立体T台现身白马公园

MG7 演绎 “超驾值T级车”风范

3月21日—22日，一场以“T级动力,T出激情”为主题的MG7全国巡展活动在南京白马公园激情上演。MG名爵独具匠心搭建的立式“T”台,成为活动现场的地标性建筑。同时,MG名爵特邀的足球宝贝身着英超各球队队服在立式T台上的动感走秀,也让观众大饱眼福;而MG7携手英超送出购车送大礼，更让消费者享受到“超驾值T级车”MG7带来的实惠。

活动现场竖立的立式“T”台,引来众多消费者驻足观看。而花式颠球、桌上足球比赛和电子竞技游戏的活动开展，一下子拉近了活动和现场观众的距离。接着，MG名爵特邀的足球宝贝身着紧身衣、运动短裤,动感走秀在这靓丽时尚的T台上，更是引爆了现场气氛，将观众热情推至高潮。

据现场南京4S店销售经理介绍,本次名爵“T级动力,T出激情” 的活动吸引了大批追求动力,喜爱运动的参与观众,使活动现场被蜂拥而至的观众拥堵得水泄不通,并创造了活动当天取得订金订单数十台的历史佳绩。

面对如此的订车热潮，MG名爵相关人士解释说,这是因为此次活动很好地体现了MG 7超价值“T”级车的概念。T取自涡轮增压发动机英文缩写Turbo的首字母，寓意MG 7全系搭载的全铝赛车级涡轮增压发动机带来的强劲动力。MG 7采用全球顶级的新一代Racing kit级超耐久高效增压涡轮,配合超高压TCI-Tech中冷涡轮增压技术,不但可以高效提供涡轮增压,提升动力,而且使用寿命也更长。同时,MG 7在最大功率、最大扭矩和最高车速上,均处于领先水平(发动机升功率达到65KW/L,最快时速为同级别最高的215公里)。在“T级动力,T出激情”活动期间,MG名爵南京地区经销商推出了优厚的购车大礼包:一周内订购MG 7可享受价值2万元的T级好礼;一周内订MG 3SW可享受赠送5%购置税。

不仅如此，为回馈MG名爵的广大用户，做到以消费者需求为核心提供产品和服务,MG名爵于“3·15国际消费者权益保护日”启动“尊荣体验”服务品牌。尊荣体验服务将带来销售、二手车置换服务、汽车信贷服务、汽车保险顾问等一系列服务品质的全面提升，其中的许多差异化服务更是领先同侪,如修补漆终身保修承诺、早晨6点半到8点半的早间预约接车服务、对车主作出维修进度时间以及维修质量承诺，以及在维修等待中提供1小时维修进度告知服务。凭借着优异的产品特性和无忧的售后保障,MG 7当之无愧地成为“T级动力”中最超值的车。

据悉,本次“T级动力,T出激情”为主题的活动还将在先后光临深圳、郑州、成都、长沙、青岛、沈阳、上海等8大城市。

全新Acura TL杭州试驾

今年Acura欲在华销售4000辆

3月18日,“忘我驰越 炫魅于心”2009 Acura TL华东媒体试驾会在杭州千岛湖举行。作为Acura历史上最激动人心的豪华轿车,全新第四代Acura TL在2009年中国市场规划中被寄予了厚望,并将成为Acura重要的销售支柱和新增长点。

据本田技研相关人士介绍,Acura TL2009的目标消费者定位在懂得享受生活和驾驶乐趣的品位阶层。超过5米的车长、精悍强大的外观,首先就给人带来强烈的视觉冲击。而3.5升V6发动机、209kw(285马力)的功率和344Nm的扭矩,提供了无可比拟的动力性。同时,2009年Acura TL的舒适性也领先于同级豪华车，更低的重心设计和新的底盘调校极大地增强了车辆的行驶稳定性，风噪性能和路噪性能优化达到了同级别车型中的最好水平。在安全性方面，Acura TL在美国高速公路安全保险协会(IIHS)组织的安全碰撞测试中,2009 Acura TL在所有项目中均获得了最高级别的“Good”评价。

Acura的豪华服务水准也达到了行业内同级别的最高水平。“4年/10万公里的免费保修和保养服务”为消费者提供了安心保障，与其他众多品牌1万公里/次免费保养不同的是,Acura提供了5000公里/次的免费保养，仅此一项,就为顾客节省了不少开支。而48个月全时无间断的免费道路救援服务，更可以使Acura TL车主便捷地享受到行业领先的豪华服务水准。

Acura TL车型系列在北美拥有极高的知名度和良好口碑。在美国《消费者指南》杂志的“年度最佳购买车型”的评选中,Acura TL击败强劲的竞争对手,荣获“豪华中型车”组别的最佳购买车型称号。同时,Acura TL还曾连续三年成为全美销量最高的中型豪华轿车。

