

# 收费站东迁带火章丘自驾游

## 景区自驾游游客占8成

本报记者 蒋龙龙

5月2日,国道309济南收费站正式东迁20公里至济南、淄博边界。收费站的东迁给章丘的旅游市场发展带来了难得的机遇。端午节为国道309收费站东迁后的第一个小长假,尽管受到多种不利因素的影响,章丘市的旅游市场还是火热,共接待游客8.5万次,实现旅游收入45.5万元。收费站东迁致使自驾游持续升温,6月以来,章丘市客流增三成,白云湖、三王峪、百脉泉等景区的自驾游游客占到全部游客的8成。



充满江南风情的景观河道(资料片)。

## 收费站东迁后,游客省了20元过路费

端午假期的前两天,章丘淅淅沥沥地下了小雨。虽然持续两天的降雨对章丘的旅游市场是个不小的冲击,但章丘旅游市场还是交出了一份完美的答卷。端午节旅游市场的火热与各景区的精心组织是分不开的。百脉泉景区推出“端午民俗游”活动,游客可亲身体验包粽子,观赏民间手工艺展演。在朱家峪景区,游客可参与挂艾叶菖蒲,涂雄黄酒、喝五加酒,挂香囊等富有历史文化内涵

的民俗活动。

假期期间,2012年7月开园的绣源河风景区,每晚8点向游客免费呈现亚洲最大的音乐喷泉和世界最长的水幕电影,让来自济南市的游客惊喜连连。绣源河风景区三天共接待游客12000人次,“受多日降雨的影响,3天还能接待一万人次以上的客流量相当难得。”绣源河风景区工作人员告诉记者。

绣源河风景区工作人员还解释,章丘旅游市场的火爆和收费站的东迁是分

不开的。收费站东迁后,济南市民到绣源河风景区游玩,“节省了20元的过路费,有更多的游客到绣源河风景区游玩。”

收费站的东迁使位于原收费站东部的百脉泉、朱家峪、章丘百草园、济南植物园客流量都有了较大增长。据章丘市旅游局相关负责人介绍,6月以来,章丘市客流量增长3成以上,端午节期间实现旅游综合收入45.5万余元,接待游客8.5万次。

## 自驾游游客猛增,章丘旅游迎来新契机

端午节期间,白云湖、朱家峪等景区的自驾游车辆明显增多。据章丘市旅游局相关负责人介绍,白云湖、三王峪、百脉泉等景区自驾游游客占到章丘市端午节全部游客的8成以上。

章丘市自驾车客源以济南、淄博、莱芜、滨州、东营、聊城等省内城市居多。不过,大部分游客还是来自济南和章丘城区。“没有了收费站,济南市民自驾去景区就更顺畅了。”章丘市旅游局相关负

责人介绍。朱家峪、百脉泉、济南植物园等景区负责人也认为,309收费站的东移带来了自驾游的猛增。

收费站东迁为章丘的旅游发展带来不小的机遇,同时也给景区带来了不小的挑战。据绣源河风景区工作人员介绍,客流的增长对景区的承载力是个不小的考验,“下一步的主要工作就是加大招商引资的力度,争取配套设施的早日入驻,按照5A级的标准建设绣源河景区。”

章丘市旅游局相关负责人告诉记者,收费站东迁给章丘市的旅游发展带来了契机,章丘市将通过调整产业结构,打造特色旅游,加强景区配套设施建设迎接客流量增大的挑战。

据了解,章丘将进一步提升百脉泉公园等泉水景观,斥资1500万元,对境内汉王陵墓景点进行提升,投资3000万元对齐鲁第一古镇朱家峪进行重新装饰和改造,还将重点打造闯关东体验馆项目。

## 东风悦达起亚新狮跑章丘金万通焕燃上市

# 近20项升级诠释都市拓界本色

作为主流汽车厂商,凭借智跑、狮跑两款明星车型的畅销,东风悦达起亚近年在SUV市场的表现十分抢眼。现在,他们再次发力,推出更具竞争优势的新狮跑。通过近20项关键升级,新狮跑竞争优势进一步加强,将对年销5万的目标发起冲击。

