便与最畅销的紧凑型SUV比,汉兰达的销量表现也是毫不逊色。中汽协公布的数据

显示,7月SUV市场排名中,汉兰达占到了第五位。

汉兰达在6-8月的良好市场表现,为征战“金九银十”开了个好头。不少广汽丰田销售店表示,在7、8月销售淡季,汉兰达仍然是供不应求,相信随着金九银十的到来,汉兰达销量会更好。

首付低至3折
试驾可赢取iPhone5

在“金九银十”来临之际,为了感恩和回馈广大的顾客,广汽丰田在全国经销店推出“庆中秋迎国庆 iPhone5 欢乐送”主题优惠活动。

凡贷款购买汉兰达车型的顾客,广汽丰田提供了低于公积金利率的利率优惠,并提供了30%和50%两种首付比例的灵活选择。以2.7L豪华版的汉兰达为例,消费者最低只需首付9万元,即可把爱车开回家。

“轩逸0负担”
想消费者之所想

此次“轩逸0负担 款待1+1”活动,惠及东风日产全国所有专营店,涵盖轩逸所有车型。“0负担”包含购车贷款0负担和售后保修0负担。

据悉,购车贷款0负担是:购车时只需首付50%,便可将一台全新轩逸开回家,一年后付清余款即可,这期间享受0利率0月供的优惠。在售后保修方面:购置新车即可在轩逸原有的2年6万公里保修政策基础上,获赠2年4万公里的延保产品,累计多达4年10万公里的延保服务。延保产品内容与原厂保修内容基本保持一致,其价值分别为,轩逸1.6L为3298元,轩逸2.0L为4298元。

活动期间的购车流程也十分简便快捷,如确定购买车辆,专营店会先给购车者一份临时凭证,提车时,购车者凭此证领取销售单即可。

东风日产市场部相关人士指出:“推出此项活动,是从消费者购车和用车的角度出发,首先是针对今年不断攀升的贷款利率和令无数家庭头痛的月供,实现购车的‘0利率’和‘0月供’。同时,针对消费者日益关注的用车、养车问题,通过‘售后保修0负担’的售后政策,希望能够缓解用户的经济压力,为消费者提供实实在在的用车价值。”

业内专家表示,“金九银十”是车市

“款待”升级
轩逸领跑中级车市

自上市以来,轩逸以其“款待家人”的独特理念,一直备受消费者的青睐和追捧。在2010年J.D.POWER中国车辆可靠性研究结果中,轩逸力压群雄,荣登中型车细分市场可靠性榜首。2010年轩逸销售超过14万台,位居细分市场前列;今年上半年,在车市整体下滑的情况下,累计销量达64735台,以月均过万的骄人业绩,稳居中级车市前两名。事实上,轩逸之所以能取得如此成绩,与其卓越的产品力密不可分。针对中级车市用户十分关注的外观、空间、动力、油耗四方面,轩逸提出了“大气之极”、“宽适之极”、“顺畅之极”和“节能之极”四大极致标准,塑造了“全尺寸旗舰家轿”的标杆。

对驾驶者而言,轩逸搭载的2.0升MR20DE引擎和CVT无极变速器组成“黄金组合”,使其动力输出充沛又平顺,为驾驶者提供酣畅淋漓的驾驭体验。轩逸采用的是前麦弗逊后扭力梁式的悬挂系

凯美瑞5年铸就辉煌传奇
销量即将突破80万

本报综合消息 8月初,广汽丰田成功实现100万辆下线,成为以中国高级轿车为主线,开创中国高级车市的全面竞争时代。5年来,凯美瑞以突出的产品、服务和品牌优势,树立起至今难以逾越的价值标杆,并带领广汽丰田从一款车发展到四款车的强势阵容,跻身合资车企第一阵营。

在广汽丰田100万辆销量中,即将突破80万辆的凯美瑞,占据了五分之四的江山,可谓居功至伟。

凝聚精华
第九代CIVIC(思域)全新登场

本报综合消息 继东风本田9月16日在成都车展发布备受各方期待的第九代CIVIC(思域)后,9月17日也如期在第五届海南汽车展销会上举行了海南区域发布会。第九代CIVIC(思域)凝聚历代精华及Honda全球领先科技,传承“先进、低油耗、安全”三大核心优势基因,在设计、技术、性能等诸多方面都代表了全球中级车最新的发展趋势。第九代CIVIC(思域)全车型型将在10月下旬在全国范围内同步上市,提供1.8L和2.0L两种排量,为消费者带来全新的驾乘感受。

第九代CIVIC(思域)延续了第八代产品精致融汇的特点,并以先进技术为基础进行了自内而外的全面革新,针对目前消

费者的个性化需求,大大强化了科技智能的产品特征。在外观设计上,第九代CIVIC(思域)以“简洁、张力、未来感”为核心概念,前脸造型型气俊朗、腰线犀利动感、尾部宽阔大气,锐利的氙气前大灯再添几分阳刚之美。在内部空间设计上,则将大空间、人体工学与智能科技完美结合,打造出同级车独一无二的“全息座舱”。

先进的智能化电子装备是第九代CIVIC(思域)最令人印象深刻的一大亮点。“智能化多功能显示系统”将屏保、音乐、行车信息、导航提示、蓝牙显示及可视化倒车系统等多项功能融合,并与多功能方向盘相连,实现便捷人车对话。ECON(智能化绿色驾驶辅助系统)能够

在保证畅快驾驶享受的同时,让第九代CIVIC(思域)优秀的燃油性能得到进一步的提升。这两大特色配置,加上数字化多层次仪表、高分辨率车载导航系统,为消费者提供前所未有的高科技智能化操控体验。

