

动力澎湃 经济环保 驾乘舒适…… 激情体验季开启

近期,国内不少主流品牌纷纷在郑州举办体验试驾营销活动。参与嘉宾在试驾过后,对于品牌、车型都有了更进一步的了解,有的甚至还现场下单购车。
郑州晚报记者 白贺



越堵车越省油 百公里油耗4.3L 人人都能买得起的混合动力 ——试驾广汽丰田雷凌双擎

新能源!混合动力!人们似乎一直觉得离自己很远,不论是价格还是生活。但当广汽丰田推出一款叫“雷凌双擎”的混合动力车型之后,新能源才真正走进寻常百姓家庭。“TOP汽车”近日试驾由广汽丰田富达航海路店提供的雷凌双擎。

雷凌双擎外观极富运动气息,犀利的造型如同一款跑车一般,如果不经意看去,“全身上下闪着蓝光”的雷凌双擎更像拥有贵族气质的雷克萨斯。雷凌双擎在空间设计上运用的思维方式十分巧妙,短小精悍的电子挡杆,造型与第三代的普锐斯相似。2700mm的轴距所制造出来的空间性非常惊人。

双擎就是说有两颗心脏,简单地说就是雷凌双擎不仅靠发动机

发力,还靠电动机发力,而且它在两种动力源的推动下,动力性能得以大幅的提升,此外,由于电动机的存在,油耗也同时得以降低。雷凌双擎给人的驾驶体验与传统汽油版的还是不一样的。起步时,电动机的发力,雷凌双擎的提速非常快,而且它在提速这段时间中一直保持静音,油耗消耗为零。提速时,完全感觉不出这种所谓的顿挫感,驾驭感受相较于传统汽油版的来说,是有过之而无不及。雷凌双擎在拥堵的交通下表现出了在经济上的绝对优势,可谓是越堵车越省油。“TOP汽车”试驾油耗为4.3L/100KM,近两个星期的油费不到200元。更重要的是13万~15万元的价格让雷凌双擎能够走进每一个家庭。

挑战你的本能

东风雷诺城市赛道公园体验日激情开启



5月27日,东风雷诺“城市赛道公园”体验日活动在郑州激情开启。在活动现场,极富激情的赛道驰骋和科目挑战,完美展现了东风雷诺首款国产车型科雷嘉作为“颜值控、驾趣王、科技咖”的独特魅力。

作为紧凑级SUV当仁不让的“颜值担当”,赛车基因成为科雷嘉征战SUV市场的一把绝杀利器。科雷嘉极富赛车运动美学设计的身段成就0.33的超低风阻系

数,在城市赛道呼啸而过的同时,留下最亮眼的风景。在试驾体验环节,科雷嘉所拥有的专业底盘调校、四轮独立悬架和黄金动力组合,让其表现游刃有余,赢得嘉宾的广泛赞誉。

此外,“小鲜肉”卡缤与“小钢炮”梅甘娜R.S.也到场助兴。现场的雷诺“品牌墙”区域展示了雷诺的百年赛道传奇。AR与VR设备体验和赛车游戏互动等动感新奇的挑战环节,更是带来全感官的极致体验。值得一提的是,在为期三天的体验日活动里,东风雷诺还增设了计时竞赛等异彩纷呈的互动环节,进一步深化消费者驾乘体验。同时,科雷嘉论坛和卡缤论坛还将举行线上互动活动,现场购车并在论坛发表提车作业的消费者,更有机会获得惊喜大奖。

东风雪铁龙科技创享体验营 第3季郑州站完美收官

5月28日,主题为“驾·享法兰西”的东风雪铁龙科技创享体验营第3季在郑州盛大开幕。此次科技创享体验营第3季覆盖了全国87个城市,时间横跨3~6月,本次活动建立的全网招募平台,让所有的消费者都有机会参与进来。东风雪铁龙将2016年确立为“客户体验年”。作为“客户体验年”打响的首个体验式营销战役,本届科创营与

前两届相比最大的不同就是将竞技型体验和趣味性体验相融合,以客户利益点和兴趣点导向,从原来的单一产品体验向品牌、销售、服务全方位体验转变,无论是活动创意还是内容设计都进行了创新升级,这种升级旨在让嘉宾从现场体验和情感沟通两个方面充分感知品牌和产品带来的与众不同的愉悦感受。

全部生产线“零缺陷率”评价创丰田全球工厂首例 广汽丰田登顶丰田品质榜

近日,2015年度“丰田出货品质监查”结果出炉。广汽丰田两条生产线的整车品质都获得了“零缺陷率”评价,创下丰田事业体中全部生产线同时获得最高品质评价的纪录。

截至目前,在2015年已实施监查的丰田全球生产线中,能获得“零缺陷率”评价的仅有7条生产线,而广汽丰田是唯一一家全部生产线获得“零缺陷率”评价的丰田事业体。

“零缺陷率”是一个阶段性评

价,并不是永久性评价,因为丰田品质监查活动所执行的标准,每年就要根据市场反馈更新两三次。丰田每年都使用最高的品质标准把全球工厂的品质水平衡量一遍。广汽丰田建厂以来每年都达到丰田监查标准,2012年以来曾连续三年达成单一生产线“零缺陷率”,而此次两条生产线首次同时实现“零缺陷率”的历史性突破,一举登顶丰田全球品质榜。

