



车新情

新车装饰“四部曲”

新车买回家后,必要的装饰总是少不了的。但如何装饰,却又是让很多车主比较头痛的问题。这里就为大家提供几点建议,各位新车主们不妨作个参考。

一、除蜡开光

车也像人的脸一样需要整洁漂亮,新车在出厂时,为了保护漆面不被磨损,都要涂上一层保护膜,所以新买的车应到专门的汽车美容中心进行除蜡开光,使她恢复靓丽迷人的风采,这一步是不该省掉的。

二、装防盗器

过去汽车安装防盗系统似乎还很少见,而现在给车安装防盗系统已经变得必不可少。防盗器、中控锁、排挡锁、方向盘锁……各种防盗装置种类繁多,应有尽有,可以根据自己的意愿来选择。

三、选装音响

美妙的音乐会带给您快乐的心情,为自己的爱车装一套您喜欢的音响,是每一个有车族在装饰时考虑得比较多的一个问题。专为汽车设计的CD、VCD、DVD能让您在车里体验到家庭影院般的感受。

四、贴防爆膜

内部装饰也称之为内堂装饰,新车在考虑内部装饰时首先应从车窗的处理开始,给新车贴上窗膜既隔热又防爆,与不贴膜和挂窗帘效果大不相同,车主们可以根据自己的车型和所需的档次、颜色等进行选择。 张克



冬季打不着火 部件需细查

量低的原因,常见如火花塞电极间隙、点火线圈能量、高压线状态等。

气门结胶

冬季用车,特别是用了不清洁的汽油后,汽油中的胶质不可燃烧将积聚在进、排气门及燃烧室附近,在寒冷的早晨会造成启动费劲,甚至不着火。应急方法:可向燃烧室内滴一些机油,一般可启动。启动后到服务站进行免拆清洗,严重的要解体清洗缸盖。

排气管结冻

外观特征为雾缸压,供电正常,不着车。此种情况容易发生于使用频率特别低的车辆,如家距单位特别近,发动机燃烧后的水汽在排气管的消音器处结冻,短途行驶昨天的冰融化完,又结了今天的冰,时间长了,影响到排气,严重则无法启动。解决方法非常简单,将车置于暖环境中,冰化了自然可启动。彻底的解决则可及时去跑一下高速,车多跑一下,排气的热量会将冰彻底化掉而排出。

电瓶亏电

表现特点是起动机开始转动但转速不够即无力,后来起动机只叫不响不转。冬季低温及个别用电设备忘关后会造成本车无法启动,特别是冬季长期低速使用,电瓶电压会低于额定值,启动及无法正常运转。若有发生请拨打服务站救援电话,或找车对一下,暂时打着火,之后必须到服务站对电瓶进行充电。

汽油流动受阻

表现特点为发动机供油管无油压。此种情况多发生于温度特别低的早晨,是燃油管路长期脏污造成。温度特别低时水与杂物相混使燃油管路不通,结果无法启动。应急方法:将车置于温暖的环境,一会儿车即可启动;或者采用清洗油路的办法加以彻底解决。

点火系统工作状态不好

特别冷天由于进气温度低,燃油在汽缸内雾化不好,若加之点火能量不足,其结果就会发生淹缸现象,即过多的燃油积累在汽缸内,超过着火极限浓度而无法着火。应急方法:可拧出火花塞擦掉电极间油污,装复后即可着车。彻底的解决办法是检查点火系统,排除点火能



郑州威佳雪佛兰旗舰店
销售热线:0371-5502 1888
服务热线:0371-5518 6999
地址:郑州市高新区西四环与莲花街交叉口东200米路北

东南汽车今年全面发力

展望2013年,东南汽车将实现更多车型入市,V3菱悦将全面改款,V5菱致1.5T车型将于9月推出、东南首款时尚两厢车V6菱仕预计将于4月全国上市、得利卡将继续产品升级战略,微客希旺也将全面改款。未来,东南汽车还将推出V7、V8、DX3、DX5……进一步丰富产品矩阵。旗下三菱品牌在2013年将全面开花,2013款三菱翼神将于3月推出,三菱翼神·典雅版紧随其后将于中旬问世,翼神1.6L车型也会在下半年上市,不断丰富产品线。 屈彦飞

模范工厂打造全新瑞风SUV

1月5日,江淮汽车·乘用车第三工厂竣工暨瑞风S5下线仪式隆重举行,这场主题为“世界工厂 全新瑞风”的行业盛事,不仅向大众展现出了第三工厂和全新瑞风S5的世界级风采,同时也预示江淮乘用车在完成品类布局与品牌整合之后,开始迈向以品质取胜、效率取胜的全新时代。据江淮领导介绍,第三工厂承载着江淮乘用车从产品布局到品质飞越的重大战略责任,所以在第三工厂规划之初,就本着高标准,高起点的要求,来建设这个工厂。 佳敏

