

牡丹节来了



身为牡丹之都,我们身边到处都是牡丹。14日,菏泽城区中华路、华英路等路段绿化带里的牡丹也竞相绽放,香气扑鼻。

连日来菏泽气温持续升高,菏泽牡丹进入最佳赏花期,大田牡丹已盛开三分之一,而最近几天也无降雨,可谓天公作美。

随着最佳赏花期的来临,第22届菏泽国际牡丹文化旅游节开幕式暨大型文艺演出也将于16日上午9点至11点30分在演武楼举行。

最佳赏花期来了,开幕式来了

赏牡丹、看节目的抓紧来菏泽吧

本报菏泽4月14日讯(记者 张歆然 景佳) 曹州牡丹园大田牡丹已盛开三分之一,花海景观初现。13日、14日两天,曹州牡丹园迎来赏花高峰,13日一天游客达8000余人,而今天菏泽牡丹将进入最佳赏花期。

连日来,菏泽气温持续升高,曹州牡丹园内的大田牡丹长势良

好,目前已有近三分之一的牡丹盛开,涵盖黄、白、粉、红等多个色系,部分区域已形成花海景观。

据了解,曹州牡丹园仅13日一天共接待游客达8000余人,景区内人山人海,不少游客头戴牡丹花环在花海中留影纪念。

曹州牡丹园将于15日、16日迎来最佳赏花期,预计15日菏泽最高

气温达32℃,16日最高气温达25℃,均无降雨。

随着最佳赏花期的来临,第22届菏泽国际牡丹文化旅游节开幕式暨大型文艺演出也将于16日上午9点至11点30分在演武楼举行。14日,菏泽市政府、花会办、交警、公安、武警、交通、城管、文化、通讯、电力等各部门对开幕式文艺演

出进行调度,各部门出台工作方案、紧急预案,并进行应对突发事件的培训、演练。

除安全保障外,菏泽市供电公司配电运检室为第22届菏泽国际牡丹文化旅游节开幕式暨文艺演出的演出时间全程提供应急电源,并在活动开始前将发电车调试完毕,确

保如有意外停电事故的发生,可在10秒内恢复用电。菏泽联通公司在开幕式现场等场所增加基站载频,申请调用省公司移动应急通信车;在演武楼、林展馆等室内场馆开通四网合一综合业务接入平台的室内覆盖系统,确保各级媒体能够及时通过网络发布开幕式暨文艺演出的最新动态。

街头牡丹 花开争艳

红的、白的、黑的……14日,菏泽城区中华路、华英路等路段绿化带里的牡丹竞相绽放,香气扑鼻。许多市民都禁不住拿出相机拍上两张。

本报记者 邓兴宇 摄影报道



奇石盆景根雕 添彩牡丹节

本报菏泽4月14日讯(记者 李贺) 作为第22届菏泽国际牡丹文化旅游节系列活动之一,全国首届奇石盆景根雕艺术展14日上午在菏泽市牡丹区香格里拉国际广场开幕,来自全国12个省的参展商共展出作品10万多件。

14日上午,在牡丹区香格里拉国际广场,远远就看到这里人头涌动,市民们正忙着观看各地送来的参展作品,有鬼斧神工的奇石,多姿多彩的盆景,惟妙惟肖的根艺,都具有浓郁的地方特色,令前来游玩的市民大饱眼福。

此次全国首届奇石盆景根雕艺术展是由菏泽国际牡丹文化旅游节组委会、山东省花卉盆景奇石艺术家协会主办,菏泽市林业局、菏泽市盆景奇石根雕协会、菏泽香格里拉物业管理委员会承办。

风行汽车全系热销,沸腾“春分”车市

近日,笔者在风行汽车菏泽利通4S店看到一片旺销的景象,看车、订车的人络绎不绝。“这款菱智有现车吗?今天提车行不行?”很多客户焦急的询问店内的销售人员。

据风行汽车经销商介绍,进入“春分”以来,全国各地接连迎来销售高峰,菱智商务车和景逸家轿都出现不同程度的抢购潮,很多4S店都出现了货源紧张的情况。

风行汽车一直以“关爱”为服务理念,不断提升服务质量,在“汽车三包法”出台之前,风行汽车就对旗下全系车型实行了5年或10万公里超长质保服务,赢得了消费者的称赞。值得一提的是,



风行汽车对用车强度远大于家用车的商务车也实行如此高的质保标准,树立了中国商务车市场售后服务的新标杆。同时,风行汽车对各类零部件的质保也全面提升,特别是对于电器件产品,提升

到了业内最高的3年或6万公里,与很多品牌的整车保修期相当,真正做到了让消费者后顾之忧,这也充分显示了风行汽车对自身产品品质的高度自信及尊重客户价值的态度。

一门双雄,风行菱智全面布局小排量MPV市场

2012年,风行菱智先后推出了两款小排量全能商务车:1.6升的菱智M3和1.5升的菱智V3,这一对同门“兄弟”均获得市场热销。其中,上市仅短短1年时间的菱智M3月销量突破8000台,创造了国内MPV单车型月销最高纪录。而日前全国荣耀上市的菱智V3,也表现出强劲



的发展势头。风行菱智布局小排量MPV市场的“一门双雄”格局已经形成。

2013款菱智M3是风行菱智为富裕个体业主、中小企业以及县乡镇等基层政府机构、事业单位客户量身打造

的1.6升全能商务车,能够满足他们在商务、商用方面的多重需求。其轴距长达2800mm,车身尺寸为4645mm×1695mm×1940mm,多达9种的座椅组合方式,后椅侧翻设计可创造出最大4340L的载货空间,运输功能强大;而其纯正的MPV血统、大气

尊贵的形象也让用户的日常商务接待更加体面。2013款菱智M3,在2013年1月创造了破8000台的销量记录,助力了风行菱智销量的整体上扬,并为风行汽车在市场上树立了良好的口碑,成为了小排量MPV的开拓者和领军者。

风行菱智拓展小排量MPV市场的“双雄”策略,获得了业界的高度肯定。随着业务的发展,广大的微客用户对公商务用车提出了更高的要求,但微客在外观、技术配置、安全性等因素的落后,导致微客已经很难成为升级车型,更体面、更安全、更舒适的小排量MPV就成了关注焦点。(王兆锋)