

试驾报告

开车太慢? 来撒点野吧

南京万驰赛道体验MG全系列

近日,在华东地区首条F型赛道、十二个专业弯道的南京万驰国际汽车公园,上汽MG用全系车型为我们带来了一场激情体验。

在这次体验活动中,MG5 1.5T6AT和MG6 1.8TTST与国际汽联认证的专业F3赛道狭路相逢。专业的防撞墙、防护栏,530.7米的超长直道,360°发卡弯,连续四处特色漂移弯……无不带来强烈视觉冲击,除此之外,2014款MG3欧洲版也将为在场的每一位带来个性升级之后的全新体验。

现代快报记者 倪泳



赛车精神强势回归

既然到了专业赛车场,MG5 1.5T6AT的手动拨片换挡模式自然是该首先尝试的,这样方能更好地感受赛车般的操控感。升级后的1.5T中冷涡轮增压发动机表现出色,让我不禁联想到在赛场上屡创辉煌的MG N系列发动机,几乎每个级别的比赛都能看到它的身影,仅在英国,就有超过700辆装备N系列发动机的赛车驰骋于各个赛场。

极致操控一触即发

早就听闻赛道有着360°发卡弯和特色漂移弯,如此高难度的挑战,让我不免有些紧张,好在有底盘强大的支持力,MG5过弯时毫不拖沓。即使以80公里的时速过弯,MG5 1.5T 6AT凭

借出色的转向灵敏度和侧倾梯度,车身依然能够保持优雅姿态,包裹性极好的座椅将身体牢牢固定,达到了舒适性与操控性的最大平衡。

一台台车在赛道上穿梭自如,你追我赶,画出完美的激情弧线。无论是过弯时的离心力,或是直线时的推背感,都让人如此迷恋,这正是赛车运动的魅力所在。

通过这次试驾,我深切地感受到了MG近90年来获得众多车迷钟爱、创造辉煌赛车历史的原因:从MG第一台赛车诞生到如今推出实力备受肯定的MG5 1.5T6AT、MG6 1.8T TST,MG品牌始终坚持自己与生俱来的运动基因,突破创新,展现绝佳的动力、操控性能。无论何时何地,MG都在身体力行地告诉所有人,“赛车精神,让生命感受运动的乐趣!”

全新爱丽舍:A级车市场的明星

自上市以来,全新爱丽舍已经迅速地成为了入门A级车市场的一颗明星,与老款爱丽舍比起来,全新爱丽舍可以称得上是一款加量不加价的性价比之选。

第一份加量体现在了外形上,与原来的爱丽舍相比,全新爱丽舍大气厚实的造型也比单薄的老款提升了几个档次,有了长足的进步。

第二份加量则体现在了内饰上,全新爱丽舍的内饰设计风格以居家为主,加上厚实的方向盘与饱满的中控台也比老爱丽舍在视觉效果上提升了不少。

第三份加量就要数空间了,老款爱丽舍无论是纵向还是横向的乘坐空间,与同级别车型相比都要略显不足,但是新爱丽舍的乘坐空间有了很大提升,后排空间完全能满足坐三个人的要求,同时后备箱也变得很大,储物能力更强了。

最后,全新爱丽舍在发动机的选择上并没有什么突破,而是沿用了世嘉等车型采用的1.6升自然进气发动机,这台发动机的数据表现与油耗表现都算不上亮眼,但是其平顺性与稳定性都不错。

Jeep自由光:在传统中革新

Jeep给自由光的定义是“下一代城市SUV”,而首要且必备的条件是强悍的越野能力。由此可见,这个以越野为立业之本的品牌虽然近些年的作品在不断强化自身的公路性能,但依旧把越野性能放在了优先考虑的位置。

自由光装备了名为“Active Drive”的四轮驱动系统。最强的Active Drive Lock四驱系统不仅有可以放大扭矩的低速四驱挡,并且还具备后桥差速器锁止功能,实现左右车轮50:50扭矩分配,

