

NISSAN NV200 福祉车亮相河南



第11届河南人大常委会五次会议期间,CDV家族明星车型NISSAN NV200成为河南人大代表参会服务用车。郑州日产和日产汽车不仅携手为此次会议提供了便利出行工

具,还在此期间展出了郑州日产的改装NV200福祉车、日产汽车研发的NV200福祉出租车以及NISSAN NV200成为美国纽约未来10年指定出租车的相关信息。从中国百姓的民生伙伴车到日本的现行福祉出租车,再到美国纽约的未来出租车——郑州日产借助此次活动充分诠释了CDV车型所代表的:兼顾了时尚又顺应了日趋老龄化社会的国际化汽车设计理念。

2010年11月,纽约市长Bloomberg提出了对于未来出租车的需求,新的出租车不仅要重新定义纽约出租车的经典形象,还需要满足纽约市每日60万人次运输量的大负荷需求。而CDV车型NISSAN NV200在与包括美国福特本土厂商的竞争中脱颖而出,正因其充分满足这些需求。首先它基于轿车的平台,获

得了优越的驾乘安全性、舒适性、操控性。同时厢式车身又带来了传统出租车无法比拟的大空间。并且日产还特别增设了进入踏板和扶手的滑动车门等人性化设计,让乘客出入更加便利。

而此次展示的NISSAN NV200福祉出租车是日产汽车为从小朋友到高龄老人,方便所有人出行的“大家的出租车”。它依托CDV车型先进的产品技术,超大的使用空间,通过电动上车踏板、滑动车门、台阶灯、大型扶手、后车门折叠斜坡等人性化设计,照顾到包括高龄老人或轮椅乘客在内所有人方便舒适安全出行的需求。

郑州日产特装车事业部设计改装的福祉车则在日本版本基础上进行了更符合中国消费者需要的改进。该车的副驾驶席具备了坐

椅旋转、升降,空载加速,手动遥控改变座椅高度以及高度记忆等功能,为老年人和轮椅乘客的出行提供更大的便利。相信这样的贴心车型一定能成为中国很多特殊用户的最好伙伴。

不管是美国纽约的出租车还是日本福祉车,品质出色,空间宽大,多功能性,这些都印证了CDV车型是最符合国际汽车发展潮流的产品,而大到CDV车型良好的功能扩展性和一车多用的造车理念,小到无数贴心细节设计无不体现出厂商为百姓造车为民生造车的企业理念,郑州日产引入的CDV车型,让汽车从机械的代步工具成为全民最值得信赖的伙伴,更凸显了企业之于社会责任的伙伴形象。

记者 谢宽

风骏获2011皮卡柴油王



随着2012年车市揭开序幕,2011年市场销量无疑是人们关注的焦点。在2011年,汽车行业不复前两年的狂热,整体低位运行。而处于边缘的皮卡市场,销量却一直稳中有升,吸引了

业内的眼球,暗示了汽车市场的短暂回归是一种理性的成长。其中长城风骏皮卡以12.17万辆位居皮卡市场销量榜第一位,日产皮卡、江铃皮卡分别以6.2万辆和5.6万辆位居第二、第三位。

一直以口碑和品牌制胜的长城风骏皮卡是2011皮卡市场的大赢家,12.17万辆的业绩,同比增长18%,占据皮卡市场的30.9%,真可谓三分天下,长城风骏皮卡因此连续14年摘得皮卡销量桂冠。

值得一提的是,2011年长城风骏皮卡中柴油皮卡的销量占据了其总销量的60%,也就是约7.3万辆。如此,长城风骏皮卡当之无愧成为2011皮卡柴油王。

众所周知,柴油机相对于汽油机具有热效率高、功率大、动力强劲等特点,更加满足

用户的载货需求。但是传统柴油车辆冬季不容易启动,且噪声较大,使很多客户对柴油皮卡产生了一些固有的成见,虽然皮卡市场保持着增长,但是柴油皮卡却一直居于边缘。长城风骏柴油皮卡的销量成绩是以前创新的柴油车技术作为后盾,加上适时的市场推广,让越来越多的客户感受到了风骏柴油皮卡的魅力。

那么,风骏柴油皮卡在哪些方面优于其他的柴油车辆呢?

首先,在动力方面,风骏柴油皮卡搭载“德国高压共轨”电喷柴油发动机,其核心部件均为德国原装件,低速扭矩大,整车提速性好,具有良好的节油性。在中汽联和CCTV组织的全国城市汽车节油极限挑战赛海南站的比赛中,百公里油耗仅2.56升,树立了业界

节油新标杆。在2011年进行的风骏皮卡节油赛的系列活动中,风骏柴油皮卡表现不俗,不仅让客户感受到了其良好的节油性和动力性,同时传播了绿色节油理念,引领皮卡节油热潮。

其次,在低温启动方面,风骏皮卡自主研发之时就进行了高温、高原、高寒“三高”试验。采用的德国博世原装GSK型预热器,能在零下35℃低温下一次性启动成功,解决了柴油皮卡低温启动问题,经得起东北地区恶劣气候的考验,进一步满足北部地区用户对柴油皮卡的需求。

