

有车生活



# 千里姻缘车来牵

故事讲述人:李萌(女)  
记录:晚报记者陈娴

好友珊珊是姐妹中间率先买车的,一辆银色的奥迪A4,我们时常一起开车在大街小巷里自由穿行,让我最大限度地感受有车的好处。

去年11月的一天,一群朋友约好到海鲜楼吃饭,珊珊和我应约而至。席间我忽然发现自己的手提包遗忘在了车上,便向珊珊要车钥匙。

我拿着钥匙便开车门,车门没开,防盗警报却响了。“喂!你想干什么?”抬头一看,一个大男人正瞪着我。我回瞪过去,没好气地说:“没看见吗?在开车门!”“这车是你的吗?”“不是我的也是朋友的!”“你的朋友叫什么名字?”我丢一个白眼给他:“查户口怎么的!有我要告诉你吗?”“对不起!我是这车的主人!”我一时弄糊涂了。“小姐,你认错车了吧?”我醒悟过来:“对不起,恐怕是我认错车了。”慌忙转身又顺着泊车位一路寻去,终于见到了另一辆银色奥迪A4。我有点小心地走过去,在确认没有第三辆同样的车后,才用钥匙去开车门。这一回很顺利。



一个星期后,和珊珊约好一起去超市大采购,可左等右等不见她来,等得不耐烦的我只好一个人先入超市。当我大包小包地抱着东西出来后,远远地看见她的银色奥迪A4停在超市前方的一个路口。我一边抱着东西走路,一边心里嘀咕:“这丫头,肯定以为我还没到。停那么远,想在路口堵我啊!”好不容易挺到车面前,腾出一手拉开车门,然后一手便把东西塞进去。

“丫头,你可来晚了啊,东西都已经买好啦。”猛抬头却碰到一双陌生的眼睛。前排驾驶座上的人不是珊珊,分明是那天瞪我的男人,此时他正满脸惊奇地打量

我。我很是尴尬:“对……对不起,我又认错车了。”我开始搬理着东西准备下车。“买那么多东西,去哪儿?反正我也没事,可以送你一趟。”我客气地笑道:“不麻烦了,我和朋友约好的她还没来。”这个男人说:“你的朋友大概不会来了,若不介意的话,就坐我的车吧。”见路旁好长时间都没有出租车,而他又一脸憨厚的笑容,我便将大包小包的东西放在了他车里。

就这样我们相识了,后来他请我吃饭、喝茶、看电影、一起逛街……再后来的一天,他站在我家的楼下,手里捧了一大把红色的玫瑰花……

## 河南中德宝 体验宝马7系

日前,由河南中德宝汽车销售服务有限公司举办的“BMW7系完美世界之尊贵体验活动”受到宝马客户和车迷好评。当天,10辆挂着京A牌照的宝马750Li车队在郑州展示着它们的出色性能,车队的壮观引起了不少行人的注目。

活动邀请了数十名参加者,多是宝马现有客户和潜在客户。路程从河南中德宝出发,通过高速公路试乘试驾、思念果岭高尔夫练习、晚宴等,不仅给参与者足够体验宝马7系纯粹的驾驶乐趣,还体验车主尊贵生活。

尚的外观、舒适的空间和顶级水准的装备,巩固了7系在同级别车中的领跑者地位。宝马7系是高性能豪华轿车的代表,将驾驶乐趣和乘坐感受融于一身,是宝马迄今最成功的一代旗舰车系。

宝马750Li 以其时

陈仪

## 河南丰之元 用户签名庆奥运

8月8日,是北京2008年奥运会进入了一周年倒计时的重要时刻。河南丰之元汽车销售服务有限公司作为2008年奥运会的正式高级用车——奥迪在河南地区的特许经销商,特举办“百年奥运,百年奥迪”用户签名庆祝活动。

河南丰之元宋沅总结

理认为:“2008年对中国人民及奥迪来说都是意义重大的一年。作为拥有百年运动基因的高档汽车品牌,奥迪在中国一直积极参与和支持中国体育事业的发展,并荣幸地成为北京2008年奥运会正式高级用车的提供商。借此奥运会倒计时一周之际,一汽-大众奥迪8月4

日在北京发布的A4 S LINE这款动感时尚的新车也是从全新角度去改造,在力图表现其运动特性的同时,也希望在同级轿车市场上做到性价比最高。这款车不久将会在河南市场上投放,相信会使更多的人享受到奥迪所能带给他们的尊贵服务。”

小曲

## 宾利欧陆 GTC 演绎浪漫风情

8月8日,全新宾利欧陆GTC首度登陆宾利武汉展厅,这款设计高雅瑰丽,同时又自然流露时代气息的跑车,最高时速可达312公里,既独具皇家高贵气质与风范,又不失现代风尚。据悉,这台欧陆GTC只会在武汉停留3天,展示完毕后便会随即送到其他城市进行展展,

