



传祺作为广汽集团继雅阁、凯美瑞之后又一中高端经典座驾,上市以来,备受瞩目。众多车主惊叹于传祺传承欧系的操控技术和堪比雅阁的日系精工,带来绝佳的驾乘感受;同时,围绕其血统的争论也持续不休。日前,广汽乘用车负责人在北京举行的传祺技术讲解会上,明确了传祺欧系血统中高级精英座驾的产品定位。

底盘技术定位纯正欧系跑车血统

传祺技术讲解会上,针对记者“为何定位传祺为欧系血统”的提问,广汽相关负责人给出了明确的答复。

首先,一款车型最重要是底盘技术,底盘决定车的产品性能。传祺的底盘和动力技术来自菲亚特旗下的阿尔法·罗密欧166车型,这是一款具有强烈轿跑风格的意大利行政级轿车,曾与BMW 5系一并被权威机构评为行政级轿车中操控能力、乘坐舒适度都俱佳的车型。在166底盘技术基础上,广汽对其进行了重新开发调教,不但保持了原汁原味的欧洲技

欧系血统or日系血统 传祺与雅阁的不解之缘

术精髓,而且更加满足中国消费者对驾乘舒适性的需求。传祺配备了在同级车型中难寻的高位斜置双Y型独立前悬挂,与带垂向控制臂多连杆独立后悬挂设计,保证了传祺优异的舒适性和抗倾斜能力,这样奢华的配备在20万元以下的车里难能可贵。传祺的操控性有着比肩欧系豪华运动轿车的实力,名副其实的“底盘大师”。安全方面,传祺配有和奔驰、宝马等德系豪车同级别的博世8.1版本ESP,它与ABS、EBD、TCS、HBA安全技术紧密配合,有效提高传祺在紧急情况下的应变能力,为其出色的操控表现提供强大支撑。

日系精工堪比雅阁卓越品质

对于大家比较关注的“传祺与雅阁的渊源”这个问题,记者获悉,传祺要成为广汽集团的中高级标杆车型,不但要操控出色,更要品质出众。

传祺借鉴了雅阁经过多年市场历练形成的成熟的品质管理经验,也从其它世界级的合作伙伴身上汲取了丰富的中高级造车经验,在此基础上,广汽乘用车建立起精益生产流程体系和品质管理体系。600余名工程师对欧、日的先进技术进行全面的消化和创新开发,从最基础的生产工艺把关产品品质,将欧系技术和日系工艺的精华充分融入

传祺。这种集世界优势资源于一身的生产工艺和源自雅阁的品质管理模式组成的双重标准,确保了传祺卓尔不凡的品质。

五星安全融汇欧日精华

今年4月份,传祺在C-NCAP测试中以48.8的超高分荣获了五星安全标准,超越了大多数同级车型的安全水平。就此问题,记者从某权威安全测试机构了解到,传祺在C-NCAP测试中的五星安全表现,得益于传祺采用融合欧两系车型防护特点的解决方案。

欧系车型惯用的高强度车身材质,在传祺上得以大面积应用,在撞击的初级阶段,为乘客提供刚性的保护;借鉴于雅阁车身结构技术的GAC车辆碰撞吸能控制技术,在车体受力变形后,可以把冲击力分散到驾驶舱以外,保证舱内乘客安全。同时,传祺还配备了同级别车里最多的6安全气囊,给乘员以更加全面的保护。正是这种融合欧日的防护体系,保障了传祺在C-NCAP测试中远超大数同级车型。

记者在传祺经销商处获悉,传祺凭借“欧系跑车世家技术血统、堪比雅阁的品质、十几万元的价格”备受消费者青睐。源自阿尔法·罗密欧166的底盘技术,传祺定位为具有欧系血统的中高级精英座驾,实至名归。(李美玉)

伊利倡导“有机慢生活” 网友竞相分享“减速经”