在实际越野驾驶中,能给驾驶员带来十足的信心。

而在公路行驶方面,自由光搭载的开创性的9前速自动变速箱也为它带来了优异的表现,绵密的齿比让它在各种路况下都能从容应对,动力储备也随叫随到。

总体来说,自由光是一款在传承了JEEP品牌的越野能力之后对公路性能有所突破的产品,也更加符合当前市场对SUV车型的需求。

长安铃木锋驭:家族新尖兵

近日,铃木S-Cross锋驭在南京发布。作为铃木在城市SUV领域的全新力作,锋驭是为“适应中国市场变化、满足新增消费需求”而集中优势研发力量推出的“铃木家族尖兵”,因而汇集了铃木全球最新设计理念和多项先进技术。

S-Cross锋驭定位的城市型SUV已经逐渐成为国内SUV的主流,市场竞争如此激烈,其最大优势在于其“超低油

耗、超高配置、超大天窗”的三大核心竞争优势及众多创新科技。S-Cross锋驭5.6L/100km的油耗教之同类型产品有很大的优势。

铃木Authentic概念车的量产版车型将于2014年下半年由长安铃木引入国产。未来将会每年至少推出一款全新车型,除了Authentic概念车量产版,未来还有可能引入更多的车型。

马年购车,码上心动

春节临近,现代快报记者帮大家淘到不少仍在冲刺销售的商家,对这些品牌车型有兴趣的朋友,可通过扫描二维码了解他们的信息。

江苏天奥奥迪

- 热门车型:奥迪Q3、奥迪A4L
- 销售热线:025-66665666
- 展厅地址:江宁区麒麟路汽车4S园1号

2013年,奥迪销量在国内豪华车市场继续领跑。天奥奥迪总经理胡彬表示,2013年江苏天奥在二手车销量增长的同时,在天奥最为关注的客户满意度方面也取得了成绩,得到了肯定。明年,江苏天奥的销售策略是

一个金字塔。重点在于金字塔的中下端,如Q3、A3、B8、Q5、Q7、C7等。更多客户消费得起的奥迪A3、Q3将是销量增长的潜力车型。

2014年,江苏天奥将继续为客户提供多样化的服务,始终把客户满意度放在首位,用更优质的服务来提升客户满意度,树立江苏天奥在客户心目中的口碑形象。



经销商拜年

祝愿所有的奥迪新老用户在2014年大口呼吸新鲜空气,身体健康、新年快乐!

南京国通一汽奔腾&南京红腾汽车

- 热门车型:一汽欧朗两厢版、一汽奔腾B50、一汽奔腾X80
- 地址:大明路17号(国通奔腾) ■销售热线:025-52633666
- 地址:栖霞大道2号(红腾汽车) ■销售热线:400-828-1616



一汽欧朗两厢版共推出4款车型,均搭载1.5L自然吸气发动机,售价区间为6.68万-8.18万元。近日,位于大明路17号的南京国通4S店欧朗两厢已到车,现全面接受预订,只需要交2000元订车,预计提车周期约2周左右。

与此同时,1月17日至1月23日,一汽奔腾将在全国200余家经销商开展“放心奔腾让爱回家——一汽奔腾服务周”活动。南京车主可到一汽国通、红腾经销商,享受春节出行车辆免费检测,包括:“轮胎”、“油液”、“电气”及“底盘”系统等出行检测。

相关链接

X80: 碰撞试验超五星安全获第一

2014年1月3日,中国汽车技术研究中心发布了2013年度C-NCAP第四批13个车型的评价结果,受到各方关注。本次发布结果的13个车型分别是(排名不分先后):东风标致3008、长安汽车CS35、北京现代胜达、江铃陆风X5、一汽奔腾X80、克莱斯勒300C、广汽本田凌派、沃尔沃V40、奔驰A180、一汽丰田RAV4、广汽传祺GA3、江淮瑞风S5,以及一汽大众捷达。而国产货一汽奔腾X80获得本次碰撞成绩的最高分!