6月18日,东风悦达起亚新狮跑于章丘金万通焕燃上市,售价区间为169800万-196800万。通过改款升级,新狮跑以更加圆润、精致的外观,更具科技、质感的内饰,获得了媒体和消费者的一致好评。

作为狮跑的车主,他们也许正值壮年,既志于家庭位重视事业。因为责任,他们从不停歇前进的脚步,在收获家庭幸福的同时,他们也收获了事业上的成功。但是,因为责任,他们也失去了很多,其中就包括自由。究竟怎

样来平衡责任与自由?新狮跑让他们找到这样一个平衡点:都市拓界。为了满足新狮跑消费者在审美以及用车需求等方面的改变,本次推出的新狮跑,秉承Design Kia的设计理念,在外观、内饰等方面进行了近20项关键升级,对其都市拓界理念做出了全新的诠释。

在外观上,新狮跑以更加流畅的设计语言,带来圆润、精致的全新视觉观感。秉承“Design KIA”设计理念精髓,新狮跑对车体前脸、尾部进行



了全新设计。为了让前脸更具活力,新狮跑引擎盖向上提升,为宽阔的蜂窝中网创造出可利用空间。下中网采用凌厉的拉插设计,搭配上横贯格栅装饰条,更显狂野、不羁。新造型的前大灯融入LED日间行车灯,圆形的雾灯也变成矩形,视觉感受更饱满、大气。随着精雕细琢的延伸,新狮跑前保险杠拥有了更多棱角与丰富层次,让其前脸更加协调、统一;在尾部,兼具视觉

辨识性的LED后组合尾灯加上上扬的后保险杠,和前脸设计呼应紧密。另外,新狮跑提供选装的两款16寸平顶轮毂和铝合金轮毂,也增添了其时代气息。

凭借材质的升级和全新设计语言的融入,新狮跑内饰更具科技与质感,为消费者带来了更佳驾乘享受。通过改款,新狮跑中控台和车内多处材质升级为软触感,细腻触感尽显优雅,使人心旷神怡;

仪表盘、中控台及空调的显示灯光由蓝色变更为红色,营造出更加动感的驾乘氛围。新增一键启动,进一步彰显出新狮跑的科技内涵。全新升级仪表盘,信息展示清晰,同时也突出了车舱的质感及档次。全系标配发动机电子防盗,进一步强化了整车的配置优势。另外,新狮跑新增的皮革内饰及DLX版车型,也为消费者带来更多个性选择。随着用车趋势的改

变,SUV在中国越来越受消费者欢迎。近年来,SUV市场始终保持高于整体市场的增长率。优秀SUV的不断推出,为消费者提供了更多购车选择。作为SUV市场的一员,差异化品牌理念,让狮跑在众多竞争对手中脱颖而出。上市之后,狮跑先后两次举办拓界之旅,行走川藏,横穿北疆,用万里征途诠释其都市拓界的本色及信念。狮跑勇于突破的品牌姿态,让它在媒体和消费群体中得到了广泛的认可,先后在各类奖项评比中60多次斩获大奖。近年,在由中国质量协会和金质用户委员会举办的全国汽车用户满意度评比中,狮跑三次荣列细分市场第一。截至目前,狮跑累计销量已突破25万台,一举确立了它在SUV市场的领先地位。从目前的市场反响来看,新狮跑将顺利实现年销5万的目标。

新狮跑的推出,不仅将进一步满足消费者日益提升的用车需求,同时也将在顾客感动年为东风悦达起亚达成顾客感动提供支持。未来,东风悦达起亚还将继续推出新的SUV产品,以进一步充实由狮跑、智跑构建的SUV矩阵,不断加速其在SUV市场的领军权。

