

# 东风裕隆纳智捷优6正式上市



6月6日东风裕隆SUV优6在北京上市。

6月6日，东风裕隆第二款SUV优6在北京隆重上市。新车分1.8T、2.0T两种动力共7款车型，售价区间为12.88-20.08万元。东风公司总经理、东风裕隆董事长朱福寿，台湾裕隆集团总经理陈国荣到场为优6上市助威。

优6是基于纳智捷5 Sedan轿车平台上打造的一款紧凑型SUV车型，整车长宽高为4625×1825×1620mm，轴距为2720mm。其1.8T发动机的最大功率为116kW，扭矩为230Nm，而2.0T发动机的最大功率达132kW，扭矩为256Nm。优6采用源自超级跑车的方向盘换挡拨片，配置方面搭载了东风裕隆全新的

THINK+车载信息系统。在主动安全配置方面，优6配备了DAS+驾驶警示系统，该系统整合了FCW+前车防撞警示系统、PDS+行人警示系统和LDWS+行车偏移侦测警示系统。

此外，中高配车型还配备了氙气大灯、多功能真皮方向盘、换挡拨片和定速巡航等配置；2.0T顶配车型拥有蓝牙系统、大灯清洗、外后视镜自动折叠、抬头显示、皮质座椅和电动天窗等功能。

在品质与售后服务方面，纳智捷推出66方案，即6年6大系统不限里程保修。此外，纳智捷优6 SUV车主只要维修期超过三日，每日最高补偿200元现金。

## 志在先端 为你而来

### ——东风Honda启动Stay ahead品牌行动

5月16日，东风Honda“Stay ahead Live Meeting”品牌行动发布会在上海举行，宣告未来3年将展开系列品牌行动，为“80后”消费者带来全新的、有趣的、超酷的品牌体验。发布会现场，东风Honda发布Stay ahead宣言，并以Stay ahead企业篇视频发布展开全新品牌行动。

2013年企业成立十周年之际，东风Honda对外发布面向未来十年的中期事业计划，明确提出2023年前将建设成为年产销百万、累积销量1000万的车企。此次Stay ahead品牌行动发布，将为企业发展注入品牌新内涵，强化为中期事业计划达成的品牌拉动力。

“Stay ahead”中文释义为

“志在先端”，不仅意味着将在技术和产品上强化领先优势，更蕴含与消费者共同打造先端生活方式的寓意。主张个性、具有新价值观的“80后”新生代消费者，选择购车时不再仅仅考虑汽车的便捷性、功能性或者是否符合自己的身份，而更加注重汽车所赋予的个性意义，更多考虑是否与自我的价值观一致。因此，通过开展Stay ahead品牌行动，东风Honda不仅希望给新生代消费者带来科技、人性化的功能感受，更希望为他们带来个性、开创的情感魅力。

Stay ahead品牌行动开展过程中，东风Honda将采用新颖有趣的感性传播方

式，以赢得更多“80后”消费者共鸣。

与全新品牌行动相呼应，整场发布会的细节布局及整体氛围，亦呈现出新颖而有趣的先端风格，服装设计师Charles王耀宇、新媒体艺术设计师达彦，以及国际视觉艺术家陈漫也应邀出席现场。



本田领导合影。

## 雪佛兰新爱唯欧焕新上市

### 售价7.39万-10.99万元，树立小车市场新标杆

6月6日，雪佛兰新爱唯欧在重庆车展正式上市，推出包括三厢1.4升、1.6升两个排量共7款车型，以及两厢1.4升、1.6升两个排量共6款车型，售价7.39万-10.99万元。

新爱唯欧出自通用汽车

全球小型车平台，为正在步入家庭生活的年轻爱侣量身打造，是雪佛兰在“年轻·造”造车理念下，继创酷TRAX后上市的第二款新车。新爱唯欧作为“精品家轿”，“品质向上、价格向

下”，拥有精致大气的设计和宽敞空间、轻松易驾的优异性能、高价值感的实用配置、360度全方位越级安全等四大突出优势，充分契合小车消费市场年轻家庭对高档品质和亲民价格的双重需求。

链接

### 优6在湖南同步上市

6月6日，纳智捷优6在长沙天顺阳光4S店同步上市，据了解，从5月份的湖南车展亮相以来，受到销售者的普遍关注。

纳智捷优6将面对国内几大劲敌的威胁，包括本田CR-V、起亚智跑等一批老将，还有像马自达CX-5、标致3008等这些新面孔。不过，如果单从价格方面分析，纳智捷优6的优势可以说非常明显，起步价12.88万元，这在目前国内合资同级别SUV中还是首例，这一价格甚至可以向一些自主品牌发起挑战了。

