

广丰汉兰达齐鲁英雄会明日启幕

6月28日，本周六下午两点，广丰齐鲁英雄会将于县西巷齐汇维景国际酒店启幕。为回馈广汽丰田新老车主，本次广丰齐鲁英雄会准备了“力度空前”的购车钜惠——汉兰达最高优惠3万元；凯美瑞、致炫、逸致等全系车型享受厂家直供价格。目前，作为东道主的广汽丰田向广大车友发放“英雄帖”，有意者可咨询济南当地广汽丰田经销商。

在活动当日，广汽丰田济南经销商将执行“英雄三结义，组团享钜惠”的价格政策，即以三名购车者为单位，结成购车联盟，三人均购买汉兰达即可享受当日超低价格购买汉兰达。并且，为了让优惠力度进一步加大，广汽丰田济南经销商在上述价格政策基础上，实行“阶梯价格”政策，即现场凡是增加一个购车联盟，那么所有已结成购买汉兰达购车联盟成员都将享受一

个全新的价格，比上一个阶梯的价格更加便宜！

汉兰达自国产上市以来，一直主打“宜商宜娱”，并率先将SUV的多功能性、MPV的大空间和便利性，与轿车的舒适性融为一体，凭借出众的多元产品力，无论是游走繁华公路，还是穿越崎岖山野，都让车主感到得心应手。也正是因为汉兰达一直挖掘、并激发着消费者对更高端、更豪华SUV车型的内在渴望，才能不断创造辉煌的销售纪录，引领国内大中型SUV市场的快速增长。同时，汉兰达还多次被授予“年度最佳SUV”、“年度最佳城市豪华SUV”、“年度中大型SUV”、“最值得购买中高级SUV”等奖项。

动力方面：汉兰达搭载2.7升L4及3.5升V6两款发动机，在提供充沛动力的前提下，也为消费者提供了更多选择。其中，最大功率达138千瓦的2.7L发动机便已

能从容应对城市及郊外路况的挑战；而V6作为明星级发动机，其最大输出功率更高达201Kw，最大扭矩达337Nm，为车内驾乘人员提供最痛快的速度体验。

安全性方面：汉兰达在主动及被动安全保障方面均作出了全面的考虑：标配ABS防抱死刹车系统、BA刹车辅助系统、VSC车身稳定控制系统、TRC牵引力控制系统，轻松应对复杂路况；二级式双SRS空气囊及侧部SRS空气囊，2个SRS空气帘，还有同级别车型少有的驾驶座膝部空气囊，配合丰田独步全球的GOA车身，全方位保障了车内驾乘人员的安全。

外观方面：汉兰达沿袭了丰田豪华轿车一贯的大气风范，并突破了传统的SUV设计风格的束缚，注重内在的力量而非粗放的外表，显得潇洒俊逸。

内饰方面：从精巧布局的多功能方向盘，巧思设计的储物格，到8英寸超大液晶显示屏，时尚科技感十足，完全打破了SUV重功能轻设计的常规。高品质的丝绒、真皮和木纹材料，更营造出豪华典雅的空间氛围，精致而又无可挑剔。

(江北)



全新第11代COROLLA卡罗拉上市

6月20日晚，在济南万达广场，全新第11代卡罗拉在济南区域正式上市发售。全新卡罗拉共配备1.6L、1.8L两种排量，价格区间为10.78万-15.98万元。

在“先进质感”的设计核心概念指导下，全新第11代COROLLA卡罗拉的车身设计上，兼顾了其强有力的存在感及高品位的质感，采用了革命性的外观设计，成就了高级别的感官效果。而其4630mm×1775mm的车身尺寸不仅领先同级，同时以2700mm的同级别顶级空间，配合平整化地板，实现了可媲美中高级别车型的后排空间。

搭载领先同级车型的手自一体8速S-CVT超智能无级变速器，更好地发挥出CVT各方面性能优势，并配合全新升级的双VVT-i发动机等，创造了最低达5.9升/百公里的超低油耗。

为回馈消费者对全新卡罗拉的喜爱与等待，一汽丰田特别推出“六重尊享、盛情邀约”的新车关怀方案，包括：8月31日前，选择“取我代之”的置换用户，最高可享4000元补贴，进一步参与0首付融资方案更可享受1000元礼上礼；“贷”我回家”用户选择“管家贷”融资购车，最高可享3年免费保养；8月31日前，经由丰田老客户介绍成功购车，介绍人可获赠2000元保养券，购车车主则可获赠2000元精品券，共享“好事成双”；8月31日前，成功购车的用户可获赠与所



购车同色、同牌照的专属定制车模，专享“我的定制”；用户只要到店试驾，便可“找我有礼”，获赠Hotel COROLLA甄选礼品，先到先得；最终，凡在8月31日前成功订车的用户均有机会“住在我家”，携全家免费入住精品酒店Hotel COROLLA套房。

随着全新卡罗拉的上市，一汽丰田还将建立COROLLA CLUB，为200万COROLLA车主营造一个温

馨的家庭，并将每年7月的最后一个周末设立为COROLLA DAY，让所有COROLLA车主从此拥有一个属于自己的节日。

全新第11代卡罗拉上市正值卡罗拉全球累计销量达成4100万台的重要时刻，相信凭借辉煌的品牌历史积淀、傲人的商品魅力、环环相扣的丰富的营销措施，以及极具市场竞争优势的价格体系，全新卡罗拉必将续写传奇，再创辉煌。(怡丰)

