

开学还“放价” 东风日产特惠季

感恩父母，回馈家长，东风日产开学特惠季现已全面展开，让家长朋友们能以最合适的价格买到最心仪的爱车。

两款新车发布 2014惊喜不断

新年伊始，东风日产便在情人节当天推出了新一代的阳光。作为阳光的中期改款车型，新一代阳光在原有的超大空间基础上，百公里仅5.6L超低油耗把1.5L入门中级车的价格首次下探至7万元区间。更值得一提的是，在2月14日至4月30日期间购买新阳光更可获赠同级车独有、价值6000元的“手机智能互联系统”和“倒车可视系统”。

而最让消费者期待的无疑就是全新奇骏的上市。与之前“硬汉”的形象不同，基于日产CMF平台开发和设计的全新一代奇骏完全是个“时尚潮男”，LED日间行车大灯的加入又让他动感十足，2月25日的全国亮相定会在SUV中激起不少波澜。

“空间全能王”骊威 7.98万元起

新生代骊威轴距依然是全面领先同级的2600mm，后排的腿部空间和头部空间则远远赶超上一代骊威。6比4分割的后排座椅在简单的变化下即有一个1536L的超大后备箱容积，可以轻松应对笨重的货物。

“文艺小清新”骐达 9.93万元起

新骐达采用了Agile跃式设计思路，使整车“跃”动感呼之欲出，搭上蜂窝状时尚前格栅、动感十足的氙气前大灯，以及16寸铝合金轮辋，使新骐达整车外形充满张力、线条流畅，全面彰显动感时尚的独到品位。搭载了日产最新技术研发的全铝直列四缸引擎——HR16DE可爆发出同级最大93Kw/5600rpm的最大功率和154N·m/4000rpm的最大扭矩。

“低调高帅富”轩逸 11.50万元起

在中级车市场，轩逸是第一

款旗帜鲜明打出“款待家人”品牌主张的中级车。早在2009年，轩逸就凭借着“家轿四极”的特点，成为名副其实的“全尺寸旗舰家轿”，赢得了消费者的喜爱。

2700mm的超长轴距，后排超宽膝部空间更是达到惊人的680mm，再加上1760mm的超宽车身，一家三口坐进去绝对称得上空间绰绰、活动自如，即便坐入5个成年人，其空间表现依然不俗。



东风日产济南经销商：
经十西路大友店 88880000
经十东路龙腾店 88882222
工业北路金大友店 82798888
二环南路银大友店 87580666
章丘大友明店 83788888

喜庆开年，欢聚“逸”堂

—济南利航风行明日举行新春赏车团购会

新春伊始，济南利航风行汽车给广大新老客户拜年了！马年利航人将继续发扬龙马精神，为车友们提供更多的购车优惠，呈现更多精彩车友活动。2月22日，济南利航4S店将举行喜庆开年，欢聚“逸”堂——新春赏车团购会活动，活动地点：利航4S店，活动时间：10:00—11:30。届时，将实行5—20人成团订购活动。该活动优惠幅度巨大，并且会有精彩的节目和精美的礼品。

2013年1至11月份，东风柳汽商用车累计销售39170辆，这一数字是在商用车市场整体下滑的情况下达成的，逆势同比增长33%，增幅位居行业前列；乘用车累计销量达163018辆，同比增长30%，全年销量冲到18万辆。整个2013年，东风柳汽销量超22万辆，销售收入超160亿元。

人民币。

数据表明，东风柳汽的乘用车业务越来越重要。2010年，东风柳汽乘的销量比例为5:5，乘用车仅为近5万辆。2011年，在14万的销量业绩中，乘用车达到了10万余辆，占全部产销的70%。而目前，商用车和乘用车销量比例为2:8。

作为东风柳汽的乘用车品牌，东风风行历时十年磨一剑，终于与东风柳汽共同完成今天的蜕变，凭借出色的产品品质与营销策略，东风风行在最近几年实现了远超汽车行业平均速度的增长，即便是在2012年车市微增长的背景下，东风风行竟然以接近行业平均增速5倍的速度增长，同比增速达到34%，实现了全年13.6万的产销量，更令人惊讶的数字是，2012年之前的三年，

东风风行连续3年保持同比100%的高速增长，这在一个传统的制造业，对于绝大多数企业而言都是一个不可能完成的任务。

在东风风行为数不多的几款车型中，“常青树”菱智已经是商务车销量冠军，2013年10月份菱智销量突破10000台，同比增长36.8%，继续以月销过万的纪录领跑MPV市场；景逸X5 1.6L单一车型销量达5791台，依然保持热销势头；2014款景逸仍稳居大两厢家轿销量冠军地位。

随着今年目标的实现，东风风行在2014年或将突破20万的销量大关，提前三年实现东风风行的中期事业计划——此前东风风行在中期事业计划寄望到2017年突破20万辆销量。东风风行销量的提升将进一步



