

山东省消费促进月·诚信惠民 绿色安全

“纵横齐鲁”汽车巡展五月精彩不断

部分参展品牌

上海大众、
东风日产、广汽丰田、
一汽马自达、
斯柯达、别克、
捷豹路虎、沃尔沃、
东风标致、
吉利、启辰、
东风风行、
东南汽车



□本刊记者 曹俊杰

去年6月份，“纵横齐鲁”汽车巡展活动在省内七个地市陆续开展，最终实现全省销售近千台，参观人数10万余人。本次巡展活动，本报充分发挥齐鲁晚报“山东第一大平面媒体”优势，联合省内八个地市记者站，与汽车厂商共同提升巡展规格。不仅参展品牌数量较去年有所增加，展出车型也均为各品牌热销车型。并且，“纵横齐鲁”汽车巡展活动在推广之初，就将地点选定为省内三四线市场。随着各地市人均经济水平的不断提升，三四线市场消费者对于购买汽车的“刚性需求”在不断扩大。为了牢牢占据这部分空白的汽车市场，参展厂商均把本次

巡展当作展示品牌、提高品牌知名度的一次绝佳机会，纷纷表示将在各地市“露脸”的机会而做准备。以上海大众为例，参展商透露会以标准展具的形式参与到巡展中，通过搭建高端、精美的展区向消费者更好地展示品牌车型。在车型优惠方面，由于本次巡展均为汽车厂家直接参展，让利优惠也是以往所不能比的。为了让消费者处处有惊喜，现场多个厂家将给出厂家优惠价，由专业的销售顾问与消费者现场谈价，让购车者可以更方便地选择爱车。

为方便各地市消费者可以在自家门口看车展，本次巡展选定的场地均位于当地繁华地段。

如聊城开发区汽车文化公园、日照游泳馆广场、滨州市银座商城黄河店广场、泰安光彩大市场、潍坊谷德广场、临沂鲁南国际会展中心、东营沂州路步行街等。届时，活动现场将准备各种精彩歌舞表演、互动游戏、抽奖环节，让各地市消费者赏车购车之余享受车展。

根据巡展活动初步规划，聊城、日照、滨州、泰安、潍坊等地消费者于五月份内就可以观赏到这一场汽车盛会。目前，以上地市车展组委会已经进入紧锣密鼓的筹备阶段。其中，聊城作为巡展第一站，将在活动中融入汽车观影、乐队现场驻唱等新鲜元素，敬请期待。

当下，许多消费者在为买哪款车而犹豫不决，或者因为没时间东奔西跑选车而推迟了自己的汽车梦。为帮助消费者解决这些难题，五月中旬至六月下旬期间，由本报打造的“纵横齐鲁”山东大型汽车巡展活动将陆续走进聊城、日照、滨州、泰安、潍坊、临沂、济宁、东营等八个地市，携上海大众、东风日产、广汽丰田、一汽马自达、斯柯达、捷豹路虎、沃尔沃、别克、东风标致、吉利、启辰、东风风行、东南汽车等主流汽车品牌热销车型与消费者见面。通过此种“在百姓家门口办车展”的方式，为当地消费者带来一场家门口的汽车盛会。

长安铃木推出“开拓季”巡展活动

近日，长安铃木推出了“开拓季”巡展活动，锋驭、新奥拓、雨燕等各款车型提供多项优惠措施。其中，作为开启中国家轿普及浪潮的著名微轿，同级车型中唯一的合资品牌，新奥拓以炫丽动感的时尚外形、超越同级的动力操控、丰富出众的配置、令人称道的能耗表现、便捷实惠的使用成本等因素，在2014年继续引领时尚小车潮流。据介绍，新奥拓2013款采用了铃木全新的1.0升直列三缸多点电喷全铝发动机，拥有52kW的最大功率，可在2500转时爆发出高达92N·m的峰值扭矩，同时营造出宁静舒适的车内空间。值得一提的是，优越的动力及操控性能，赋予了新奥拓令人惊叹的燃油经济性，在每小时40公里等速行驶的前提下，百公里油耗仅为3.6L，创同级车型新低。这一出色的节油表现也符合国家2014年新八批节能惠民政策的补贴标准，有望在近期得以公布。(本记)