武汉的客户要亲睹其风采,就必须把握时间。

宾利欧陆GTC风格独特,堪称“宾利前所未有的崭新车型”,从整车外形到车内装饰,不拘一格的时尚已成为不同年龄层的客户追求目标,更以其休闲舒适的风格以及自然浪漫的气氛彻底征服了客户,同时也获得业界高度认

可,短短时间内已囊括国际多项大奖。

随着国际超级豪华品牌汽车进入中国市场,国内顶级汽车市场的竞争愈加激烈。而宾利作为顶级汽车市场的领导者,2006年在中国,就实现了100%的销售增长,是去年宾利汽车全球增长最快的市场。

小曲

国内机票·国际机票·预订宾馆



24小时服务  
0371-

# 66666666

北京-东京 2400元(单程) 4000元(往返) 郑州-北京 5.0折 350元

北京-大阪 2300元(单程) 3400元(往返) 郑州-上海 5.0折 400元

北京-悉尼 4000元(单程) 5200元(往返) 郑州-广州 5.0折 680元

北京-墨尔本 4000元(单程) 5200元(往返) 郑州-深圳 5.0折 710元

郑州-北京-首尔 1100元(单程) 1760元(往返) 郑州-杭州 5.0折 420元

郑州-北京-釜山 1300元(单程) 2350元(往返) 郑州-厦门 5.0折 610元

郑州-广州-吉隆坡 2000元(单程) 3300元(往返) 郑州-海口 5.0折 870元

以上国内折扣均需提前15天购票,另提前30天、45天购票优惠更多

以上价格均不含税和燃油附加费,折扣信息均以当日航班查询为准。

## 国美电器三项全能笑傲中原

郑州,中原商战发源地,自国美进驻来,风起云涌,浪潮迭起。国美的到来,以其质优价廉的商品,优质创新的服务,新颖独特的营销方式,彻底颠覆了郑州家电市场的格局。

“薄利多销”: 国美开拓市场的“利刃”

没有令人满意的价格,一切都是空谈。作为中国本土出现的最大的家用电器零售商,国美凭借其最大的连锁销售网络使自己成为中国家电的“低价盆地”,被众多专家学者惊呼为“国美现象”。

多年来,国美始终坚持薄利多销的经营策略,价格是国美在市场中力挽狂澜的王牌,是在扩张中战胜对手的“利刃”。国美正是通过这把利刃,才取得了如今的地位,赢得了消费者的推崇和声誉。事实证明,国美商业战车所到之处,都使当地家电市场发生极大震荡,总是能迅速终结当地家电市场的“价格昂贵时代”。价格越低,走量越大,愿意介入的品类就越多,这种正向的循环造成了其品类的急速扩展。

掌控产品制高点: 国美的“生存发展之本”

在消费者眼中,国美的低价是出了名的,以至于有的消费者想弄清楚其中有什么奥秘。道理很简单,国

美与国际、国内的各大品牌家电生产厂家通力合作,厂家对国美电器的促销活动、公益活动及社会活动给予最大限度的支持,并共同为消费者提供更有吸引力的价格。

多年前国美就开始了与家电生产厂家直接签订大额采购订单,成绩骄人的招标定购使国美完成了家电零售商在流通渠道中由从属地位向主导地位的转变。因为国美最了解消费者需要什么,又能通过买断经营,使价格比原来便宜了很多;同样的商品,价格更低廉。许多知名厂家愿意与国美展开深度的合作,并在长期的合作中确立了紧密的伙伴关系。“首销权”、“直供机”、“包销机”等等新词汇的诞生也是国美与合作厂商关系密切的写照。

而国美河南分部同样具有这种强势资源,为了保证“新国美集团一周年庆典”的完美演绎,国美在商品方面进行了积极的筹备,并进行了丰富多彩的促销活动,电器价格直降惊人。

金牌服务: 国美的“固业良方”

服务是固业良方,而国美在不断提高服务质量方面,更是做了许多有意义的工作,如今国美电器的服务领域涵盖了质量服务、省时服务、知识服务、维修服务四大复合服务类型。通过服务机制的引入,来增强企业的竞争力,已成为国美近年来发展的一个重要因素。商家与厂家提供的双重售后服务保障将对消费者最为有利。在国美眼中:商品的售出,一切才刚刚开始。

2004年,国美电器率先亮出中国家电行业的一个商业服务品牌——“彩虹服务”,以“无微不至、无处不在”的服务理念,提供更加快捷的上门设计、上门安装、上门维修、商品咨询、投诉受理等服务,使消费者的每一个要求都尽可能的得到满足。

如今的国美电器已在中国200多个城市开设了近1000家大型卖场,触角伸向国际市场,实现中国连锁零售企业走向国际的梦想,将指日可待!