

广汽吉奥“E美现象”成为车市焦点

2014年5月28日,广汽吉奥“E美”轿车在东营上市,沿袭其敢为天下先的一贯风格,广汽吉奥宣布E美轿车采用纯网络销售模式,由此掀起了一场由自主品牌发起的营销革命,再次成为汽车行业内的聚焦热点。

在“E美”上市之前,国内汽车电商还不算完全意义上的汽车电商,仅仅局限于网上看车、预约、下单,再到4S店买车的模式。而广汽吉奥“E美”的网络销售却是像上汽集团车享网一样,在网上完成所有交易,最后到4S店办

好手续,直接送车上门,而且车享网只是基于它自身一家网站,广汽吉奥“E美”却是由天猫、车商汇、车易通等网站结成一个网络联盟为其服务。广汽吉奥的此番扩网探路,可谓让正处于初级阶段的我国汽车企业的电子商

务向前进了一大步,并且初步建立起了汽车制造商与汽车最终客户之间以网络为纽带的紧密联系。广汽吉奥此次这一革命性的营销创举,其革命意义在于创新而不在于颠覆,有望开创汽车电商全新格局。开启混合经济的

探索之路和易帅让权的举措已经是魄力十足,而“7天无理由退换货”和“终生免费保养”等服务保障措施,更是受到广大消费者力挺。如今,广汽吉奥做出的这一革命性营销创举,更是探步未来,引领汽车营销进入新时代。

圆梦希望 快乐公益

6月25日,由枣庄征聘携手举办的“圆梦助学 快乐公益”捐赠仪式在十里泉村小学举行。

孩子是国家和民族的未来,贫困学生更需要社会的扶持和关爱,作为一个企业管理者,积极参与这项圆梦助学活动,绝对是义不容辞、责无旁贷的任务。

圆梦助学是东风悦达起亚追求的目标,为支持教育事业,东风悦达起亚播下了希望的种子,启动了为期三年的希望小学援建计划,共出资1200万元,建设30所希望小学,成为国内合资车企中率先开展援建希望小学活动的企业,现在,这些种子已经开花结果,30所希望小学基本落成,已有22537名学生走进了宽敞明亮、温暖舒适的课堂。接下来,东风悦达起亚将追加出资1000万元,计划在2014年-2016年再建设20所希望小学。在雅安地震、余姚水灾期间,东风悦达起亚枣庄征聘也积极响应,第一时间捐款捐物;同时还在今年推出了“关爱儿童交通安全课堂”,致力于儿童交通安全知识普及和推广。系列公益项目的开展,不仅推动了中国公益事业发展,同时也塑造起了东风悦达起亚极具社会责任感的公民形象。

随着6月25日“圆梦助学 快乐公益”捐赠仪式落幕,东风悦达起亚枣庄征聘公益之路也正式启程。东风悦达起亚枣庄征聘将继续加大公益力度,以更加高效、可行的方式,携手各界力量,一起圆梦中国。



欧洲新价值 驱动中国梦

福田戴姆勒汽车欧曼GTL价值风暴之旅在滕州举行



6月26日,由福田戴姆勒汽车有限公司、华鲁汽贸(枣庄)有限公司、枣庄市华奥运输有限公司等单位联合举办的,“欧曼GTL价值风暴之旅”在滕州滨江国际大酒店举行。北京福田戴姆勒汽车有限公司山东大区总经理、华鲁汽贸(枣庄)有限公司董事长、行业专家、企业领袖、传媒精英等2000多人出席了开幕仪式。

此次活动得到了滕州市委、市政府以及福田戴姆勒汽车有限公司的高度重视和鼎力支持。华鲁汽贸(枣庄)有限公司是北京福田戴姆勒汽车欧曼在枣庄区域的特许经销商,为欧曼TX6系、9系,GTL中高端品牌销售,枣庄地区总代理。

福田戴姆勒汽车,承载合资双方品质基因,共享全球领先科技,全面接轨欧洲质量管理标准,基于全球用户的共同价值需求,引领中国重卡创新升级,为全球客户持续创造了更高的商业价值,实现了更高的效益回报。

GTL作为欧曼的高端车型,更有着低油耗、高舒适、高可靠、高安全的重要特性,此外,GTL还有全过程、全周期、全方位、全统一、全满意的欧曼5T服务,让您享受终身服务,全程无忧。(赵成胜)

驾驶课堂



车主不经意间的几种

虐车行为

很多车主都很爱自己的坐驾,但是他们或许在平时不经意的在折磨自己的爱车,实际一些常见的维护方法却是在虐待自己的车辆。为了能够让车主明白哪些是日常维护中的弊端,我特意列举了几种虐车情况,细心的车主们看看你们是否有过类似的经历。

烈日冲车

事件回放:春天来了夏天还会远吗?到了夏季,部分车主把喜欢冲凉的习惯也强加到车身上。开了一天的车了,也给它冲个冷水澡降降温。大部分车主会发现,冲凉之后,爱车会立马歇菜。车拉到修理厂,车主还振振有词:“我可是为了它好啊!”

虐车指数:专家指出您也知道人猛地冲冷水还会一激灵、打个哆嗦什么的,车不会说话您就这么折腾它啊!