节油“大神”频现 北汽绅宝X55“油”你做主

近日,从绅宝X55节油群流出一组“晒油耗”的图片,称霸了朋友圈,车主们油耗一个比一个低。原来这是绅宝X55用户自发在微信群、朋友圈上组织了一个“拼油耗”的赌约,目的就是要看看谁是真正的“节油达人”。

不看不知道,原来节油高手大有人在啊,想必这也让不少老司机自愧不如。今天,笔者就节选了目前排名三甲的用户,看一看他们的成绩。NO.1,萌叔车手小飞侠:油耗6.2L/100Km;

NO.2,美女车手芳芳:油耗6.6L/100Km; NO.3,鲜肉车手Chris:油耗6.7L/100Km。

其实,像这样的节油能手群里还有很多很多,北汽绅宝X55自上市以来车主军团已经有将近1万名了,这样的自发活动也证明了车主对于绅宝X55品质的认可。我们相信,未来还会有更多的车主超越小飞侠,成为真正的节油大神,而绅宝X55也将凭借自身的硬实力证明自己。

中国第六届润滑油、脂及汽车养护展览会在郑举办 拜耳斯道夫润滑油受追捧

5月28日,“中国第六届润滑油、脂及汽车养护展览会”在郑州国际会展中心举办。作为润滑油大咖级品牌,具有百年历史的“拜耳斯道夫”继沈阳、天津、成都展会之后,在中原地区高调亮相,再次受到业内人士广泛关注。

据悉,“拜耳斯道夫”品牌起源于1882年,迄今已经有100多年历史。拜耳斯道夫(天津)石油化工有限公司成立于2013年,并于2014年在上海股权托管交易中心成功挂牌上市,近3年时间,公司销售收入实现200%以上增长。此外,公司不仅与国家内燃

机重点实验室密切合作,而且广泛与英力士、雪佛龙、雅富顿、润英联、罗曼克斯等国际知名企业合作,全面引进世界著名品牌的基础油、添加剂及技术配方,其生产的高品质合成润滑油受到了国内外用户的一致好评。

另据了解,拜耳斯道夫(天津)石油化工有限公司即将在今年8月份投入使用的新工厂总投资1.5亿,占地4万平方米,其中设立了华北地区占地面积最大的润滑油研发中心,立体式仓储,全自动流水生产线,8小时单班年调和能力达到20万吨。

14个月将投放6款新车 东风标致实力提速未来



5月25日,北京的标致品牌形象体验中心——标致大道正式开业,引起了业界的普遍关注。在开业现场,东风标致也正式透露,将从2016年7月开始,14个月内连续投放6款新车。这样的投放速度,意味着东风标致会在每2个月左右的时间内,投放一款新车,这在东风标致的历史上是绝无仅有的,在中国的汽车市场上也实属罕见。

在过去的三年里,东风标致借助“升蓝计划”的实施,三年投放6款产品,实现销量业绩的翻番,使品牌踏上40万量的台阶。而这一次,全新发布的“升蓝向上”品牌计划,计划在未来五年投放18款产品,产品投放速度明显加速,充分体现了东风标致向上突破的决心。

按照计划,2016年下半年,东风标致将紧锣密鼓地投放三款新车。将在7月份正式投放的全新东风标致308,不仅很好地秉承了现款车型“T+STT高效动力”、“Mirage幻影式战斗机驾驶舱”、“Hobby休闲生活方式”三大卖点,而且率先应用了标致新一代设计风格,并且首次搭载了ADAS智能驾驶辅助系统,

实现了颜值、智能以及安全方面的全面提升。另一款重量级车型新一代东风标致308已经在北京车展完成了亮相,计划于9月份正式投放,这款诞生于先进的EMP2平台的新车,采用了全新的设计和全新的技术,将作为东风标致品牌中级车布局的核心战略车型,以强劲的实力去打破竞争激烈的中级车时尚格局,成为未来中级车时尚领跑者。此外,还有一款更高级别的SUV车型东风标致4008,也计划在年底之前完成投放,它的加入,会使得东风标致的SUV布局更加完整。

按推算,2017年至少还有三款新车进行投放。虽然,具体的信息目前还不得而知,但是依据“升蓝向上”品牌计划的内容,可以推测,这三款暂时未知的产品,不仅会有改款换代车型,也会有全新车型的投放。

不难看出,东风标致正在迎来新一轮的产品爆发期。这不仅是东风标致完善产品布局的发力动作,也是厚积薄发、提升产品竞争力的具体表现,更是朝着“成为优秀的主流汽车品牌”迈进的坚实步伐。白贺