



劈弯、加速、制动……本报赏车试驾会上演激情一刻

Mazda6、Mazda3 释放纯正驾驶乐趣

□晚报记者 舒晗

上周六，本报与一汽马自达授权经销商河南裕华紫光共同组织的“Mazda6、Mazda3 赏车试驾会”在郑州经济技术开发区举行，近30名准购车客户在直道、S形弯道、8形弯道上任意驰骋，充分体验了新马自达6与马自达3卓越的操控性、安全性和舒适性，并感受了一番难得的极速驾驶快感。



风格鲜明突出

上午十点，前来赏车的客户刚进入裕华紫光位于航海东路的4S展厅，就立刻把个性鲜明的马自达6和马自达3团团围住仔细打量起来。

一直以来马自达6征服车主的杀手锏是时尚的外形和运动性能，而这些在07款马自达6身上体现得更突出，新式轮辋、排气管镀铬装饰、改善的内饰、增添的颜色都相当抢眼，产品魅力得以大幅提升。

而马自达3就是一辆十足的小跑车，沿袭了新一代马自达家族前脸的特征，也注定了外观和内饰的运动风格，圆润饱满的线条勾勒出整车流畅的外形，波浪

形的腰线从车头延续到车尾，运动激情自然流露，让所有追逐时尚的人们为之动心。

操控行云流水

无论是谁看到马自达都会产生驾驶的冲动，十点半，展厅中的客户急不可待地来到试驾场地。

王先生首先跳进马3车中，一脚油门急加速，马3立刻狂奔而去，推背感明显而清晰，0到100公里的加速度不到9秒，而刹车距离还不到40米，王先生谈到试驾感受时说：“在试高速行驶制动性能时，我只轻点了一下刹车踏板，就明显感到强大的制动力，早就知道马3制动性能出色，但如此短

的刹车距离还是超乎想象”。硬朗的悬挂、紧密的齿比、凌厉的高速表现等，马3显然都符合了跑车的标准。

而随后上演的马自达6极速劈弯让现场的气氛达到高潮，以80Km/小时的速度通过8字形弯道，素有“弯道之王”之称的马6高速过弯时后轴表现了优异的随动性，劈弯行云流水，在轮胎与地面摩擦声中释放出无穷的驾驶乐趣。陈先生对马6赞不绝口：“我买车本来有好几款备选车型，但刚才试驾马6后感觉明显不同，在动力、操控等多个方面上都比其他同级车型技高一筹，我现在已经决定买马6了。”

一路相伴 风雨同行

东风日产郑州威达专营店举办周年庆暨07款轩逸上市仪式



8月25日晚，位于郑东新区的东风日产郑州威达专营店宽敞的4S展厅内灯火辉煌、人声如潮，上百名东风日产车主和省主流媒体记者欢聚一堂，共同庆祝郑州威达专营店开业一周年并见证了东风日产07款轩逸正式进入河南市场。

晚报记者 陈 娟
王洪锐

真情见证一年风雨路

晚上6点，庆典正式开始。随着悠扬的萨克斯名曲《回家》响起，展厅中立刻洋溢着家的温馨。威达专营店的总经理黄彦超在致辞中欢迎在郑州威达一岁生日时回家的客户，并真诚感谢在过去的一年中始终支持郑州威达的所有朋友。最后他真情流露地说：“正是与客户之间建立的真情感支撑着郑州威达一步步前行。

于去年成立的东风日产威达专营店，在不到一年的时间内就取得了令中原汽车市场瞩目的成绩：今年4月份的销量已经超越计划11月份才能实现的高度，整体销售目标有

望提前完成，市场绩效连续两个月进入全国前10名，在第一季度进行的第三方客户满意度调查中位居全国第二名。东风日产威达专营店“以诚信拓展市场，用服务维系客户，靠口碑发展壮大”在激烈的汽车市场已经占据了一席之地。

共同期待威达展翅飞

6点半，展厅的灯光逐渐熄灭，所有人的目光都集中在射灯照耀下披着红色幕布的新车上，当郑州威达的第一位客户和黄彦超一起揭开07款轩逸的神秘面纱时，全场爆发出热烈的掌声。据黄彦超介绍，轩逸作为日产的全球战略车型以

及中级车的主力车型，而07款轩逸“舒适空间”加持CVT技术所带来的驾乘享受核心开发理念、大空间高端配备等优势也共同组成了其“全尺寸高级家轿”的概念，再次凸现出性价比优势，势必给市场形成强力冲击。

新车带来全新感受加上火爆的拉丁舞、优美的小提琴曲、诙谐的相声小段，展厅中的气氛越来越热烈。16名威达专营店的员工共同演唱了《朋友》“风也过雨也走……朋友一生一起走，一生情一杯酒，朋友不曾孤单过……还要走还有我”，表达了郑州威达所有员工的心声，把现场气氛推至最高潮。