试驾活动结束后，本田技研广报部部长藤井隆行先生接受了媒体的采访。据藤井先生介绍,2008年Acura在中国的总销量是2900辆左右,这个数字比2007年大约翻了一番,2009年Acura在中国市场的销售计划为4000辆。此外,Acura还计划今年在中国建立更为广泛的营销网络。据了解,Acura在国内已经开业14家特约店,计划在2009年底签约的特约店数量达到30家以上。 张颖

CRV为什么这么牛

在消费理念日益成熟的中国,汽车消费正在转入“价值主导时代”，价值是产品或服务带给消费者的利益，它决定了价格高低和品质崇尚度。而就一辆汽车而言，产品价值既包括产品基本属性带来的价值，还包括延伸功能带来的价值。

“能量第一、安全第一、节油第一、质量第一、产品魅力第一”，笔者从东风本田江苏恒通店了解到，依靠出色品质和卓越口碑，CR-V始终占据国内SUV市场销量冠军宝座。尤其2008年高达80607台的销量和76.4%的增幅，进一步巩固其领跑地位。2009年1月，CR-V售出7901辆，再度刷新单月销量纪录。作为一款独具五个NO1优势的高性价比车型，CR-V的产品价值则不仅仅体现于此。

从选择CR-V，选择东风Honda的一刻开始，车主们不仅得到了一辆称心如意的好车动，在售后服务的各个层面，都体现出了东风Honda“专业技术，用心服务”的HOS服务理念。

作为一家具有社会责任感的企业，东风Honda在推出好产品、好服务的同时，始终坚持回馈社会、感恩车主：2008年新年伊始赴西沙群岛利亚海洋清洁海面垃圾；2008年6月赴内蒙古沙地植树；2008年2月赴三亚清洁海滩；2007年赴九寨沟植树。每一次活动的主题，都是环保，而每一次的主角，都是来自全国各地的东风Honda车主。

2009年2月13日，CR-V迎来了第20万辆车主，深圳的邱先生荣幸地成为CR-V第20万位车主，并和来自全国约200多位车主共同见证这一辉煌的时刻。仪式上，东风Honda总经理仓石诚司、执行副总经理刘裕和京白北第20万辆CR-V的车钥匙交到邱先生的手中，使令在场所有车主激动的是，邱先生还获赠1吨汽油作为奖励。

而以成功超越20万为新起点，东风Honda感恩20万CR-V用户的全方位关爱正在持续升温，从3月2日起，东风Honda已在全国特约店同步展开“感恩有您 共享新礼”感恩系列活动。活动期间，消费者来店、试驾即可获赠礼品，购车可以获得CR-V会模，拥有CR-V已购车用户可以获得特别准备的多重好礼。同时，新老用户均有机会成为幸运车主，与东风Honda走进内蒙古兴和县，领略民族风情，共同在荒漠化土地植树造林，尽一己之责，为地球家园增添绿色。

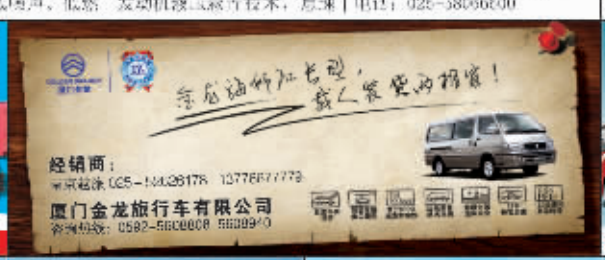
情感是维系社会运行的纽带，东风Honda正在用实际行动，全方位实践对车主的关爱，正在从一个全新的角度诠释车、人、企业之间的关系。东风本田恒通店欢迎您的光临，咨询电话025—58066999。

长安悦翔 好开 好看 好省油

2009年3月18日，长安悦翔1.6L手动挡在重庆上市，该车型售价从5.49-8.09万元。悦翔的长宽高分别为4365/1710/1475mm，轴距为2515mm。运用长方身披草线贯穿前后，加强了整车整体感，完善了车门与车箱与扶流线一体化。悦翔最具特点的隐形超静设计有效的减少了风噪结构的形成，从而减少了行车中的阻力。

悦翔搭载的CS5系列发动机，是在长安公司引进日本铃木技术发动机的基础上，与多家国外设计公司（德国FEV、奥地利AVL公司）合作与优化设计，在国内同类产品中处于技术领先地位，具有完全自主知识产权。该发动机为4列4缸、16气门、电子控制多点喷油喷射，具有功率大、扭矩高、结构紧凑、低振动、低噪声、低燃油消耗、低排放等特点。

悦翔使用的是BOSCH最新ESP电控系统，再加上车身的轻量化设计和一流的机车匹配，使悦翔上海公路即实际油耗仅为每百公里6.8升，在3万元以上，悦翔采用了发动机液压悬置技术，使悦翔车长度产品只有41分贝，已经是高级豪华车的水平。

同时，悦翔还配有灯光系统、语音式声音提示系统、在空调上具备自动温度设定、电子式胎强、到车雷达、电动后视镜等等等等便利。悦翔车内储物空间达27处，为用户提供全方位的储物要求。

电话：025-58066600