



滁州：应游客需求改名琅琊阁

安徽、南京、山东多地援引史料抢“琅琊”

随着架空历史类权谋小说改编的电视剧《琅琊榜》的热播，剧中“琅琊山”究竟在哪里也引发热议。安徽滁州、南京、山东等地展开归属地“争夺”。近日，安徽滁州琅琊山悄然把“会峰阁”更名为“琅琊阁”。其管理机构负责人前日对记者回应改名缘由时称：应游客需求，并否认了系为申请5A景区特地做的炒作。

会峰阁原名“会峰亭”，始建于明朝，在抗日战争时被烧毁，于上个世纪80年代重建，并改名为“会峰阁”。该阁高24米，分上下五层。琅琊山管委会相关负责人表示，改名确实和电视剧《琅琊榜》的热播有关，“黄金周期间，很多游客都来琅琊山点名要找琅琊阁，最后他们找不到都很失望。”

关于“琅琊” 滁州PK南京

滁州市地情人文研究会副秘书长、市委党校行政处处长骆跃表示，《琅琊榜》的故事背景主要架空了历史，这点也得到原作者海宴的承认，所以不可完全对号入座，但整个故事是以建都南京的三个朝代作为历史背景来架构的，“具体说来就是东晋、南梁、大明王朝。”

他表示，靖王和梅长苏的故事原型，与琅琊王司马睿和他的首席谋臣王导的经历相似，靖王与司马睿所即位的晋王谐音，而王导在司马睿争霸天下的途中确实起到了重要作用。

他说，而梁帝以及太子萧景宣、誉王萧景桓、靖王萧景琰的萧姓后裔身份与南梁王朝的背景吻合，宫廷争斗以及群臣的设定在南梁的历史上也都找到原型，而小说大结局章节关于梅长苏决定出征北境、疆场卫国的描述都能在史籍中找到对应部分，“静妃发现梅长苏就是林殊是从《翔地记》中觉察到的，个中缘由是《翔地记》提到滁州的一处飞瀑，滁州二字可能也是古滁州‘涂中’二字的演绎。”

琅琊山管委会相关负责人也认同上述说法，并称现在山东和南京认为剧中琅琊阁位于境内的论据稍显不足，“南京就是金陵，但是南京历史上没有琅琊山”，而山东东南沿海的琅琊地名和山是两个概念，“司马睿

是山东来的，但是王号并没有赐给山东。”

南京师范大学历史系教授王志高表示，“琅琊”（也称瑯邪、琅邪等以下统称）作为地名出现，最早在山东，“最早出现在春秋时期，是齐国的‘琅邪邑’，位于现在的山东青岛市琅琊台西北。”而《琅琊榜》里“江左梅郎”中的“江左”就是现在的“江浙沪”，而南京正是江左中心区域。

“‘琅琊’确实也是南京地区的古地名，六朝时南京就设过‘琅邪郡’，前后持续了两百多年。不管怎样，此‘琅琊山’跟安徽滁州的琅琊山可能关系不大。”王志高说。

王志高称，南朝时，南京的“琅邪郡”依旧保留，但下辖的县多次变动，其管辖在今南京市栖霞区栖霞山一带，向东包括句容的部分地区。南朝齐时，琅邪郡由江乘县搬到白下城，即今金川河畔的象山一带。“陈宣帝太建年间，废除琅邪郡，重新设置建兴郡，南京的‘琅邪郡’从此消失。”

“不仅是史料记载，这些年的考古也可以证实。其中，王导的墓被发现在古墓岗山一带，而王氏另外一支，王导的堂兄弟王彬一脉之墓早前被发现在象山一带，而且当时现场出土了很多的文物，现大多藏于六朝博物馆中。”王志高说。 据《新京报》

全新GLE运动SUV及GLE SUV 驾临宁兴新宇奔驰

作为豪华SUV的鼻祖，梅赛德斯-奔驰M级SUV的中期改款车型，新一代梅赛德斯-奔驰GLE SUV采用了奔驰全新的命名法则：“G”作为全系SUV车型名称首字母，以向G级越野车经典致敬；中间字母统一为“L”；最后一个字母“E”则点明其源自梅赛德斯-奔驰家族的中坚骨干车型E级车平台。新一代梅赛德斯-奔驰GLE SUV以雄放俊朗的外观设计、质感升