雪佛兰圆梦活动首战告捷

第二站将畅游郑州富景生态园

由上海通用雪佛兰河南唯一五星级授权销售服务中心的河南新希望汽车销售服务有限公司推出的“有梦想就有可能 雪佛兰圆梦一日游”免费试驾活动，第一站郑州金鹭鸵鸟园的活动圆满结束。

晚报记者 陈娟

试驾

全程体验雪佛兰

8月26日早上8点随车销售顾问准时出现在两个幸运家庭楼下，载着幸运家庭赶赴河南新希望汽车花园店展厅，经过简单的发车仪式，两家庭怀着喜悦轻松的心情开始了一天的圆梦试驾征程。本次圆梦试驾的路线为：花园路—北环路—老107国道—商都路—新107国道—郑牟路，行程1个小时。本次试驾的经典车型包括新景程、乐骋、乐风等。经历了水泥路、高速路和碎石路的考验，也让准车主们一圆畅享爱车之梦。

评价

消费者商家两相宜

据了解，参加本次活动的两个幸运家庭可以说是“有备而来”，每个人对试驾的雪佛兰品牌及车子的认知度都相当高。试驾乐风车型的高先生高兴地告诉记者，从花园路到107国道的一路试驾，感觉乐风的驾驭性能非常棒，减震效果也不错，能清晰地反馈回路面的各种情况。特别是行进途中提速效果明显，内部空间也非常宽大。通过这次深入了解对乐风更加喜欢了。乔先生在试驾乐风后说，这一举措非常好，在风景宜人的

旅游路线上消费者在试驾时神清气爽，对有车的渴望也就会更加强烈。

商家

引领车商售车新思路

据了解，这种激情试驾游，在河南新希望汽车的经营历史上尚属首次。河南新希望汽车负责人表示，这种“体验生活方式购车”方式给他们提供了一个全新的售车思路，“用车商的试驾为准客户带来前所未有的有车生活体验，从而促进汽车销售”也许将成为他们今后一段时间都将延续的售车思路。

下一站 郑州富景生态园

本次活动第二站将在郑州著名风景游览区富景生态园举行，喜爱该品牌的消费者可在本周内电话报名。此外活动期间，凡参与活动订车者均有礼品相送；购车者将享受最低优惠，还将获得维修工时8折优惠，享受9项免费检测服务。
报名条件：雪佛兰发烧友
详情见店内海报



伟大的天才 不凡的影响力

——泰格·伍兹与别克精英大道



代。如今，泰格·伍兹成为别克品牌全新旗舰 Park Avenue 林荫大道代言人，以其在高尔夫界赫赫地位与这款“巅峰之作”交相辉映，继续演绎高尔夫与别克品牌的不解之缘，并诠释人与车的不凡影响力。

作为最早参与职业高尔夫赛事的汽车品牌，别克品牌与高尔夫运动有着深厚的渊源。在北美，别克品牌赞助了顶尖高尔夫赛事PGA比赛中的别克高尔夫公开赛和别克邀请赛。在中国，别克品牌也与高尔夫运动结下深厚的渊源，一些中外高尔夫巨星也成为别克品牌的代言人。而今年8月，“2007别克高尔夫挑战赛”在北半球唯一的雪山球场——云南丽江玉龙雪山高尔夫球场开杆，为别克高尔夫50年的辉煌历史提供了新的注解。

凝神远望，炯炯有神的眼中流露出刚毅与自信。缓缓低头，专注地看着脚下的小球。随着球杆优雅地扬起，强健的身躯扭转、压缩，形成一个螺旋状的S形，仿佛一张拉到极限的弓。奋力一击！空中一道弧光划过，高尔夫球瞬间升起，如流星闪电，拖着长长的慧尾，绕着一辆黑色高档轿车迅速游走……

相信所有看过 Park Avenue 林荫大道广告的人都会陶醉于泰格·伍兹的完美演出，更不可思议的是，在拍摄这条广告的时候，居然是一遍通过，没有试镜、没有NG。泰格·伍兹轻而易举的就完全与 Park Avenue 林荫大道融为一体。其实，这并不意外，因为在球王与 Park Avenue 林荫大道身上早有太多的相似之处，他们的结

合，实乃天作之合。

泰格·伍兹生于1975年，从高尔夫神童到高尔夫天王，他天赋、勤奋和富有故事被世人传诵。而北美别克 Park Avenue 也与泰格·伍兹同年诞生，作为别克品牌旗舰车型，在此后的30年间代表着美式经典豪华轿车的整体风格。泰格·伍兹与别克 Park Avenue 林荫大道，不仅同受命运之神的眷顾，荣耀声名并当