提升柳汽的销售业绩，而这也成就了一段关于柳州——这个对于中国汽车产业堪称神奇的西南边陲城

市的传奇，无论上汽通用五菱，还是东风柳汽，两个冠军级选手的诞生，使柳州成为中国汽车业的福地。

“一马当先 荣耀共享”

济南鑫泉风行汽车团购会



金蛇一跃乘风去，玉马轻盈送福来。2013年的中国车市，自主品牌的技术实力一直在稳步提升中，并赢得了越来越多消费者的认可。近年来在市场上一直稳步上升的东风风行品牌，为答谢广大消费者长期的支持和信赖，本月济南鑫泉将在2月22日举行“一马当先 荣耀共享 济南鑫泉风行汽车团购会”，届时菱智V3系置换全面启动、5.79万惠春版菱智超值推出、M5系菱智特价车最高优惠5000元，购景逸X5送6000元大礼包。东风风行品牌诚挚邀请您共享品牌荣耀，携手迈进新一年！

热销势头强劲

拓展SUV市场见成效

作为国内商务车领域的先行者，东风风行的产品线布局日趋完善，从2001年成功推出国内第一辆自主品牌MPV“风行菱智”后，东风风行一直针对特定细分市

场，不断推出满足不同细分市场需求的高品质车型。

2013年下半年，景逸品牌开辟了新的细分市场，推出国内首款加大号城市SUV景逸X5，以1.6L和1.8T两款车型组成双子星阵容征战SUV市场。景逸X5作为景逸家族新成员，上市首月订单便突破7000台，热销势头强劲。景逸X5的热销也促进了景逸品牌整体销量屡创新高。景逸品牌拓展SUV市场成效显著，主要是源于其对细分市场的准确把握，并根据细分市场的需求推出景逸X5，并使之成为自主品牌SUV的价值标杆。

济南鑫泉4S店(匡山店): 0531-68815111
地址: 西外环匡山汽车大世界东区2号风行展厅
商河直营店: 84802228
长清直营店: 87212177
平阴直营店: 87872399

全新爱丽舍： 破“万”品质 由你见证



春节假期刚刚结束，东风雪铁龙公布了1月各条产品线的销量，其中全新爱丽舍延续节前的良好形势，1月总体交付达到11364台，跻身入门级中级车主流阵营，成为东风雪铁龙中级车矩阵中闪耀的明星车型。在群雄逐鹿的入门级中级车市场，全新爱丽舍之所以能够迅速占据市场高地，不可否认的是受益于“爱丽舍”品牌的口碑积累，但是更重要的因素还在于其始终坚持的“品质”路线。

品质见证： 开启600万km+系列活动

为了满足新时代的消费需求，雪铁龙将全新爱丽舍确定为2012年推出的全球同级最新的EMP1平台上研发的首款车，保证其全球领先的产品品质。EMP1平台集成应用了众多新工艺、新标准、新材料。得益于此，全新爱丽舍在品质、空间、配置等多方面，实现了远超同级的出色表现，被称为“高大全”之车。EMP1平台赋予了全新爱丽舍先进的产品设计，全球新一代绿色精益化标杆工厂——神龙公司第三工厂，依托PSA集团的最高标准设计、建造，以新一代精益化的生产工艺、全球标准化的质量保障体系，实现了全新爱丽舍世界顶尖的可靠品质。

为了对全新爱丽舍的品质进行验证，量

产前，东风雪铁龙对全新爱丽舍进行了最严格的测试——全球同级最长的600万公里全时路况实车测试。以世界各地山地、荒漠、湿地、高原等极端路况为实验场地，以全球高寒、高热、高尘、高盐等极限气候为实验条件，见证全新爱丽舍品质。

品质孕育： 始自研发，重视生产，严格测试

为了满足新时代的消费需求，雪铁龙将全新爱丽舍确定为2012年推出的全球同级最新的EMP1平台上研发的首款车，保证其全球领先的产品品质。EMP1平台集成应用了众多新工艺、新标准、新材料。得益于此，全新爱丽舍在品质、空间、配置等多方面，实现了远超同级的出色表现，被称为“高大全”之车。EMP1平台赋予了全新爱丽舍先进的产品设计，全球新一代绿色精益化标杆工厂——神龙公司第三工厂，依托PSA集团的最高标准设计、建造，以新一代精益化的生产工艺、全球标准化的质量保障体系，实现了全新爱丽舍世界顶尖的可靠品质。

据悉，2014年全新爱丽舍将在全国多个城市举办“600万km+品质挑战赛”，并在更多的极限环境下开启“600万km+品质极限挑战之旅”等活动，为消费者体验、见证全新爱丽舍的品质提供更多机会。

(冷旖)