热胀冷缩是最简单的物理原理了,经过暴晒和行驶,车漆表面和发动机的温度都很高。这时您要来个里外冲洗,好家伙,漆面也就凑合着受您折磨了,顶多是日后掉块漆什么的,可发动机会立马罢工,让您破费千儿八百绝不复工。

加装冬菇头

事件回放:车开久了觉得没“劲”,如果发动机内能进入更多的空气,让汽油更充分地燃烧,这样动力不就可以得到提升了么?于是有车主对进气系统进行了想当然的改装:直接在进风口加装“冬菇头”好了,听说这样可以增加车的进气量,发动机“吃”得多了,动力自然也就增强了。而且价格还便宜,只要300-500元,何乐而不为。

虐车指数:专家指出广告上都说了,人吃太多了容易胃胀,车也是同样的道理。“冬菇头”学名叫高流量风格,是一种高性能空气滤清器,从理论上来说确实能增加发动机内的空气流量,让发动机舱内的燃烧更充分,动力性能有所提升。但对北方含有大量细小沙尘的空气来说,加大进气量的同时也将更多的细小沙尘带入汽缸,造成发动机的早期磨损,反而影响发动机的动力表现。

车内乱放散香剂

事件回放:车里的味道总是有些冷冰冰的,没有人气,于是司机们喜欢在车内放上一些汽车香水、之类的东西。车里香喷喷,难闻的味道也没有啦。

虐车指数:专家指出空气清新剂是由香精等各种化学成分合成的,它并没有分解有害气体,只是通过散发香气来掩盖异味,靠混淆人的嗅觉来“淡化”异味。这些物质在空气中化学分解之后产生的气体本身就是空气污染物,反而加剧了车内空气的污染程度。长期使用对人体产生不良刺激,劣质芳香剂还会对人的神经系统产生危害。

机油加得越多越好

事件回放:该换机油了,一些车主想更好地“体谅”爱车,于是把机油加得满满的。他们认为机油加得越多对发动机的润滑作用就越好,而且还可以减少补机油的频率,省事省钱。

虐车指数:专家指出如果机油太多,会增加发动机内部的工作负担,发动机在工作时曲轴柄和连杆会产生剧烈搅动,不仅增加发动机内部功率损失,还会增加燃油消耗。而因此增加的溅到缸壁上的机油,容易产生烧机油,导致发动机润滑不良。机油量应控制在合适范围,在机油标尺的上、下刻线之间。

汽车电影



关于汽车电影,每个人都有自己的判断标准。有人首选从片头一路飙到片尾的《速度与激情》、《极速60秒》,有人惦记小人物成功逆袭的《的士速递》、《头文字D》,有人难忘深入主角内心世界的《逍遥骑士》、《末路狂花》……关于电影中的汽车,各人也会基于自己的成长经历、文化背景、工作环境去解读,男性与女性、老人与少年、东北与华南,都有不同的认知。

汽车电影的那些事

看哪部电影,是一件很私人的事,每个人都有不同的选择。那可以是信步走进影院的随机选择,只为享受两个小时没有电话与邮件的轻松;那也可以是处心积虑的左挑右拣,只为与相爱的人依偎独处的甜蜜时刻。有人“快热”,街头流行的都是过去时,众人眼中的新片于他已是旧闻;有人“慢热”,非续集,重拍不欢,从导演、演员到编剧、制片都如数家珍。有人选择大导演的大制作,朋友聚会、同事相处可以有共同的话题;有人选择小影院的小清新,可以在社交媒体上不经意地炫耀自己的品位。

如何看电影,是一件纯娱乐的事,但每个人喜爱的方式不同。有人喜欢提前下载到电脑、iPad中,在漫长旅途中独自欣赏、消磨时间;有人偏爱大腕儿云集、红毯铺地的首映式,可以亲眼目睹明星的风采、体会尝鲜的快乐。

有人爱内心的快感,与剧中人物一起欢喜忧伤,观看电影也要如饮心灵鸡汤;有人爱视觉的快感,有4D不选3D,有IMAX不要普屏,眼耳鼻舌身意最好都能发挥作用;有人爱生理的快感,苍老师等一众明星从硬盘逐步屏幕,纵情喘息直达云端。

本期,北京青年报“汽车时代”邀请十位汽车记者讲述自己心中的汽车电影和魅力汽车。十位记者的相同之处很多——拥有多年的汽车报道经验、在汽车行业、文化领域均是一方诸侯。他们的不同之处也很鲜明——有人生活在北京、上海,有人生活在香港、广州甚至成都;有人为平面媒体、杂志媒体撰稿,也有人做汽车文化、生活方式的策划。

十位记者选择的影片跨越了44年,既有国际巨匠斯皮尔伯格的里程碑式作品《飞轮喋血》,也有国内导演宁浩对中国社会阶层的思考之作《无人区》;有哈雷·戴维森肥仔大显身手的《终结者II审判日》,也有GMC全尺寸皮卡穿针引线的《廊桥遗梦》。令人吃惊的是,十部电影中有五部是纯粹的剧情片,而人们耳熟能详的《速度与激情》、《头文字D》、《逍遥骑士》……竟无一入选。

如果看重追逐的紧张,我会选择1955年公映、Charlton Heston出演的《宾虚》。在罗马竞技场环形跑道里,在万千观众与战士的注视下,马匹牵引的战车左冲右突,车厢中的赛车手一面要驾

驭马车加速前行,一面要躲避长鞭铁锤以及隐藏在车轮中的利刃侵袭,烟尘漫漫、嘶吼阵阵、车轮滚滚、杀气腾腾……

如果看重汽车的精彩,我会首选《变形金刚》与大黄蜂。大黄蜂可以变身成为雪佛兰科迈罗,但他首先是变形金刚,是博派汽车人中的一员。他不仅有头脑有生命,他还有心情会撒娇,遇到“不客观”的批评他还会任性、发脾气。

当汽车不仅是汽车,而是影片中的角色;当汽车不是“出现”于电影,而是去“演出”电影,电影与汽车进入人们的记忆便是理所当然之事。《变形金刚》的成功是孩之宝的成功,是迈克尔·贝的成功,也是雪佛兰的成功。