级的内在空间、领先同级的高科技配置以及驾驭全路况的非凡性能，印证了其“全领域，尽纵横”的雄厚实力，势在改写细分市场的格局。而全新GLE运动SUV是梅赛德斯-奔驰采用全新命名法则后推出的首款车型，它兼具了轿跑车的运动天性与SUV的狂野气质，浑身洋溢着与生俱来的时尚动感气息，更以澎湃动力诠释着“绝尘，亦倾城”的非凡驾驭乐趣。

以行焕境雷克萨斯全混动科技深度品鉴

本次LEXUS雷克萨斯“以行焕境”全混动科技深度品鉴盛宴不仅表达了LEXUS雷克萨斯独特、前瞻、富有挑战的品牌智慧，同时也展现了人性、温暖、行业领先的进步科技。

宁波地区率先按照五星级酒店建造的酒店式汽车4S店——宁波中升雷克萨斯8年优秀

经销商店，继承了雷克萨斯以“打造品牌形象和提高顾客满意度”的品牌理念，致力于为每一位客户提供全方位“矢志不渝，追求完美”的服务理念，为客户提供包括4年/10万公里的免费保养保修（油电混合6年/15万公里免费保养保修）、24小时道路救援、客户关怀中心等在内的全面便捷服务。

广汽本田全新锋范荧光巡游惊艳甬城

11月6日晚，广汽本田全新锋范夜光巡游活动在宁波市区成功举行。活动首先在江北万达广场举行了隆重的出发仪式，在甬城近30家专业媒体记者与数百名市民的见证下，现场炫酷的快闪舞蹈，性感的美女车模，充分展示了全新锋范的12道锋味。随后全车贴着醒目荧光车贴的锋范车队沿宁波市区开始巡游，车队所到之处，吸引了无数路人车辆的眼球，为霓虹

闪烁的甬城夜晚增添一抹惊艳的色彩。车队分别在位于市中心和义大道、城隍庙步行街、和丰创意广场三个商业中心进行了展示和互动。近百名市民与锋范亲密合影并分享朋友圈，还获赠了广汽本田提供的精美礼品。活动最后在和丰创意广场圆满结束，在城市地标建筑珍珠贝前，兴奋的小伙伴们将全新锋范摆出各种造型，给本次巡游划上了圆满的句号！

全新BMW 7系宁波荣耀起航

11月6-7日，宝马集团的最新旗舰第六代BMW 7系上市发布会宁波站在风光秀丽的东钱湖畔成功举行，完美演绎了面向未来的全新豪华气象。中国是新车上市最早的市场之一，率先推出三款BMW740Li及BMW750Li xDrive共四款新车。

全新BMW 7系是一扇窗，透过它可以

看到宝马和豪华出行方式的未来。呈现在公众面前的第六代BMW 7系是先进科技、智能互联和舒适体验的上佳平衡，是数字时代的顶级豪华旗舰，拥有无以伦比的行驶舒适性。“开宝马，坐宝马”，彰显的是驾驶乐趣与舒适体验的从容兼备，在传承经典的同时，展现了独一无二的现代豪华设计理念。

全新迈锐宝究竟新在哪？



10月20日，雪佛兰全新迈锐宝正式上市。新车包含1.6T/2.0L/2.4L三种排量共6款车型，售价16.49万-19.99万元。全新迈锐宝是基于第八代迈锐宝的改款车型，并将与明年上市的新一代迈锐宝共同组成双车战略，联手征战中高端车市场。

基于第八代车型打造的全新迈锐宝，依据中国主流消费者需求进行了24项技术升级，更加符合当下消费者对主流中高端车的功能诉求。从产品定位来说，今天上市的全新迈锐宝，其定位将承接老款车型，在16-20万区间进一步巩固并提升迈锐宝销量。

