

乐驰10周年系列报道之品牌篇

乐驰 10年行走在潮流前沿

提起乐驰,相信对关注微车的人来说并不陌生。10年前上市之初便以其经典的时尚外形,在国内车市刮起了一阵微型轿车时尚风,用良好的性能和过硬的品质征服了无数的消费者。10年后,更名后的宝骏乐驰对中国消费者的深刻洞察,对原有乐驰产品进行了多达54项的技术升级,大幅提升了产品品质与性价比,重新定义了A00级家轿经典。 郑州晚报记者 谢宽

“世界最漂亮的小车”

2003年,真正意义上中国制造的“全球车”SPARK乐驰诞生。2012年,雪佛兰乐驰更名为宝骏乐驰,焕发出新的活力。

雪佛兰汽车是美国历史文化的一面镜子,从1909年发展至今,它走过了将近100年的历程,见证着美国社会发展的每一个起落。20世纪90年代末21世纪初的美国,在经历了突飞猛进的高速成长期以后,出现了各种各样的困局——全美石油短缺、日益严苛的环保法案制约着汽车通往大排量发展之路。

乐驰就是在这样的环境下诞生。

1998年,大宇MATIZ上市,也就是如今中国市场上乐驰的前身。MATIZ以微轿的姿态跃然而出,迎合了当时局势发展,一出世就惊艳了整个北美市场。

在2002年,最新一代的MATIZ,也就是今天被引进中国的雪佛兰SPARK,又获得了英国汽车大展“最佳小车设计奖”,以及米兰车展“全球最漂亮小车”的称号。

2003年12月,新一代的MATIZ借着在欧美市场上声名显赫,通过上汽通用五菱合资企业挺进中国。这一年,真正意义上中国制造的“全球车”——SPARK乐驰诞生了。2012年8月,雪佛兰乐驰变身宝骏乐驰,正式加入宝骏品牌阵营,追求精



品小车路线,用时尚的外观、良好的性能和过硬的品质征服了40多万消费者。

赢得消费者口碑及荣誉

作为全球最畅销微车MATIZ的最新一代,宝骏乐驰将让中国的微车消费者真正拥有世界级的感受。不说其他,其自全球上市以来的多次重量级的国际奖项,就足以在中国的微车市场将所有竞争对手甩在身后。

作为宝骏品牌A00级首款车型,升级后的宝骏乐驰为更符合中国市场的趋势与消费者需求,在原有丰富配置的基础上,不仅保留了ABS、中央门锁、倒车雷达、安全气囊、速度感应式四门自动落锁等人性化设备,还通过升级行车智能系统,持续强化产品的性价比。

业内人士预言,当车市还在津津乐道于微车低价之时,日趋成熟的消费者已经在寻找更好更有品位的产品。乐驰看准的无疑是微车市场中高端的一块领地,将进一步刺激推动中国微车市场的发展。

8月10日~11日首届“中国梦·中国车”中国品牌汽车巡展启程 购车抽奖送加油卡

近日,由中国汽车工业协会主办的“中国梦·中国车”的大型中国品牌汽车全国巡展活动起航。此次巡展活动历时3个月,将在郑州、洛阳、新乡、济宁、潍坊和莱州等10座城市举行。8月10日至11日,巡展活动将在郑州中原福塔举行,现场购车的用户可以抽取加油卡。

吹响自主品牌的进攻号角

我国已连续4年蝉联全球第一大汽车产销国,作为国民经济重要的支柱产业,推动中国品牌的发展具有重大意义。可以说,培育中国品牌对于发展国民经济基础产业和中国汽车产业,增强整体竞争

实力,提升中国汽车产业的国际地位,有着举足轻重的作用。与此同时,随着公车改革的号角吹响,也预示着中国品牌汽车大发展的春天正在到来。

四大板块解析自主品牌的崛起

本次巡展具有较浓郁的行业协会主导

色彩。将以宣传展示“中国汽车工业辉煌60年”为主线,引导公众树立爱中国品牌汽车,为中国品牌汽车带来品牌和销量的提升。

本届汽车巡展总体规划有四大板块。

第一板块:“中国汽车工业辉煌60年”图片展览。展览以宣传“中国汽车辉煌历程和参展企业发展成就”为中心,把

中国汽车品牌的发展与成就、科技与创新、性能与价值作为巡展的核心内容。

第二板块:现场汽车展示、销售,为各参展企业展示品牌汽车、销售推广搭建平台,给公众零距离接触、认识中国品牌汽车提供机会。

第三板块:开展“试乘试驾”活动。专门开辟了针对政府采购的公务员试驾专场,帮助企业打通政府采购渠道。

第四板块:举办一些企业品牌推介会。通过推介、研讨、洽谈和评选等一系列活动,探讨我国品牌汽车的发展方向,为增强中国汽车品牌的市场竞争力和政府制定政策献计献策,为我国品牌汽车发展创造良好的社会环境。

郑州晚报记者 谢宽

China Dream China Auto

中国梦·中国车

首届中国品牌汽车全国巡展-郑州站

看车购车抽奖送加油卡

地址：郑州中原福塔 时间：2013年8月10日-11日