此外,在人们诟病的柴油车噪声方面,风骏皮卡也独具优势,在发动机运转时,噪声极低,比传统增压柴油机降低16%以上,车内更安静,更舒适,被业界誉为“静音之王”。

谢宽

拍电影、玩浪漫、立公益 春季车市“潮”动2月

新年新气象,车市也不忘在此时增加几丝新意,这些新意绝对能刺激到潮人们的神经,车市什么最潮最新就出现在什么地方。目的只有一个:迎接春节之后汽车市场的开门红。
记者 谢家

电影潮 长安汽车加盟电影《我愿意》

日前,改编自畅销作家陈彤小说《我愿意》的同名电影正在热播中。长安汽车CX20更是成为男一号孙红雷在剧中的专属座驾。长安汽车加盟《我愿意》,成就了热门电影与汽车企业的强强联合,不仅为电影的成功提供了强大的保证,同时也体现了长安汽车优良的品质,为产品提供了更好的展示平台。

CX20是长安汽车旗下首款全民精致拓

界车,集休闲、旅游、购物、代步、家用等多种功能于一身,专为那些在生活中变换不同角色但又希望能应变自如、随时掌握主动的年轻族群打造,凭借“酷变外观、多变功能、乐享空间、心享安全”四大优势让他们真正体验到“变·享随心”的精彩人生,而这一特征与《我愿意》孙红雷扮演的男主角个性可谓相得益彰。

体验潮 铃木派喜 主打“时尚 动力 舒适”

2月11日,“自成一派 喜悦上市”昌河铃木派喜新车试驾会在河南汽车公园举行。铃木派喜车型走“温馨潮流的个性轿车”路线,从造型到内饰设计,从经济环保的动力系统到精湛的工艺,铃木派喜以“喜于型、喜于心、喜于品”三大核心技术优势贴切地诠释了其“喜悦”的造车理念。

从外廓线条上看,高挑的腰线延伸至尾部,与派喜垂直式的LED尾灯组合完美融合。在曲线的柔美及直线的硬朗中,铃木派

喜找到了完美的平衡。在主动安全方面,铃木派喜配备的发动机电子芯片防盗系统、前排双安全气囊、电子控制制动力分配系统、ABS+EBD、刹车优先系统、儿童锁儿童座椅固定装置等技术能让驾乘者更好地远离危险;在被动安全方面,铃木派喜提供的TECT高强度车身结构设计、车门内侧防护钢梁、制动踏板自动保护功能、可溃缩吸能式转向柱设计和安全气囊系统能最大限度地减轻碰撞发生时对车内人员带来的伤害。

公益潮 立公益事业 郑州日产彰显社会责任

2011年车市遇冷,中国汽车行业仅保持2%的增速。在这样的大环境下,郑州日产全年累计实现整车销售115518辆,同比增长15.4%,达到行业整体增速的7倍多。这一切不仅源于郑州日产对于自身特点与外部环境的精准认知,在品牌战略、营销管理、产品技术等多个层面不断进行改革创新。也得益于高度的企业社会责任理念,积极承担起社会责任,从而最终实现了企业新的自我超越。

一直以来,郑州日产用实际行动践行着“反哺社会、帮扶他人”的公益理念,在扶贫济困、捐资助学、抗震救灾等领域积极承担企业社会责任,主动履行企业公民义务。并于2010年创立了核心的公益项目——“牵手工程”,专项用于帮扶贫困大学生、贫困孤儿等困难群体。“牵手工程”真正意义上将一种捐赠行为发展成为一项公益事业,从根本上助推了郑州日产公益事业向系统化、深度化的方向发展。

实惠潮 海马福美来三代启动春季优惠

自1月30日,海马汽车“冠军耀品质 福到迎春‘惠’——福美来‘限量’抢购季”在全国销售服务店正式启动以来,受到广泛关注。据了解,此次福美来春季营销活动将持续到3月25日。届时,凡购买福美来三代的消费者不仅可参加多重抽奖活动,赢取迎春大礼。

据悉,2011年,福美来三代在赛场和市

场方面取得了双丰收。在2011年中国房车锦标赛上,福美来三代力拼众合资劲敌,最终摘得年度总冠军桂冠,为自主品牌赢得了荣耀;在市场上,全年销售超8万辆,月均销售7000台。福美来三代能在2011年取得如此斐然的成绩,与其高品质和高性价比的产品基础分不开的。

浪漫潮 西城热恋 浪漫有约

纯纯的祝福,纯纯的祝愿,浓浓的欢乐,浓浓的情缘。四溢的花香,浓郁的爱意,在这个浪漫的时刻,西城天道福特4S店给你带来浓浓的情人节问候,与您相约此刻。

情人节期间,进店客户就送爱情玫瑰一枝;当天购车的客户即可获赠迪飞龙汽车香

薰一瓶或香薰竹碳一盒,第一位购车客户将会特别获赠玫瑰花一束;浪漫无忧礼:当天订车即赠送福特原厂价值1800元的太阳膜和1280元的底盘装甲等大礼;浪漫购车礼:当天福特全系车型均有万元巨惠,并可享受“长安福特48小时限时抢购”活动。

