

# 长丰汽车诠释真跨界

## 猎豹 CS7 长沙下线 售价最高 13 万

### 区域报道

2009年4月15日,长丰汽车2009年战略新品,专业级时尚跨界车——猎豹CS7在湖南长沙星沙工厂成功下线。下线仪式上,猎豹CS7的艺术版和运动版在振奋人心的鼓声中分别亮相,展现了独具一格的时代特性。长丰(集团)有限责任公司董事长李建新在下线仪式中提到:定位于专业级时尚跨界车的猎豹CS7,倡导一种“My City My Style”的个性生活方式,是国内首款由专业SUV向轿车领域延伸的跨界车。

据介绍,猎豹CS7是基于长丰汽车多年的SUV基础研发出的一款时尚都市型SUV。作为一款真正意义上的跨界车,猎豹CS7颠覆了以往市场上跨界车只重视外观跨界,不重性能跨界的现状,是一款综合了专业级性能表现、丰富时尚舒适配置及优异经济环保性的革命性标杆产品。

猎豹CS7的外形设计首次采用一个车型两种版本的独特方式,分别是体现艺术时尚的Art艺术版

及代表运动时尚的Sports运动版。其中艺术版个性张扬,“凸”型前脸进气格栅设计,彰显着独特的艺术气质。而运动版则整体线条圆润流畅、动感十足,彰显着赛车般的专业精神。猎豹CS7长宽为4210mm×1730mm×1700mm,体积属于中等大小,这使得猎豹CS7在城市中行驶十分的灵活。2550mm的轴距使得猎豹CS7内部空间显得十分宽敞。而整车线条简洁、流畅,体现出城市感,前后门处淡化了的腰线处理更散发出代气息。

猎豹CS7的内饰简洁实用,线条硬朗,富有时代感和科技感。完全轿车化的内饰设计,提供比轿车更加宽敞舒适的内部乘坐空间,提供最佳的驾乘体验。同时,后排座相对同级车更大的腿部空间,提供了最佳的乘坐舒适性。

猎豹CS7采用了中高端轿车的VFD全数显仪表,应用了更为先进的FIVFD(高亮度荧光显示)技术,使所示信息更为清晰、醒目、直观。区别于传统的VFD技术的是,除了可以显示特定的文字信息,还可以表现多色彩图像,让整个仪表盘科技感十足。此外,蓝牙、CD带USB接口、车内12V备用电

源、电动后视镜、角度可调的方向盘、6向可调节驾驶座椅等舒适性配置,无微不至地让驾乘人员感受到只有中级轿车才能拥有的舒适和人性化。

专业级性能表现 在拥有轿车级时尚舒适性的同时,猎豹CS7作为猎豹家族的核心产品,其性能自然也不会弱。它所搭载的三菱4C94 MPI发动机采用博世的燃油喷射系统,可以依照点火先后顺序精确控制供油量,点火更为精确,节油更精确,百公里油耗仅为6.1L,达到国IV排放标准。这款拥有三菱成熟技术的发动机还带来更强劲的动力,额定功率为89kw/5500rpm,额定扭矩为168Nm/4500rpm,不论是起步还是加速,都有出色的表现。猎豹CS7采用长丰汽车的专业SUV底盘,前麦弗逊悬架设计,配备减振支柱,后悬架为五连杆式螺旋弹簧非独立悬架,带液压双向作用筒式减振器,悬架系统软硬适中,充分考虑到驾乘者的舒适性要求,驾乘体验更佳,同时带来更好的路况适应性,以满足用户“城市工作、郊区生活、假日出游”等多元化生活方式和追求自由的需求。



长丰汽车制造股份有限公司总经理陈正初介绍猎豹CS7

在安全措施方面,秉承三菱的车型结构设计标准,以全承载式车身设计,采用碰撞吸能结构,确保车身在受外力撞击情况下,能够及时分散撞击能量,ABS+EBD、双安全气囊、三点式安全带和倒车雷达等主动和被动安全配置也能让人安心驾驶。

据湖南长沙长丰汽车制造股份有限公司总经理陈正初介绍:最高售价13万的猎豹CS7作为长丰汽车迈向全系乘用车领域的标志性

产品,已经开始接受消费者预定。同时猎豹CS7将与猎豹CS6形成合理的产品梯队,充分满足不同消费者的需求,成为长丰汽车未来跨越式发展的中坚力量。”

业内专家称,这款专业级时尚跨界车将倡导一种“My City My Style”的健康生活理念,寻求以个性化的方式突破常规,创造自己独特的风格。相信在目前消费理念更加趋向年轻化的市场中,将会掀起一股时尚跨界的潮流。(徐苗)