齐鲁晚报车友之家

官方微博：齐鲁晚报汽车版 QQ交流群：213056638

更多惊喜敬请关注

扫一扫立即关注



一汽丰田COROLLA卡罗拉

I AM COROLLA 我就是卡罗拉

故事连载之六

全新COROLLA卡罗拉：唯一的对手就是自己

“开创家用车元年”、“全球最畅销车型”、“4000万辆销量佳绩”……满载一路荣耀光环，卡罗拉已成为家用车市场的领航车型，其近半世纪的发展之路也伴随着层出不穷的追随者与竞争者。但是，对于卡罗拉而言，唯一的对手只有自己。



全新第11代COROLLA卡罗拉总设计师解读商品魅力

有人说，卡罗拉不仅是丰田的唯一，也是世界的唯一，它的成功不可复制。在近期的北京车展上，全新第11代COROLLA卡罗拉一亮相便成为人们关注的焦点，更

成为人们探寻新时代家用车趋势的风向标。

在10代演变的历程中，面对无数的挑战者，卡罗拉怎样保持如此卓越的表现？

那就是“传承”与“引领”。第一代卡罗拉设计师所确立的“为世界上每一个人带来幸福与快乐”的研发理念，被后续所有卡罗拉设计师所传承；而凭借独特的魅力，每一代卡罗拉都始终引领着那个时代的汽车发展潮流。同样，这两个关键词也完美地呈现在全新第11代卡罗拉上。

作为丰田最年轻的总设计师，全新第11代COROLLA卡罗拉的总设计师安井慎一承袭历代卡罗拉不变的DNA，并设定了三大目标，即大胆突破的设计、卓越的驾驶感受、完美的性价比，并力求打造一款具备“超越并压倒任何竞争对手”、足以“令人怦然心动”的产品。

而在研发阶段便以中国市场需求为考量，为这款“世界车”留下了深刻的中国印记，也打造出超越以往卡罗拉的商品实力。在中国，COROLLA车系有近200万的用户，在市场调查中，他们的用

车感受给予了研发团队很大的帮助。也正是听取了中国用户的呼声，研发团队将这一代卡罗拉的轴距定为2700mm，达到同级顶级水平。此外，全新第11代COROLLA卡罗拉还特别为中国用户带来手动模式的8速S-CVT超智能无级变速器等领先技术。

可以说，全新第11代COROLLA卡罗拉是针对中国道路、环境、用户审美、综合需求而为中国市场量身打造的“中国版”，并将以此再度引领家用车风潮。

站在家用车市场的领航地位上，第11代设计师与历代卡罗拉设计师同样，他们没有假想敌，只不过在自始至终地融合当代所需的新理念和新技术，来超越新时代消费者的需求，从而超越前代的传奇，他们认为：“卡罗拉唯一的对手就是它自己。”

因为，卡罗拉始终都是家用车之王。



如果您喜欢这一期的一汽丰田卡罗拉故事，请登录一汽丰田微博平台<http://weibo.com/ftmsservice>或用手机扫描二维码，参与有奖问答活动。

山东省消费促进月·诚信惠民 绿色安全
主办：山东省商务厅 齐鲁晚报

2014 主流车企跨越山东大型巡展

聊城站 5.17-18日	日照站 5.24-25日	滨州站 5.24-25日	潍坊站 5.24-25日
泰安站 5.31-6.2日	临沂站 6.7-8日	济宁站 6.7-8日	东营站 6.21-22日

Logos: JAGUAR, LAND ROVER, VOLVO, BUICK, VW, 北京现代, NISSAN, PEUGEOT, MAZDA, TOYOTA, 东风风行, etc.