[汽车活动]

克莱斯勒300C推出3210计划

近日，克莱斯勒300C产品推出了购车“3-2-1-0”计划，从省钱、省力、省时、省事四个方面为车主打造了一个完整的服务体系，真正将“让用户买得起更用得起”做到了实处。

作为一款“买得起用得起的豪华车”，克莱斯勒300C以其33.9万~49.9万元的上市价格，赢得舆论“价格厚道”的称誉，而近期推出的克莱斯勒300C商务版，则以其仅30万元的定价，进一步突破用户的心理底线。本着用户利益最大化的目标，“3-2-1-0”计划为克莱斯勒300C作出了3年8万公里的超长维修里程的承诺，有效降低了产品维修保养的总体成本，突出地体现了其对自身产品品质的自信及对用户强烈的责任心。

王洪锐

北京现代赞助女足世界杯

9月10日，2007年女足世界杯在中国拉开战幕。随着赛事的升温，一个企业品牌也越来越多地出现在公众的视野中，这就是北京现代。作为这次赛事官方用车的SONATA御翔和伊兰特在赛场内外的频频曝光，现代汽车与足球运动再次共同进入到人们视线中。

现代汽车的体育情结始终钟情于足球。从2002年起，现代便成为了FIFA官方合作伙伴，并一口气包揽了2014年前所有与FIFA有关的足球赛事的汽车赞助权；自此现代品牌先后投入巨资赞助了2002年韩日世界杯和2006年的德国世界杯。足球运动的大众化、团队配合、竞技的特点，也最大化体现了现代汽车品牌“时尚、信赖、亲切、进取”的品牌形象。 屈彦飞

小个子大空间

一汽大发森雅的“完美空间理论”

今年6月21日，大发工业株式会社（以下简称“大发”）和一汽吉林汽车有限公司（以下简称“一汽吉林汽车”）联合推出的“多能实尚轿车”——XENIA森雅正式上市，森雅的横空出世为整个汽车行业带来一股完美空间风暴，“小型车大空间”一时之间成为了业界评论的焦点。

系出名门

大发是日本历史上最为悠久的汽车企业之一，今年3月刚刚度过百年华诞，自1968年起大发开始与丰田汽车合作。大发社长箕浦辉幸先生在接受媒体采访时曾经表示，作为专注于生产小型车的领导品牌，大发始终坚持“驾驭精巧之道”的造车理念，而本次森雅的上市“正是抓住了进入中国的最佳时机”。在这样背景下诞生的森雅可谓是“将门虎子”，首次亮相上海车展就获得了“最受期待的小型车”奖。

有容乃大

作为大发重返中国的战略车型，“完美空间理论”的积极应用成为了森雅的一面旗帜。虽然XENIA森雅的个头在小型车中不是最大的，但是其室内空间（长2445mm、宽1400mm、高1260mm）大大提升了XENIA森雅的实用性。

此外，大发通过对空间结构的合理改造，为森雅营造出3排座椅、容纳7人的“广阔天地”；更为重要的是，森雅的海量“胸怀”完全是在紧凑的外形之下体现出来的。这样的独特设计既保证了车身的美观，又保证了汽车卓越的操控性。

品质制胜

在奉行空间主义的同时，大发和一汽吉林汽车也非常重视XENIA森雅的整车品质，一汽集团总经理竺延风将其定义为“具有高质量、高性价比、领先国际水平的小型车精品”，如森雅采用了大发最新的DVVT发动机，该发动机兼顾了中低速行驶中的充沛扭力和高速行驶中的加速性能，同时在节油环保方面也有着优异的表现。而前置后驱的驱动方式，使得车辆重心分配均衡，操控性能更好，加速、爬坡能力更强。

森雅对“完美空间理论”的实践应用，不仅是大发和一汽吉林汽车追求高品质精品轿车的一种大胆尝试，更是XENIA森雅胜券在握的信心所在。屈彦飞