### 区域经贸

## 海南旧城改造首次吸引民企

本报讯(记者 曾立平 曹为华)日前,中国农业银行海南省分行行长廖家旺与海南衍宏实业投资有限公司总经理庄建新签订《战略合作伙伴协议》,授信海南衍宏实业投资有限公司20亿元人民币。

当天海口市龙华区政府宁虹雯区长也与海南衍宏实业投资有限公司庄建新总经理签署了《海口大同里片区旧城改造合作协议》,并揭牌成立了海口市大同片区旧城改造指挥部。

海口市大同里片区旧城改造将采取政府主导,企业参与的方式全面推进,海南衍宏实业获得农行的授信及与龙华区政府签署协议就是宣告海口市大同片区旧

城改造正式启动。这是海南省首例民营企业参与旧城改造项目。

记者了解到,随着海口市“一园两湖”以及海南省“十一·五”重点建设项目万国大都会的建成,大同片区正在形成“一园两湖一都”为地标的新型综合性商业区。但是,由于历史原因,大同里片区旧城的市政规划、建设水平与商业结构已严重滞后,与海口市建设“阳光海口、娱乐之都、品味之城”不相匹配。

海南省衍宏实业投资有限公司董事长庄振鸿介绍,目前万国海口公园商业区旧城改造初步设计已经出炉,该项目将链接海口公园,融入“一园两湖”整体规划,将成为打通海口解放西路商业街与海秀东商业街的破冰项目。

## 海南将举办第七届盈滨龙水节

本报讯(记者 曹为华)以“吉祥永庆 和谐澄迈”为主题的海南第七届盈滨龙水节暨永庆寺开光活动于4月21日至23日在海南省澄迈县举行。本次活动由海南省委宣传部、海南省委统战部、海南省民族宗教事务委员会、海南省文化广电出版体育厅、海南省政府台湾事务办公室、海南省佛教协会及中共澄迈县委员会共同主办,澄迈县政府、永庆寺、海南永庆生态文化旅游业有限公司承办。

据了解,本届龙水节活动共有8项内容:开幕式暨永庆寺开

光音乐晚会、永庆寺开光法会、澄迈投资推介活动、第二届房地论坛、第二届澄迈福山咖啡文化节、高尔夫球邀请赛、国际龙舟邀请赛、海南省少年儿童乒乓球锦标赛。

永庆寺开光系列活动是本届龙水节最大的亮点。重建的永庆寺位于海南澄迈县盈滨半岛西侧,是琼北地区规模最大的佛教寺院。4月22日举行的永庆寺落成庆典暨开光法会,将邀请数十位海内外高僧大德主礼法会。有关领导、佛学专家、学者、信众等社会各界人士将参加开光法会。

## 大型实景演出《印象·海南岛》落户海口

本报讯(记者 曹为华)日前,由张艺谋、王潮歌和樊跃“印象铁三角”共同导演的大型实景演出《印象·海南岛》,在海口喜来登大酒店举行公演仪式,它标志着一个顶级艺术作品的诞生,一段文化产业传奇的开始。海南省委副书记卫留成、省长罗保铭等领导出席此仪式。海南省委常委、宣传部长谭力代表海南省委、省政府致辞,谭力指出《印象·海南岛》大型实景演出填补了海南没有高水平实景演出的空白。

海口市旅游局副局长蔡俏说,

《印象·海南岛》是非常吸引游客的夜间旅游项目,将助力海口旅游发展,为海口打造“阳光海口、娱乐之都、品位之城”注入新的活力。

为感谢张艺谋、王潮歌、樊跃对海口作出的贡献,海口市人大批准他们三位为海口荣誉市民。在《印象·海南岛》公演启动仪式上,海口市市长徐唐先他们三人颁发荣誉市民证书,海南省委常委、海口市委书记陈辞也向张艺谋发出邀请,希望他落户海口。张艺谋当场表示,他正在考虑将落户海口。

## 民生网银新推企业财务室功能 企业报销可实现网上操作

本报讯 近期,中国民生银行在其企业网上银行系统中,新推出“企业财务室”服务,企业可通过网上向个人划转劳务费、保险费用等款项,此举极大程度上方便了有费用报销需求的企业客户。