将优惠进行到底 Mazda6“六马献瑞”迎新春

2014年伊始,万象更新。一汽马自达为进一步回馈市场,在延续当前购车信贷政策的同时,强力推出了优惠幅度更大,涉及车型更多的“六马献瑞”活动:一马当先礼:购2013款Mazda6均可免费增配导航,对于车主来说原装的导航视觉效果远比支架外挂要好得多,而且性能也更稳定;玉马金堂礼:购2013款Mazda6、睿翼或者Mazda8均可享受最高24期0利息0手续费的金融政策,如此金融大礼将一直延续到2014年2月份,而此项已被熟知的大礼早已成为消费者最心仪的项目之一;车马盈门礼:购Mazda8均可获赠3000元加油卡,3000块钱的汽油可以供应一辆Mazda6奔跑接近4000公里,足够一家人春节期间走亲访友了;马到成功礼:“六马献瑞”期间,以旧车置换Mazda8最高可享10000元购车补贴,实实在在的万元补贴直接减少了购车支出;一马平川礼:在活动期间购买2013款Mazda6或者睿翼,均可获赠交强险,切实为消费者降低了用车成本;万马奔腾礼:活动中购买睿翼车型的任何一款,均可享10000元补贴,对于喜欢睿翼的消费者来说,这就是最实在的大礼。

车,以12.98万起的价格就能轻松得到!”——作为“马粉”的刘先生在购车现场兴致盎然地对笔者表示。

产品过硬是赢得市场的不二法门。从2003年中国市场面世, Mazda6风行十年,至今已经有80万车主共同见证了Mazda6在空间、安全、操控性、整车品质方面的卓越表现。

超大空间感受舒适从容:相比于A级车,新款Mazda6在车内空间上有先天的优势,毕竟是中级车平台的产品,Mazda6拥有A级车所不能及的强大内部空间,前排腿部最大空间为380mm,后排腿部最大空间为410mm,即便180cm的身高都可坐得舒舒服服,特别是后备厢容积很大,达到了500L,方便储物。安全呵护悦享一路安心: Mazda6配置6安全气囊,安全系数领先同侪。性能优越的悬挂系统唤醒驾驭天性: Mazda6双横臂前悬设计最大程度过滤掉颠簸路面的影响,保证了Mazda6最佳的稳定性和乘坐舒适感,被消费者誉为“弯道之王”。

接地气聚人气:高歌猛进 龙腾2013

在刚刚过去的2013年,Mazda6以卓尔不群的姿态,赢得了消费车的青睐:1~11月,Mazda6累计同比2012年增长10.06%,其中1月份销量过万,刷新Mazda6上市十年单月销量纪录,9,10,11月更是连续三个月销量过万,成为名副其实的市场旺款车型。

得人心者得市场。2013年,中国车市风云激荡,各类车企不断实施降价、促销策略,进一步加剧了市场竞争。舆论认为,Mazda6一路高歌猛进,捷报频传,不仅与其本身品质超出了所在市场竞争对手一大截有关系,而且得益于其“接地气、聚人气”的系列营销举措吸引了大量消费者,Mazda6通过市场营销举措突出产品性价比,才赢得了目标消费的青睞。而本次“六马献瑞”迎新春促销活动正是这种营销举措的最新延续。

可以说,一汽马自达的“六马献瑞”确实以更加亲民的姿态,为新春佳节的购车者,平添了浓浓的年味和喜气。

品质为王:该出手时就出手

“此前的优惠政策已经让我准备动手买一辆Mazda6了,没想到一汽马自达又推出优惠幅度更大的“六马献瑞”活动,真是时不我待,该出手时就出手了。何况,这绝对是一款经典的B级