第三代飞度上市



6月19日，第三代飞度济南上市发布。随着5月29日售价的正式公布，在不足一个月的时间内，订单已轻松破万，展现两厢车价值新标杆。除了极具吸引力的价格，第三代飞度在技术及各项配置上也拥有领先优势。作为Honda全球战略车型之一，飞度体现了Honda两厢车开发的独特智慧。而第三代飞度大量应用先进的FUNTEC技术，成为迄今为止最先进飞度。

新车全系搭载1.5L直喷DOHC i-VTEC发动机，售价7.38万-11.28万元。配合全新CVT无级变速器，第三代飞度实现了5.3L/100km的同级别车型最低油耗，同时，CVT无级变速器顺畅的加速性能，无论何时都有舒适的驾乘体验。

除了强大的动力系统，第三代飞度还拥有多达十项的革新科技：Idle-stop发动机节能自动启停系统、VSA车辆稳定性控制系统、ESS紧急制动预警系统、广角后视摄像头显示系统、智能屏互联系统等均是同级别首次搭载，很多技术配置甚至达到部分B级车标准。在空间方面，第三代飞度将FUNTEC技术的MM理念运用到极致，其内部空间甚至媲美高级别车型。

自2004年进入中国以来，飞度就是年轻族群的挚爱。第三代飞度承袭了飞度品牌的年轻血液，以全方位跨级超越的姿态闪亮登场，以其时尚的外观和独具魅力的品牌个性成功打动了广大85后年轻消费者。

(韩杰)

斯柯达开启A+魅力体验营

5月18日，斯柯达全新明锐巅峰上市，明锐系列车型已经赢得超过70万名车主的信赖，此次升级上市的全新明锐拥有时尚新锐的造型设计和优化升级的性能配置，进一步增强了其在高端A级车市场的竞争力。

日前，上海大众斯柯达华中区开启“锐见实力 巅峰之旅”A+魅力体验营活动，组织本区域内斯柯达意见领袖和媒体嘉宾参观位于宁波的大众工厂，探秘全新明锐的生产过程，感受全新明锐巅峰工艺。30位嘉宾怀着激动的心情参观了亚洲一流的上海大众宁波工厂的冲压、车身、总装和油漆车间，在这里将全新明锐由内而外，由零至整，由简化繁的过程全部收入眼底。先进的制造工艺、严谨的生产流程和每一位工人对每一个细节的严格把控，都令现场嘉宾叹为观止。

全新明锐配备了大众旗

下全新一代EA211 1.4TSI汽油发动机，通过对发动机材质和技术上的改进，在确保带给全新明锐澎湃动力的同时，在油耗与经济上同样达到了突破。得益于MQB平台所提供的可变的轴距、前后悬、宽度等设计尺寸，全新明锐在驾乘空间上有显著提升，车身尺寸进一步扩大，再加上百年斯柯达在空间打造上的一贯优势，全新明锐提供了非常充裕的前后排头部和腿部空间，在同级车中竞争优势明显。在储物空间打造上，也充分展现了斯柯达品牌的生活智慧，在保留了经典的掀背式设计的同时，后备厢容积亦有进一步扩充。

本次体验营活动大家不仅亲身见证了全新明锐超越巅峰的制造工艺，更让大家深刻感受到了斯柯达品牌“Human Touch”的服务理念，让所有人感受到了斯柯达追求卓越的品质内涵。

(陆小虎)

8.3万辆，东风日产5月再掀热销潮

5月份东风日产双品牌全车系共计销售83,013辆，其中，NISSAN品牌销量达74,975辆，启辰品牌则以8,038辆的成绩继续领跑合资自主品牌。而截至5月底，东风日产累计销量达到387,422辆，实现近21%的同比增长。从销量数据上可以看出，东风日产在5月的强势表现，一方面得益于以天籁、轩逸为代表的经典车型在口碑带动下的持续热销，另一方面则归功于以新奇骏为代表的新车型，以出色产品性能所掀起的销售新热潮。

深耕中国市场十载，东风日产品牌依托于强大的产品力、实惠的价格和周全的服务，已然成为业内外公认的“中高级车价值标杆”。从上一代天籁的“舒适之

王”到新世代天籁的“豹式操控”，再到新世代天籁·公爵的“超长轴距”，在产品的不断强化和丰富中，天籁品牌的产品性能在消费者心中留下了越来越多的标签和鲜明印记。而“天籁行动”、“公爵礼遇”等创新服务模式的推出，更是把实实在在的价值回馈以消费者，成就了“天籁价值”的独特口碑。

作为中国乘用车销量排行前十中唯一日系车型，新轩逸则以“家轿典范”之姿成就了东风日产在中级车市场的坚实口碑。完全按照中高级车的研发基准和技术投入打造的新轩逸，凭借全面超越同级的产品力和所展现出来的“越级款待”的情感价值，成为消费者心中

不折不扣的“史上最强中级车”。自上市以来，每月近3万的稳定销量，便是这款旗舰家轿市场口碑的最佳佐证。

在不久前的重庆车展上，东风日产新奇骏以后来者之姿，斩获了“年度风云汽车”大奖，作为今年最受期待的车型，新奇骏自上市以来的表现也的确当得起“风云”二字，上市仅70多天，新奇骏已累计斩获订单36,791张，终端提车23,338辆，一直处于供不应求的状态，成为城市SUV市场上名副其实的黑马。

在消费者日益挑剔的当下，新奇骏能够俘获消费者，成功搅乱SUV市场的一池春水，其背后对于消费者需求变化的精准把握以及



由此体现在产品上的出色性能功不可没。

东风日产市场销售总部副总部长陈昊表示：“在资源驱动型市场上，对忠诚的消费者等稀缺资源的

占有能力决定了市场份额，而消费者忠诚的建立，则需要以优质的服务和良好的口碑为基石，这些正是东风日产努力在做并将一直坚持的事情。”

(陆小虎)