只要客户是进行符合国家规定的公转私交易,就可以通过企业网银中“企业财务室”进行操作,实现单笔及批量报销,能基本满足企业报销人数不同需求。

同时,民生企业网银还更新了电子回单格式。客户可以直接从网银界面查询到账户柜面和网银所

有交易信息以及手续费明细,并生成回单。其回单已经加盖电子章,既可打印也可以保存,还可将此回单传真给需求方,满足实际交易流程和公司财务记账需求。

民生银行网上银行一直以来以其方便、快捷、安全的特点得到广大客户的高度认可,荣膺多项专业机构评选大奖。曾荣获新浪网2008“网友最信赖的网上银行”和和讯网2008“网上银行最佳用户体验奖”、第二届中国企业金融发展年会“最佳网上银行”等称号。(小路)

## 汪氏蜂产品高品质制胜

以质取胜是企业认同的战略大计,在全国掀起食品安全整顿之际,国内蜂产品知名品牌汪氏率先响应国家政策,坚持从源头上紧抓产品质量安全。

“我们的质量是制造出来的,不是检验出来的。”汪氏总经理汪玲表示,汪氏始终把产品质量放在企业发展的首要位置,坚持从源头把关,在生产制造过程的每一个环节都确保质量安全。

该蜂蜜园拥有良好的生态环境,实现了工厂园林化、设施配套化、管理科学化、设备现代化、园内

生态化,成为对外展示汪氏乃至中国蜂产品实力的重要窗口。

据了解,汪氏的所有蜂蜜和蜂胶原料都必须经过三重检验后才能作为合格的原料进入仓库。而每个生产车间有专职品管员对生产过程进行全程监控,同时每年上级监管部门都会对汪氏的产品都进行抽检。

质量——品质——品牌,这是一个产品能够盈利的诞生过程。汪氏深知这一点,并把质量意识深入到整个企业的骨子里。多年来,汪氏一直注重科技的投入,相继与南昌

大学、江西农大、吉林农大、四川大学合作,建立了驻汪氏博士工作站,先后自主开发、与科研院所合作开发了几十个新产品,产品技术含量目前处于国内领先水平,多次荣获国际新产品金奖和省市科技进步成果奖,有8种保健食品获国家卫生部和国家食品药品监督管理局批准证书。公司已通过ISO9001:2000国际质量体系认证、保健食品GMP认证、HACCP(危害分析的临界控制点)认证、QS市场准入认证、有机食品认证等。(文静)

## 3D手机 娱乐体验抢先尝

本报讯 3D图像技术被广泛应用,如动画、电影、网络、工业设计、虚拟现实等,无处不在,而手机采用3D图像技术,是手机行业一直在努力的一个方向。近日LG推出的世界首款3D手机LG KM900e正式在中国发布,它的问世对整个手机行业乃至3D图像技术的发展与进步都具有划时代的意义。

LG KM900e的独特之处在于采用了其最新自主研发的S-Class界面设计。它最酷的地方,就是加

入丰富的图标、3D立体的翻转效果和迅速的触控操作。采用的3D立体式设计,在屏幕上以一个立方体的4个面体现了4个主屏幕。同时,在3D触控菜单支持下,音乐、图片等更多功能触手可及。具有的3英寸WVGA(480\*800)分辨率,提供了最为出众细致的显示效果。

在多媒体娱乐功能方面,LG KM900e同样出众,它支持DivX视频播放和兼容多种音频格式文件,并加入杜比环绕立体声技术,音效

方面更为惊艳。另外,它搭载了500万像素施耐德摄像头,支持笑脸识别、ISO800高感光度设置等拍照功能。并拥有8GB海量内存,最大可支持32GB容量的存储卡扩展。

毋庸置疑,KM900e将全新体验的3D用户界面和至强多媒体功能完美融合在仅11.9mm的机身,为用户带来全新的3D互动新体验,并使用户可以抢先体验LG KM900e虚拟手机的3D视觉感和便捷性。(王燕)

### 产业走笔

3月车市,乍暖还寒,虽然整体市场同比、环比仍在增长,但不同厂家、不同车型之间的销量却出现分化的走势;强者更强,弱者更弱”的态势愈加明显。来自乘联会的最新数据显示,继1月、2月逆势飘红之后,3月份东风日产继续保持高速增长,全车系销量达37441台,同比增长36.5%,其中新天籁表现尤为突出,完成销量8186台,同比增长高达92.1%,不仅稳居中高端轿车销量前三甲之列,而且还创下了天籁品牌进入中国市场以来的单月历史最高销量。

