

东风日产不造车,只造精彩生活!



最近一段时间在某微博上,“东风日产不造车只造精彩生活”的户外广告被网友们竞相转发,评论也很多,褒贬不一。有一位 Sophie 糖糖网友说:“太喜欢了!”有一位 TEDFU 网友说:“原版是法拉利的‘我们不造车,我们制造梦想’。”还有一位魏楚昭网友说:“这是人·车·生活的缩景!”……虽然,网友们对这条广告是众说纷纭,但不可否认的是,汽车和人们的生活是紧密联系的,人们所期望的不仅仅是有辆代步车,而是更加希望汽车能给她们带来精彩的生活。本报官方微博3月份的“幸福生活理想家轿”的大调查以及本报“晒幸福、晒家轿”活动也同样反映了这个问题。东风日产本着“技术日产人·车·生活”的品牌理念,一直把“为客户打造精彩的有车生活”作为目标,实践造车的理念,尤其是在家轿品类方面,整合了轩逸、骊威、阳光三款家轿,全面满足家庭用户需求,而这三款车也以其优质的产品品质、卓越的燃油经济性、以及精致外观内饰等多方面优势,在中级车的市场推崇认可为“全优家轿”。

轩逸:中级车“全尺寸旗舰家轿”的新标准

在本报晒幸福的活动中,有位刚新婚的赵先生和她的老婆,就在情人节当天,赵先生开着新买的轩逸,手捧一束玫瑰花和巧克力,突然出现在老婆下班的地方,为老婆制造了一场精心设置的巧遇。这个幸福故事被许多小资羡慕不已,也希望自己能有一辆这么浪漫的车。轩逸,作为东风日产倾力打造的“全尺寸旗舰家轿”,自上市以来,以优雅、时尚的气质和日产先进技术的全方位应用,成为中级车市场的主流经典车型。此后每一次的升级改款都代表着中级车市消费潮流的不断革新。新轩逸更是以“大气之极”、“宽适之极”、“顺畅之极”和“节能之极”四大极致标准,树立了中级车“全尺寸旗舰家轿”的新

标准。轩逸不仅以四大极致标准大获青睐,更是准确把握消费者“款待家人”的消费心理,在广大消费者心中积累了极高的人气和口碑,牢牢捍卫中级车两强地位,成为中级车市场一颗耀眼的明星,也是城市小资的首选车型。

骊威:为家庭用户打造的一款“全时全能”车型

在本报晒幸福活动中,一个欢乐的三口之家,财经爱好者爸爸、韩剧迷妈妈、小皇子儿子,一家出去郊游踏青,去超市大采购,在超市奋战2个多小时,装下一大堆踏青物品,也让读者唏嘘不已。

骊威是东风日产为家庭用户打造的一款“全时全能”车型,它就是一个兼顾家居生活与商务活动的

多面手,以超凡的空间感和开放感,以全面全能的产品力,为消费者带来全新的移动居家体验。改款后的新骊威家族,劲悦版、劲锐版、劲逸版三位成员以“全时全能”的产品力给予不同需求的车主们更多安心保证和舒适实惠。在精品小车中,新骊威劲悦版的大空间可谓首屈一指,其长、宽、高分别是4178mm、1690mm、1565mm,而轴距则达到2600mm,这足以令它在同级别车中傲视群雄。

阳光:从“人、品、心、境”4个方面设定中级家轿“宜居”标准

在本报晒幸福的活动中,一个三代家庭的故事,媳妇看中了骊威,公公和婆婆因受老同学的影响看好阳光,媳妇为了不让老公为难,在家庭会议上,赞同公公婆婆

的意见,最后买了阳光的故事,让读者感动不已。

阳光,作为一款实力派紧凑型车,为东风日产全年销量增长带来很大帮助。阳光采用全新的“宜居”设计理念,围绕家庭生活用车,从“人、品、心、境”4个方面设定中级家轿“宜居”标准,拥有全配置宜居空间、全驾程灵动操控、全方位五“心”安全三大产品优势,让那些希望工作之余为家人带来多彩生活的车主享受温馨的有车生活。

东风日产三大家轿获得家庭用户的认可,离不开东风日产多年来对家轿的钻研和用心,也离不开日产“人·车·生活”理念的长期熏陶。从这个意义上,东风日产那则户外广告“东风日产不造车只造精彩生活”其实不雷人,是东风日产“人·车·生活”理念的具体体现。