为何推出全新迈锐宝？

第一代迈锐宝诞生于1964年，至今已有51年的历史，其名字来源于加州著名的黄金海岸，那也是深受明星和名流们钟爱的度假之地。经过八代的更迭，迈锐宝早已成为美国汽车和美国文化的一种符号，其全球销量已经突破了1000万辆。

大多数中国消费者与迈锐宝的邂逅始于2012年。那一年，雪佛兰启动了全球战略车型迈锐宝在中国市场的销售。迈锐宝的引

入，对于雪佛兰来说，具有里程碑式的意义。作为雪佛兰在华的旗舰车型，第八代迈锐宝代表着当时雪佛兰品牌车型的最高水准和最新设计理念，更承担着雪佛兰在华品牌提升的重任。

从产品谱系来看，彼时的雪佛兰品牌在轿车方面一直以紧凑型车和小型车见长，科鲁兹、赛欧、爱唯欧都在各自的细分市场表现出色。这种定位一方面使得雪佛兰在品牌上与别克形成差异，但在某种程度上也对其进一步提升和发展造成了限制。而迈锐宝的到来，标志着上汽通用对雪佛兰品牌的一次重要提升，也吹响了雪佛兰进攻中高端市场的号角。

从实际效果来看，迈锐宝的上市的确对雪佛兰品牌提升起到了积极作用，更带动了雪佛兰品牌在华销量和利润的增长。截至目前，迈锐宝在国内销量已累计突破35万辆。当然，品牌的提升是一个长期而缓慢的过程，革命尚未成功，两代“新迈锐宝”仍需努力。

另外，从产品周期来看，迈锐宝自2012年



上市至今，已进入第四个年头，已经达到了中期改款的周期。由于老款车型已相对成熟，并有大量的用户反馈数据，中期改款的车型会拥有更高的性价比，也更能符合消费者需求。这也是雪佛兰推出全新迈锐宝，并与新一代迈锐宝同堂销售的原因所在。

全新迈锐宝究竟新不新？

作为一款在新一代车型上市前推出的中期改款车型，难免会有人担心，全新迈锐宝的改变是否只是简单的“敷衍了事”？从产品力来看，这种担心大可不必。

全新设计语言的加入，使得迈锐宝的外观设计要比老款车型年轻、精致不少。引擎盖上隆起的肌肉线条塑造出一种动态力量感，全新设计的前大灯更加修长锐利，与上格栅一体式设计拓宽视觉，尾灯和轮毂也经过了重新设计。整体而言，全新迈锐宝的外观辨识度要比老款车型提升很多。

全新迈锐宝的内饰设计也是令人眼前一亮。尤其是高级灰内饰搭配曼陀罗紫色面料，质感十足、张力十足。中控按键经过优化重新组合，一体式仪表盘也进行了重新设计。另外，全新迈锐宝的车内空间有所升级，空间使用率提升多达28%。

特别值得一提的配置方面。全新迈锐宝新增8寸高清彩色触摸大屏，并具有双屏无线映射功能，实现手机与中控液晶屏的双屏无线实时互动，分辨率高、反应速度快，非常实用，走在了竞品的前列。另外，全新迈锐宝还新增了一键启动/无钥匙进入，彩色驾驶员信息中心等

功能，并升级为自动空调。

目前，全新迈锐宝继续提供1.6T、2.0L、2.4L三款发动机供消费者选择，最大功率分别为135kW、113kW、137kW，峰值扭矩为235N.m、190N.m、240N.m，传动部分均匹配6速手自一体变速箱。

总而言之，新款迈锐宝在进行了众多升级之后，竞争力得到了进一步提升。可以预见，这又将是雪佛兰的一款走量车型。

据了解，到2016年底，雪佛兰将在中国市场推出7款重量级新车，覆盖中级车、中高级车、SUV等各类细分市场。在中国汽车市场上，一直倡导年轻化的雪佛兰，面临着销量提升和品牌向上的双重任务。如今，至少从产品规划层面来看，雪佛兰已经开始“动真格”的了。