十年见证郑州车市巨变

1月25日下午,“十年见证”2013郑州汽车人年会在花园酒店举行。由河南省汽车行业协会、郑州市机动车维修行业协会、郑州市汽车流通行业协会和省会主流汽车媒体组成的郑州车市十年组委会成员集体亮相,并颁发郑州车市十年优秀企业、杰出人物和车市精英等奖项,以褒奖这些获奖者对郑州车市过去十年做出的贡献。除了颁奖环节,现场谈话节目《十年见证:纵横捭阖 车市变迁》与大家一起回顾了郑州车市的十年发展和车市的沧桑巨变,勾起现场观众的十年记忆。 俊杰

全新换代在即 天籁传奇继续上演

开创格局,“舒适之王”即将辉煌谢幕

日前,东风日产宣布,全新一代天籁将于今年上半年正式上市。作为国内中高级车市场上最重磅的车型之一,“舒适之王”天籁此次全新换代,引发业界及消费者的广泛关注。

作为东风日产的战略旗舰车型,全新一代天籁将带着现款天籁的荣誉与光芒,继续上演“传奇”大戏。

纵观现款天籁五年历程,其不仅从一个“追赶者”,变成中高级车市的“领导者”,创造了自身及东风日产的奇迹;更在一定程度上折射出中国汽车产业的质变以及消费形态的变迁,对中国车市格局的变化、车企及产品本身的创新发展还是消费潮流的演变,都产生了深远的影响。 陈娟

一个新格局的开创者

2008年,注定是不平凡的一年。美国次贷危机引发经济大萧条,连续多年高速增长的中国车市,在彼时内外因素的共同影响下,首轮大规模汽车产业洗牌提前拉开帷幕。

此时,中国整体车市发展面临一个临界点,作为国内车市重要“驱动力”的中高级车市也面临一个临界点。

中国车市巨变的到来,以及国民汽车消费观念的日趋成熟,国内中高级车消费者,开始将车辆视为自我价值和生活方式的体现。对各汽车厂家而言,针对中国市场打造一款中国消费者专属车型,成为必需与必要

选择。在这种形势下,2008年,东风日产率先以中国市场和中国消费者为出发点,洞悉国内中高级车消费者对于“舒适”的需求,倾力全球之力打造新一代天籁,从操控到乘坐感受都追求极致舒适,迎合中国消费者的真实需求。

“应中国而生”的天籁,此后的销量和品牌力迅速提升,获得业内人士的广泛认可与尊重,吹响了一个新时代的号角:只有以中国消费者需求为导向的车型,才能在中国市场获得持久的成功。

“东风日产速度”的发动机

作为东风日产的旗舰车型,自2008年上市以来,天籁就以强劲的实力和完美的销量表现,驱动东风日产全车系乃至整个企业蓬勃向上,助力东风日产成就行业瞩目的“东风日产速度”。

凭借准确的市场定位,出众的产品实力,上市当年,天籁便以54%的增长率超过既定目标。此后,天籁实现了销量的3级跳跃,更于2011年实现“零库存”奇迹。截至目前,天籁国内累计销量已达707,811台,长期稳居中高级车市场销量三甲。

天籁销量的持续走高,由一款不为

人熟知的车型,成为中高级车市场的引领者,更助力东风日产的品牌形象大幅提升。同时,东风日产更针对天籁开展了创新的“凸透镜”营销模式,从传播、整合、销售、实践和执行等层面进行“聚焦”,为天籁的成功打下坚实的基础。

有赖于持之以恒的聚焦和强大的体系竞争优势,天籁俨然已成为东风日产开拓市场、树立强势品牌形象的强力“发动机”,在产品形象不断深入人心的同时,更大大提升了消费者对东风日产品牌的认知度。

“舒适”潮流的引领者

在中国汽车市场上,一款车型能够引领一个新潮流的现象十分罕见,不仅需要企业在产品上市后的精耕细作,更需要产品拥有远超同侪的实力。作为中国车市中罕有的实现“逆转”的车型,天籁以其强劲的产品实力,引领了中高级车市场的“舒适”潮流。

2008年之前的中高级车市场,主流车型大都旨在以“纯理性”产品力吸引消费者,却彻底忽略了消费者的感性需求。事实上,随着生活品质和驾驶感受理解的提高,消费者已非常注重车型所能带来的舒适体验。

天籁2008年上市之初,率先洞察中高级车市场对于“舒适”的需求,凭借VQ发动机+CVT无级变速器“铂金动力组合”等配置,融合日系车的舒适精致和欧系车的强劲操控,深度满足了消费者内心深处的真实需求。

凭借对消费者需求的准确把握和不断升级的产品力,天籁成功晋升中高级车市场的新领袖,开创“舒适”潮流,引发众多车型的争相效仿。时至今日,天籁凭借出众的市场表现和备受认可的产品口碑,始终傲立潮头,不断创造中高级车市场的各种奇迹。

时代在发展,消费者的需求日新月异,唯有不断创新才能始终保持生命力。为消费者创造更加精彩的移动汽车生活。作为“应中国而生”格局和“舒适”潮流的开创者,“东风日产速度”的发动机——天籁,全新换代之后必将引领中高级车市场继续向前,并在时代大潮中成就更辉煌的未来。