■三湘华声全媒体记者 彭小竹

# 牵手《豪门盛宴》，天籁品牌引爆足球热潮

6月12日，四年一度的足球盛事——世界杯将战火重燃，32支“豪门”整装待发，将为争夺大力神杯而拼上一切。对于广大球迷而言，这无疑是一场不可错过一分一秒的足球盛事。为此东风日产天籁品牌特意牵手CCTV第五频道《豪门盛宴》，为广大观众、球迷打造为期1个月的世界杯大餐。

作为重大足球盛事期间的专题节目，《豪门盛宴》自2004年欧洲杯首次播出以来，一直备受广大中国球迷所关注。此次，天籁品牌与《豪门盛宴》强强联手，将天籁品牌与足球运动有机结合，为广大观众带去四年一度的视觉盛宴之余，更将传递天籁品牌的独有魅力。

东风日产市场销售总部副部长陈昊表示：“在天籁品牌十周年之际，东风日产希望借世界杯热潮，牵手《豪门盛宴》，唤醒广大观众、球迷心头的那团热情，让大家在狂欢中，感受东风日产‘人·车·生活’的魅力。”

### 牵手《豪门盛宴》，天籁品牌玩转世界杯

作为全球两大最顶级体育赛事之一，世界杯一直备受全球人民的关注，转播覆盖率更是超越

夏季奥运会，堪称全球最大的体育盛事。但巴西世界杯的比赛全部集中在北京时间的凌晨时分，对于上班族而言，如何在世界杯期间分配好看球和上班的时间，成为了一大难题。

为让观众不错过世界杯每一个精彩瞬间，东风日产重拳出击，以主赞助商的身份，与CCTV第五频道在19:30黄金时段共同推出《豪门盛宴》节目，为球迷回顾当天比赛的精彩瞬间、展望明天的赛事，更邀请明星、资深球迷分享他们与足球的故事。而新世代天籁也将以指定用车的身份出现在节目当中，通过与足球运动的深度融合，展示新世代天籁卓越的驾控性能。

值得注意的是，新世代天籁自上市以来，其动感的外观和强劲的操控性能，得到了更多年轻消费者的关注。而其采用的梯形控制臂独立后悬挂，搭配ATC主动循迹控制系统，组合成了“梯悬挂+ATC”组合，加上后轮辅助转向带来的极高响应和稳定性，也在消费者心中树立起年轻运动的形象，助力其此次成功牵手众多厂商虎视眈眈的《豪门盛宴》。



### 再度“跨界”，天籁品牌实现弯道超车

创新，在东风日产的思维中从来就不只是一句口号，而是真真切切的实践。在产品力沉淀了良好口碑的基础上，东风日产也针对新世代天籁推出了创新服务模式“天籁行动”，并在新世代天籁·公爵上市时推出行业首创的“公爵礼遇”，为车主带来实实在在的价值。

除了产品与服务的创新，天籁品牌在营销领域同样拥有令人眼前一亮的表现：自2013年广州车展上，东风日产宣布黄晓明为天籁品牌代言人，并推出《宽·容世界》微电影后，天籁品牌先后通过创新软性植入的方式，与《我是歌手》、第四届“明星公民”活动结缘，开创了汽车品牌娱乐营销领域的新模式，也正式拉开了天籁

品牌跨界营销的序幕。

此次，天籁品牌再度“跨界”，与CCTV第五频道《豪门盛宴》栏目合作，宣告天籁品牌的跨界营销将进入全新“章节”。

2014年，正值天籁品牌与《豪门盛宴》的“十周岁”生日，两者通过很多能引起观众共鸣的契合点，将自身独特的魅力自然、完美地相互交融在一起，让消费者从心底认同天籁品牌以及《豪门盛宴》栏目，可谓是“天作之合”。

业内专家表示，天籁品牌除了在产品和服务上充分满足消费者内心深处最真实的需求之外，其在营销领域也非常注重与消费者进行深层的情感交流。就目前的表现来看，其跨界营销策略成效已经显现：自去年3月上市至今年4月，天籁品牌总销量已超过14万辆，稳居中高级车市场“万辆俱乐部”之列。

### 东风日产特约《豪门盛宴》世界杯球迷招募

四年一度的世界杯烽烟再起，32支“豪门”整装待发，将于2014年6月强势登陆南美大陆——巴西。面对你最喜爱的球队，你是否也不甘只做观众，希望分享你与足球的故事，却苦于没有机会？

机会就在眼前，东风日产新世代天籁、新势代奇骏携手CCTV5，联合打造全新《豪门盛宴》栏目，以新颖、富有特色的展现方式，让广大球迷送上世界杯豪华足球盛宴！

想亲自在全国观众面前分享你的足球故事吗？想近距离接触国内明星并与他们一起为喜爱的球队加油吗？

只要你热爱足球并充满自信，东风日产将随时为你打开足球梦想的大门，马上登录东风日产官网或亲临当地东风日产专营店报名，即有机会成为《豪门盛宴》世界杯球迷代表，为你喜爱的球队加油助威！