在车辆性能方面,第九代CIVIC(思域)的动力性、燃油经济性、操控性、安全性、舒适性、静音性都得到了进一步的提升。尤其在消费者最关注的燃油经济性和安全性方面,第九代CIVIC(思域)表现尤为突出。通过进一步的改进,1.8L和2.0L两种排量的i-VTEC发动机实现更强劲动力输出和更低油耗,综合工况油耗仅分别为6.8L/100km和7.4L/100km。

凯美瑞5年铸就辉煌传奇
销量即将突破80万

本报综合消息 8月初,广汽丰田成功实现100万辆下线,成为以中国高级轿车为主线,开创中国高级车市的全面竞争时代。5年来,凯美瑞以突出的产品、服务和品牌优势,树立起至今难以逾越的价值标杆,并带领广汽丰田从一款车发展到四款车的强势阵容,跻身合资车企第一阵营。

在广汽丰田100万辆销量中,即将突破80万辆的凯美瑞,占据了五分之四的江山,可谓居功至伟。

2011款Mazda6
灵敏的操控不仅是弯道乐趣,
更为安全护航

长安马自达发布了预计在第四季度投放上市的新Mazda3,中文名称——Mazda3星骋。

长安马自达总经理柳昌已表示,中文名称的发布标志着这款“2011最值得期待国产车型”的上市进程步入倒计时阶段,也标志着长安马自达的事业迈进新时代。

长安马自达总经理柳昌已表示,中文名称的发布标志着这款“2011最值得期待国产车型”的上市进程步入倒计时阶段,也标志着长安马自达的事业迈进新时代。

新Mazda3
发布中文名称“星骋”
黄立行担任代言人
启动“向完美说不”主题活动

顺应潮流为产品起了更易为国内消费者认知、相传的中文名称。——“星骋”中“星”取词“星光熠熠”,寓意“一见惊鸿的前瞻设计”赋予新产品星光般闪耀的“流动之美”;“骋”取词“纵情驰骋”,体现“极尽驾驶激情”开发理念赋予新产品的跑车气质和精准操控;而“世界一流的”长安福特马自达南京工厂,则为新产品超越进口车的“星级品质”提供有力保障。

黄立行代言:
主张“向完美说不”

中文名称发布的同时,大胆新锐且低调个性的知名艺人黄立行正式成为Mazda3星骋的官方代言人。长安马自达执行副总经理安显林表示:“我们非常重视Mazda3星骋代言人的甄选工作。黄立行始终坚持自我、才华横溢的性格气质,与Mazda3星骋的产品性格高度吻合,相

信我们的合作和即将上市的Mazda3星骋一样令人期待!”

个性鲜明、动感时尚、舞技精湛……无论是从外型气质还是“内在功力”看,黄立行和Mazda3星骋都有极高的契合度,尤其是后者倡导的“向完美说不”理念。

而“向完美说不”的内涵寓意和Mazda3星骋的产品特征也相得益彰,“一见惊鸿的前瞻设计”分明在向“中庸”的外型设计”说不,有如“舞者”的精准操控、“双星闪耀”的安全和品质表现,是在向“平庸的代步工具”说不,黄立行的代言可谓“人车合一”……藉此,长安马自达顺势而为:以“向完美说不”作为Mazda3星骋与目标用户情感沟通的符号,并开通实时互动的官网(www.chana-mazda.com.cn),一系列品牌体验和推广活动即将展开……Mazda3星骋,绝对值得期待!

宝骏630荣膺2011世界
水上极速运动大赛(IAC)官方指定用车

本报综合消息 2011中国柳州“上汽通用五菱杯”世界水上极速运动大赛(IAC)召开在即,记者从大赛组委会了解到,上汽通用五菱旗下宝骏品牌首款轿车——宝骏630将作为今年大赛的官方指定用车,在比赛期间承担运动员服务接待和相关会务往来工作。

8月,宝骏630全国上市,凭借着外观大气、空间宽敞等诸多特点,获得了业内和市场的一致好评,此次成为国际顶级赛事官方指定用车,更是对其品质与信誉的肯定。

世界水上极速运动大赛由水上摩托锦标赛、中美滑水明星对抗赛及F1摩托艇世锦赛三大赛事组成,是中国乃至世界范围内赛事规格最高、规模最大的水上极速运动赛事平台。作为赛事总冠军赞助商,上汽通用五菱连续三年鼎力支持这一国际体坛盛事,为打造柳州城市名片、推动区域经济发展做出了积极贡献。

Mazda6家用轿车经典! 高操控高安全超实惠, 14.58万元起售!

0.3低风阻系数: 动感外形+高速稳定
先进悬架: 精准转向+紧急避让
MZR 2.0发动机: 澎湃动力+安全超车
ABS+EBD: 刹车灵敏+安全制动

一汽马自达
海南优之杰汽车有限公司
海口市滨海大道129号
销售热线: 0898-68620666

一汽马自达汽车销售有限公司
用心让您更安心
客户服务热线: 400-666-8080 www.faw-mazda.com

海格客车
HIGER

小投入 大收益
海格新款团体旅游客车

海格6-bos智慧运营系统,运营更精准:
海格16道严密工序电泳,使用寿命更长久:
团体节假日旅游,用途广泛,运营收益更多元:
海格最新一代团体市场产品。

海南市场部: 尹绪龙 13876684118 / 张勇强 18876085680 | 特约经销商: 海南苏金 0898-68543333
苏州金龙 海格客车 | 地址: 苏州工业园区苏东东路288号 邮编: 215026 电话: 0512-62581658 咨询热线: 400-828-2019