最近,由伊利集团、凤凰生活、新浪网等联合发起的健康新概念“有机慢生活 改变从今天开始”大型公益活动所带来的“慢生活”正成为时下城市男女所追求的一种风尚。伊利集团执行总裁张剑秋称:“当生活理念和饮食习惯结合在一起,就构成了‘有机慢生活’,一种从理念到行为都非常

健康的全新生活方式。”

在“有机慢生活”活动专题官方网站分享留言专区,记者看到了很多来自广大网友对于“有机慢生活”的建议和经验分享。有网友表示,累的时候,总是喜欢倒上一杯牛奶,坐在阳台上的摇椅上,什么也不想,慢慢吸饮,慢慢放松

心情。

据悉,自去年年末,伊利全面开展“以消费者为中心、为消费者而改变”的品牌升级活动以来,不仅注重升级更优质更科学的牛奶产品,更让消费者重新认识牛奶价值,关注生活关注健康。

(于岚)

全国电子商务人才服务平台项目发布会召开

日前,全国电子商务人才服务平台项目发布会在中国电子商务中心召开。本次发布会由商务部中国国际电子商务中心主

办,人社部全国人才流动中心协办,全国新人才网承办。中国国际电子商务中心副主任杨逢义、国富通信息技术发展有限公

司总经理丁强等出席了发布会,正式拉开“全国电子商务人才服务平台项目”的序幕。

(何方)

轩逸“款待”无微不至 海滨自驾乐享“酷”暑

挡的响应速度快而及时,无论是超车还是变线,动力随传随到。不久,笔者便使用了ASCD定速巡航系统,将速度调在了90 km/h,它能够更加省油。以这样的高速行驶,车的方向盘便自动加重了,这使得笔者手感更强,操控更加稳健。一路驰骋,乘风而行,朝着大海和太阳的方向。笔者妻和儿子兴奋的心情溢于言表,说笑不断。开启音响,播放笔者最爱的帕格尼尼小提琴曲,发动机非常安静,让人完全陶醉于动听的音乐中,就像亲临演奏会现场一样。曼妙的音乐伴着笔者和家人悦动的心情,愈发显得动听。

其乐融融 三人乐享“酷”暑假

进入秦皇岛以后,打开天窗,深深呼吸海风吹来的清新空气,有一股咸咸的味道。临近11点,终于到达了美丽的渤海之滨——北戴河,笔者和家人都迫不及待地想奔向大海。凭借三色显距倒车影像监视系统,可轻松掌握车后情况,三下五除二便把车停稳。

不远处的海浪翻滚不停,一层层的波涛在争先恐后地“奔跑”中,激起了美丽的白色浪花。面对此情此景,笔者妻子兴奋地拿出了她心爱的相机。无论到哪儿游玩,笔者和家人都要照一张全家福,以示纪念。作为家庭中的一份子,自然也少不了轩逸的添姿增彩。好心的路人给笔者和家人连拍了好几张。照片中,3个人笑脸满满,甜甜蜜蜜。而笔者的爱车轩逸,钛空金色的流线外型,流畅、饱满又不失锐利,在阳光的照耀下熠熠生辉,在众多静止的车中,显得更具风采与灵动。如“天使之翼”般的放射状尾灯,前进气格栅设计新颖的轮圈和贯穿前后的腰线,造型扁平的后雾灯在保险杠的下沿,与前雾灯相呼应,刚劲有力的前后保险杠,在波澜壮阔的大海映衬下,更显大气、优雅。笔者认为,轩逸属于“大家闺秀”,外表并不追求绚丽夺目,但气质由内而外,绝对是一款有内涵、耐看的车型。这种大气风范,很能降服中产阶级的家庭消费群。此时刚好适合下海,笔者和家人立刻投入大海的怀抱。倾听海浪的歌唱,感受海水的温暖,吃完午饭,继续到海中畅游。第二天早上,笔者和家人直奔神秘的海底梦幻世界——新澳海底世界。参观了海底生物,观看了企鹅表演和海狮表演后,已经是下午了,由于第二天还要投身繁忙的工作,笔者只能驾车返航了。