全球性金融危机的持续加深,让国内汽车企业和业内人士对2009年的车市发展持谨慎态度。但是,作为2008年主流乘用车厂商中唯一超额完成销量目标的企业,东风日产却逆势而上,继续制定了进攻性的产销计划,宣布2009年产销销量同比增长10%,达到38.8万辆。一季度收官,东风日产交上了一份漂亮的销量成绩单。由于中高端车市的走势对于宏观经济的起伏具有风向标的意义,新天籁的良好表现更让人们对于中国经济的回暖增添了新的信心。

新天籁引领中高端轿车市场 对于同比增长近100%的喜人态势,东风日产似乎早有预期。在3月底的“东风日产天籁之音·交响魅影”莎拉布莱曼演唱会上,东风日产市场销售总部副部长陈斌斌接受笔者采访时曾表示:“3月份新天籁销量超过8000台已无悬念,但我们的目标并不止于此,4月份估计还会有增长。”

笔者在东风日产专营店采访时了解到,新天籁在终端销售状况非常火

## 新天籁 3月销量刷新记录 月销8186台 同比增长92%

爆,很多专营店不仅没有库存,有的甚至连展车都已经卖出了。东风日产北京一家专营店的销售经理告诉笔者:“店里已经没有库存了,展车也卖了。现在同样的情况也在其它专营店出现了,我现在手上还有一批新天籁订单等着消化,就是没车啊!”据从东风日产内部了解,由于产能受限,月销8186台并不是新天籁真正的市场表现,如果产能满足,新天籁的销量还可以看高一线。

从销售的“量”来看,新天籁已经稳居中高端轿车销量前三甲之列,而从销售的“质”来看,新天籁更值得可圈可点,因为8000多台的销量中,占主要比例的是高端的2.5升天籁·公爵版,这就意味着在中高级车的高端市场上,新天籁早已一马当先,傲视同侪。

产品“技高一筹” “新天籁首战告捷,除了有公爵并肩作战以及正确的定价策略,关键还是产品力的卓越表现,这也是舒适性来源的根本。”据杨嵩介绍,极致舒适性是新天籁最大卖点的形象阐述,表现在技术中则可以简称为“DVC980”。得益于代表全球前驱轿车最高水平的D平台的先进技术,新天籁不仅动力充沛,而且舒适时尚兼备,这无疑打破了传统中高端车舒适适忽略驾乘体验的陈规。6缸VQ发动机、全新的X-TRONIC CVT无级变速器、结合匹配多连杆独立结构,与时下高效节能的消费潮流不谋而合,新天籁带来了舒适、动力、静谧于一体的全新价值体验。

据东风日产专营店销售人员介绍,“新天籁2.5L最大扭矩可达136Kw/6000rpm,最大功率232Nm/4400rpm,低转速高扭矩的特征明显,和同级别其他竞争对手的直列四缸发

动机相比,新天籁的VQ六缸发动机动力方面优势明显,这也是新天籁吸引消费者的卖点之一。”

从外形看,新天籁采用现代动态曲线设计,优雅而富于动感。车身线条饱满流畅,尤其是腰线,自前大灯起,从车门扶手部位划过,最终在尾灯组下部收笔,内敛中不乏动感。车身顶部A柱到C柱的弧度变化,使侧面线条更为生动流畅。前大灯和尾灯的设计也相当有特点。前大灯一改被人诟病的“四角眼”设计,呈棱角分明的三角形,锐利时尚,充满动感。LED尾灯组合从尾厢一直延伸到车身侧面,少了几分呆板,多了几分大气和时尚。

打开车门,新天籁简洁不简陋的内饰映入眼帘。一条曲线从仪表板流向中控台,一路滑过,简洁而柔和。中控台各按钮采用与英菲尼迪类似的设计,错落分明,布局合理。由于整体坡面角度的改善,驾驶员不需低头便可操作。此外,中控台、方向盘以及门内侧把手等处镶嵌的桃木,给人温馨的感觉。舒适的驾乘体验、大气优雅的设计风格、980Mpa超高强度打造的高强度车身结构、全景天窗、BOSS顶级音响……新天籁卓越的品质正在博得了越来越多年轻一代“中坚力量”的青睐。

“从没有见过哪一款车,能将如此多的技术亮点汇集于一身。日产在技术方面的实力,在新天籁上得到了集中体现,受到市场青睐也在情理之中。”业内人士表示,“莎拉唱响”天籁之音”

中高端轿车市场历来是竞争最激烈的细分市场,2009年尤为如此。年初以来,凯美瑞、迈腾相继推出改款车型和增配车型,新君越和马自达睿翼也跃跃欲试,这预示着今年的中高级

