

都市车界

荣耀之巅，新帕萨特力证传奇

车市的“金九银十”如约而至，全国乘联会预计，9月的零售量将环比增长6%左右，在传统车市旺季，上海大众VW品牌增势尤显强劲。当月，VW品牌累计销量96,120辆，比去年同期上涨12.7%。而今年帕萨特品牌更是表现尤佳，9月销量20,433辆，截至目前2012年已累计销售159,544辆，同比增长接近50%。

新帕萨特凭借出色的外观、内饰、动力操控、舒适配置、安全等各方面的综合性能，以卓越的品质和深厚的品牌积淀力证巅峰。众多车主在亲身体验过新帕萨特后，感受到的是更为人性化的设计理念和舒适的驾乘体验，遥遥领先于竞争对手的销量见证着新帕萨特深

处荣耀之巅的传奇。
舒适驾乘——触手可得的巅峰体验

大多数消费者并非汽车专家，对他们而言，亲身体验的驾乘感受才是左右他们选择的决定因素。

新帕萨特研发之初，便致力于将中国消费者的需求与大众汽车集团先进的造车工艺相结合，量身打造最符合中国消费者需求的新一代B级轿车。

外观造型上新帕



被省略，给驾驶者带来了与过去汽车发动时不同的驾驶感受；而EPB电子驻车制动系统的运用，取代了传统手刹，进一步精简空间的同时，也为驾驶带来了更出色的便捷舒适和豪华感受；而3.0 V6车型的内饰更采用了Nappa真皮座椅、后排双频影

音娱乐系统等豪华配置，尽享奢华体验之势。

口碑为王——见证王者的传奇之路

说到标杆，新帕萨特当之无愧。帕萨特品牌十余年来，对奢华品质和舒适驾乘的追求可谓一脉相承。从最初登陆中国的帕萨特，到其

后的升级车型Passat领驭、新领驭，帕萨特品牌的销售成绩已然成为国内轿车行业的传奇。首款在国内上市的帕萨特，便以其经典的车顶弧线设计创造了仅为0.28的风阻系数，这一成绩至今难以被超越，成为一代经典。

单一的性能参数早已不再是购车的唯一标准，数年来的积累，换来的对国内中高级轿车市场更为透彻的理解，而正是这些数字背后的实力，造就了新帕萨特的成功。新帕萨特销售的优异成绩，保持了帕萨特品牌的优势，成为毫无争议的王者，只要真正接触过它的人都能感受到。

愿望所及——梦想一触可及

愿望所及，现在一触可及；尊崇梦想，已然轻松可享，只要您成为新帕萨特的车主，即可在专属两款非凡礼遇中任选其一。**礼遇一：购车即可赠全新IPAD或获选5万公里“畅行无忧”尊崇保养套餐，如置换新帕萨特可再享8000/台的优惠；礼遇二：信贷优惠：购新帕萨特全系，首付低至40%，最高可享“2年0利率”（新帕萨特V6车型除外）金融方案；购买1.4TSI节能环保车型，可再享受3000元节能惠民补贴。新帕萨特依靠上海大众汽车品牌长期以来积累的金牌口碑，可以预见的是未来它必将继续写新的奇迹，力证王者巅峰的力量。**

（小硕）

雪佛兰全面发力区域营销

——雪佛兰津鲁区域营销中心成立之即专访雪佛兰市场营销部部长吴冰

10月14日，雪佛兰津鲁地区区域营销中心开业仪式在青岛万邦中心隆重举行。随着津鲁区域营销中心的正式运营，雪佛兰在天津、山东地区区域营销正式全面发力。

雪佛兰市场营销部部长吴冰在接受本刊记者采访时表示，2012年对于雪佛兰来说是非常关键的一年，为深耕三四线市场，契合渠道下沉的大势，雪佛兰在全国开辟了9个区域营销中心，实现了权力下放区域的新营销模式。作为雪佛兰全国最重要的战略重地之一，津鲁区域营销中心的建立和运营，将会使雪佛兰在当地的市场推广更具针对性，推动雪佛



兰区域营销进入新的格局。
告别“一刀切”雪佛兰区域营销 “量身定制”

吴冰谈到，雪佛兰进入中国7年以来，实现了从小型车、中级车、高档轿车乃至高性能跑车、甚至是电动车等7大细分市场的全面覆盖，满足消费者的不同需求。然而，在车市“众星云集”的强烈竞争态势和一二线城市日销量趋饱和的背景下，要想将这一冗长的产品线维护好、推广好、扩展三、四线城市市场成为唯一选择。

中国地域差异明显，各个地区的汽车消费文化更是千差万别，如何契合区域市场，满足区域消费者的个性化需求，成为深耕三、四线城市的重要课题。吴冰说，要撬动三、四线市场，雪佛兰首先要

做的是权力下放，从“一刀切”式的营销模式向“量身定制”式的特色营销模式改变，区域营销中心就是雪佛兰响应区域消费者的重要尝试。

吴冰表示，区域营销中心的正式运营，实现了雪佛兰决策前移，能够更准确的洞察区域市场需求，更好地服务各个区域的消费文化，满足消费者的个性化需求。

同时，权力下放可以激发区域销售的自主性和积极性，使市场营销更具活力，决策更具执行力，从而撬动三、四线市场。

打造“排头兵” 雪佛兰走赢区域营销大棋

近年来，天津和山东两地经济发展迅猛，GDP总量位居全国前列。经济水平提高不仅促进了汽车工业的发展，也带来了消费者巨大的购车刚需。因此，众多车企也加快了在天津、山东地区的排兵布阵，以期更好地占据天津、山东市场。