此外,东风日产全优家轿阳光、

轩逸、骊威“三大家”领航版上市之际,东风日产江苏全省经销商加盟店一致启动了“全优家轿幸福豪礼三重奏”活动。购车礼、推荐礼、置换礼让幸福加倍,为精彩汽车生活更添惊喜。凡是到东风日产经销商4S店看车品鉴,既可以有机会获得东风日产送出的订车、购车惊喜,详情请洽东风日产各专营店。



南京保时捷中心荣耀升级 新款 911 盛装登场



保时捷中国首席执行官柏涵豪先生(左)向南京保时捷中心赠送保时捷创始人雕像

4月16日,南京保时捷中心在顺利完成扩建后隆重开业,使得保时捷在华东地区的服务能力得以巩固和升级。开业仪式现场,保时捷新款911跑车成为众人瞩目的焦点。

新保时捷中心面积超过4500平方米,其中包括一个面积超过2900平方米的售后服务中心,以及由原来800平方米扩建到超过1600平方米的展厅。这些现代化的一流硬件设施,确保为客户提供无可比拟的顶级服务以及最完备深入的品牌体验。保时捷中国首席执行官柏涵豪先生专程出席此次庆祝活动。

南京保时捷中心总经理戴朝桦表示:“对于我和我的团队而言,南京保时捷中心的重

装开业是人生中最值得骄傲的时刻。在这座扩建后的面积更大、设施更精良的保时捷中心,我们将向每一位保时捷车主和车友提供国际一流水准的客户服务。”

柏涵豪先生表示:“南京保时捷中心的扩建,让我们能够更好地满足当地市场日益扩大的需求。新款保时捷911是我们为全新南京保时捷中心带来的开幕大礼,它不但延续了所有前代车型的卓越传统,更在其细分市场上树立了性能、效率和设计的全新标杆。我希望,新中心的全面升级能让每一位南京地区的保时捷车主和车友更近距离地感受和体验极具保时捷个性的新款911。”

常青

庞大巴博斯登陆南京

4月11日下午,南京庞大巴博斯汽车销售服务有限公司在明匙路上正式开业。

德国巴博斯汽车是世界上最大最著名的独立型个性化汽车生产商。凭借着顶级的引擎改装技术,和独一无二的动力性能及崇高声誉而享誉全球。巴博斯公司由Bodo Buschmann先生创建于1977年,现已跻身全球最大的汽车改装厂商之一,一年改装奔驰车80000余辆。BRABUS的改装不是简简单单地在原车基础上的高性能改装,它的改装是不惜工本的。BRABUS也是奔驰Smart的御用改装厂,全世界所有的Smart变

形车都出自BRABUS之手。

庞大集团于2011年4月28日首次公开发行A股登陆沪市,正式成为了国内首家通过IPO方式登陆A股市场的汽车经销商集团,成为全球汽车经销业上市公司中市值最大、IPO融资额最大和中国民营企业IPO融资额最大的上市公司。2011年9月,庞大集团出资2亿元,全资收购巴博斯国际控股(香港)有限公司(简称“巴博斯香港”),从而一举拿下奔驰汽车改装品牌巴博斯(BRABUS)在华20年的销售代理权。从此与世界顶级的汽车改装品牌巴博斯联姻。

快豹

辉腾定制中心常州启幕

4月12日,江苏省首家全新辉腾定制中心在常州市新北区通江中路599号尊崇启幕,该定制中心面积达500多平方米,是目前全国最大的辉腾定制中心之一。

2011年,伴随着5家全新辉腾定制中心的开业,辉腾销量再次创造近100%的增长率。大众汽车进口车凭借对中国消费者的敏锐洞察,将辉腾的智慧定位与中国传统文化相融合,并通过同级别车型首创的个性化定制服务取得了7年增长26倍的不俗表现,远远高于同级别豪华车的增长速度。

开业仪式以一场“定制”的尊享之旅展示了辉腾定制中心的特性:为中国消费者提供尊享定制服务的同时,搭建一个高端生活方式体验的平台。功夫茶、高端定制餐具的奢华晚宴、英式管家迎宾,无不彰显尊贵奢华;特别展出的手工定制艺术品,让来宾近距离感受到德国手工艺的深厚底蕴与独特魅力。

常州辉腾定制中心由全球顶

级德国设计团队采用“私密、奢华、尊贵”的设计理念统一设计,融合精湛的手工艺、创新的科技,将源自德国的汽车艺术之作辉腾及其尊享服务以更完美的形式呈现在消费者面前。

2011年,大众汽车进口车在武汉、昆明、厦门、杭州、广州建立了5家全新辉腾定制中心。目前,辉腾定制中心可以为客户提供包含3.0、3.6、4.2及6.0排量的全线辉腾产品的定制服务。

唐颖