### 区域资讯

## 吉林省劳动关系调整 逐步迈入法制化轨道

本报讯(记者 里里春 通讯员 王巍微)近日,记者从吉林省政府新闻发布会上获悉,吉林省企业劳动合同签订率稳步提高,已达到96.2%。

吉林省人力资源和社会保障厅副厅长崔力夫介绍说,为了积极维护劳动关系的和谐稳定发展。省人力资源和社会保障厅于2009年1月下发了《关于切实做好当前劳动关系稳定工作的通知》,要求企业根据当前经济形势及企业的实际情况,指导企业通过采取轮岗培训、实行不定时或综合计算工时制等措施,尽量不减薪、不裁员或少裁员,最大限度地稳定职工队伍,促进企业良性发展,并建立了企业裁员情况动态监测制度。

## 吉林省中医药学会《中医大讲堂》举办

本报讯(记者 里里春 通讯员 孙雪冬)日前,吉林省中医药学会在吉林省人民政府新闻发布厅举行新闻发布会,向国家和省市各大新闻媒体报道“传播中医药,健康你我他——2009年吉林省中医药学会《中医大讲堂》”的有关情况。

## 沙特麦加朝觐线地铁车辆 采购合同正式签订

本报讯(记者 里里春 通讯员 孙雪冬)日前,中国北车长春轨道客车股份有限公司与中国铁道建设(香港)有限公司在香港签订了沙特麦加朝觐线地铁车辆供货合同,项目包括17组共204辆地铁车。该项目是自2008年6月中沙两国政府签署《关于加强基础设施建设领域合作协定》之后的首个政府间合作项目。这是中国首次向沙特出口地铁车辆产品,是长客股份在中东地区开发的又一个新的海外市场,同时也是长客股份A型地铁车继出口泰国、香港之后的又一次出口。

## 野生杜鹃花卉旅游节 5月亮相吉林

本报讯(记者 里里春 通讯员 王巍微)近日,记者从吉林省政府新闻发布会上获悉,2009吉林·龙湾野生杜鹃花卉旅游节暨慰问全省抗震救灾白衣战士龙湾之旅公益活动,将于5月1日至30日,在龙湾国家级自然保护区举办。

## 爱鸟周暨东北虎园 启动仪式将在长春举行

本报讯(记者 里里春 通讯员 王巍微)为了使吉林省公民树立“保护鸟类,人人有责”的意识;2009吉林省·长春市·“爱鸟周”暨东北虎园启动仪式,将于4月26日在长春举行。

据了解,这次“爱鸟周”启动的同时,东北虎园暨吉林省野生动物救护繁育中心项目也正式启用。

## 车搏杀将前所未有的激烈与残酷

3月份,东风日产新天籁携手“月光女神”莎拉·布莱曼,全程赞助莎拉中国巡回演唱会,为中国观众带来了超乎想象、为之惊叹叫绝的天籁之音。莎拉·布莱曼的歌声横跨戏剧、流行音乐与音乐剧三个相对独立、无法融合的空间,她的歌声虚幻、空灵、纯净,营造出虚无缥缈、宛若仙境的听觉效果。莎拉·布莱曼以自己独特的音乐魅力,完美地展现了跨界音乐的魅力。正如莎拉·布莱曼在流行、古典和跨界领域取得的至高成就一样,新天籁凭借顶尖的配置、完美的品质,成为中高端轿车市场树立了新标杆。借助莎拉·布莱曼的天籁之音,作为中高端轿车潮流引领者的新天籁再次向世人诠释了其一脉相承的高品质、典雅气质,并使其着力打造的“悦己·越人”产品理念深入人心。

新天籁成功冠名赞助莎拉全国巡演,将其豪华与品质彰显的淋漓尽致,新天籁在车市低迷环境之下,进行大手笔的创新性营销活动,正逐渐彰显着中高端车市王者风范。业内人士认为,东风日产去年逆势飘红,超额完成目标,并以自己跻身一线军团,这其中新天籁的后期发力做出了很大的贡献。今天,新天籁对艺术盛事的赞助不仅体现出主流车型的品牌内涵,更彰显出东风日产独特的企业文化。

业内专家评论,现在国内汽车界营销同质化的现象比较严重,营销创新成为市场竞争制胜的关键因素。在产品性能各有千秋的中高级车市场,单单凭借产品力已经不足以建立起与用户的好感与信赖,只有采取差异化竞争,通过深入的用户沟通将品牌形象植入人心,才能形成产品的持久的号召力,这也是东风日产一直坚持的品牌营销理念。(李战)