吴冰透露，今年5月，上海通用山东烟台东岳工厂完成了第三期扩建项目，年产量高达48万辆，不仅成为拉动当地经济增长的重要力量，也为雪佛兰抢占山东市场先机奠定了基础。目前，雪佛兰在天津、山东发展势头良好，截至9月，津鲁二区在全国的市场份额已经达到14.1%，位

居全国前列，作为雪佛兰区域营销战略的重要战场，雪佛兰会整合当地的一切资源，深耕天津、山东市场。

吴冰相信，津鲁区域营销中心投入运营后，随着区域人员的到位，雪佛兰将把集团销售、网络开发、二手车业务全部被纳入到区域营销中心，并加强对区域实地考察，因地制宜开展营销活动，让市场营销与当地工厂更好的响应，进一步发挥当地工厂的产能优势，提升雪佛兰的整体实力，将天津、山东市场打造成雪佛兰区域营销的排头兵，促成雪佛兰区域营销战役的全面胜利。（王士强）

购车“油”礼 为您加油
购得意A35送 2000 元油卡！

¥2000元

活动时间：
2012.10.1~2012.12.31

IVECO | 欧洲商用车典范

依维柯为您加油！

2012年10月1日~2012年12月31日期间购买依维柯得意A35就送2000元油卡，依维柯得意A35，低油耗、高承载、大空间，为您加油添力！



Turbo Daily
南京依维柯
www.NAVECO.COM.CN / 客服热线: 4006281690

菏泽鸿运 0530-5159677

济南创城 0531-85605550

青岛广利通 0532-83779116/83779117

淄博中南 0533-2985818

烟台航宁 0535-6692277

潍坊中南 0536-8815688

济宁鸿基 0537-2293999

临沂金宇 0539-8489996

东营凌博 0546-7778333

威海宁沪 0631-5927476
日照腾达 0633-8272868

济南启程卫星店 0531-55561188

即墨直营店 0532-82700532

黄岛华鸿 0532-86883111

德州家保 0534-2710058

莱州金通 0535-2096333

龙口瑞鑫 0535-8517134

胶州直营店 0532-82225277
泰安鑫源 0538-8498370

中南滨州分公司 0543-2223668

聊城华源 0635-8859333

平度销售 13792496479

枣庄郊南 13806322819

莱芜大通 13963485393

临沂金宇河东同城 13605390292

东风风神A60 1.6L山东上市



10月13日，悬挂全新东风乘用车品牌标识的东风风神A60 1.6L在山东隆重上市。舒适型、豪华型和尊贵

型3个级别5款车型，售价仅在8.68万—10.58万元区间，着实为消费者带来了不小惊喜。A60 1.6L以

“超值全能 幸福座驾”为口号，以超大空间、超低油耗、超多配置、超强安全“四超”优势，让

“中国最超值中级车”的冠誉名副其实。上市当天，东风风神为新老用户特别呈现了对比试驾活动，让消费者亲身体验

“最超值中级车”A60 1.6L的产品魅力和卓越品质。A60 1.6L宽绰舒适的空间表现和优异的操控性能，赢得了试乘试驾者的一致好评。

（国亮）

“T”动力宝利格引领SUV进入智能时代

科技、智能是汽车发展的主流趋势，也是大众汽车消费的重要选择依据。在深受国人喜爱的SUV领域，华泰宝利格在智能化领域走在了行业前列，将SUV领域带入智能用车的全新时代，堪称时下智能用车的新典范。提到华泰

宝利格，人们首先会想到的是其搭载的“T”动力。宝利格是目前国产高端SUV中首次搭载汽油T动力、柴油T动力的“双T”动力车型。据了解，宝利格搭载的1.8T汽油发动机来自于上汽，在动力与能耗方面颇有口碑；2.0T柴

油动力采用欧洲先进CRDI+VGT高性能涡轮增压技术，并配合源自德国ZF技术的自动变速器，为车辆提供极佳动力性能与驾驶乐趣的同时，最大程度降低了油耗与排放，完美兼顾动力操控性能与节能环保优势。

（振宁）

Mazda3星骋1.6L“新精英型”升级上市

值上市一周年之际，引领着国内运动A级车潮流风尚的Mazda3星骋迎来了首次升级：旗下三厢和两厢车型的1.6L排量“新精英型”系列全面上市，三款车型根据国内消费者的实际需求喜好增加了方向盘音响控制按键和倒车雷达，并配有“双开启模

式”电动天窗，令整车的驾驶安全、舒适实用性都得到有效提升。内饰方面，“新精英型”三厢款由之前的浅色内饰统一为年轻族群更喜爱的黑色，更具运动感。市场售价方面，Mazda3星骋1.6L“新精英型”三厢手动挡为11.98万元，三厢自动挡为12.98万元。

（李丹）

元，两厢自动挡为12.98万元。在车市进入“金九银十”传统旺季的有利时机下，Mazda3星骋1.6L“新精英型”瞄准了当前合资A级车1.6L排量车型普遍配置较低，尤其是缺少天窗的市场空档，势必会抢占更多市场份额。