每次外出游玩,笔者都会给亲戚和朋

友带一些纪念品和当地特产,这次也不例外。可爱的海豚和海狮玩具、美丽的贝壳和珊瑚工艺品,还有各种特色海产品,大包小包堆满了行李厢。幸好轩逸的行李厢足够大,能够全部容纳礼品。返京的路途同样一帆风顺。前麦弗逊后扭力梁式的悬挂系统,前后悬挂都附带稳定杆,而且减震机带预负荷机构和采用脉冲控制,更能适应轮胎的各种不同行驶状态。在快速通过坑洼路段时,在车内并没有感到很颠簸,后排的震动也不是很剧烈,悬挂稳定。驾驶的顺畅带来了心情的愉悦,贝壳形状的座椅令身体接触面积与受力面积达到最优。它分为内外侧两部分,内侧是打孔式真皮,增加了透气性,大大减少了旅途的劳累;外围则明显突出,很有立体感。打开空调,一股清新之风扑面而来,给人一种仍徜徉于海边的错觉。轩逸的正负离子空调系统集成全自动空调、正负离子清新空调和内外自动切换功能于一体,确保室内清新。正负离子功能,能杀灭浮游霉菌和有害物质,确保舒适、健康的乘坐。

此时,笔者望望后视镜,看到妻和儿子在宽大舒适的座椅上睡着了。妻背靠座椅,儿子的头躺在妻的腿上,身子全部放到座椅上,睡得十分香甜。轩逸宽大的后排膝部空间,足可媲美B级车的水平。看两人宛如睡在家里沙发上一样舒适,笔者心里也倍感欣慰。回到家算算这次的花费,笔者感到非常宽心:一路“享受”下来,每百公里的油耗只有6.7L,完全符合妻子“精打细算”的要求,轩逸所搭载的CVT无极变速器要比普通变速器节能15%。

全程下来,轩逸给笔者一种“静如处子、动若脱兔”的驾乘感受,在两天的驾乘中,笔者丝毫没有感觉到疲惫,反而因为舒适顺心的“款待”倍感轻松。轩逸优异的动力驱动、顺畅的操控性能、靓丽的外观设计,极尽“款待”的舒适自由,各方面都做到了“款待家人”的极致标准,使“款待”完美回归家庭,使它“全尺寸旗舰车轿”的美名实至名归。

每个车都有自己的个性,有的车只让人自己开着过瘾,而有的车却适合与家人分享。轩逸为家庭设计、处处“款待”家人的极致优越性能,无疑就是与家人分享、款待家人的中级家轿不二之选。买车前几个朋友的热情推荐,看来不是没有道理的,群众的眼睛是雪亮的。笔者非常庆幸妻子当时果断拍板买下了它。

(张跃)

“海尔式”战略绘制空调行业领跑路径

目前的空调产业正在从生产者市场向消费者市场过度,细分市场群需求成为带动生产链的主要动因。在此背景下,“核心技术决定用户取向”成为了空调企业成败的关键。在海尔空调近日召开的2012年新品发布会上,其新一代除甲醛系列产品——具备远程遥控除甲醛功能的空调正式走向市场。海尔空调负责人表示,“零距离”为消费者定制舒适空气解决方案,将成为海尔空调领先行业的重要战略发展路径。

业内专家评论,海尔最擅长的就是能够提前把握住消费者的需求,并且通过创新将需求概念转化为实际应用,这也是海尔品牌始终保持领先的“海尔式战略”。海尔空调此次物联网除甲醛新品全面上市,给消费者带来了新的消费体验,也同时又一次成为行业技术的领先者。

专注于需求“定制”率先实现核心竞争力的转移

最新调查数据显示,消费者需要的不再是大众化的产品,而是能享受到个性化、独特使用体验的产品解决方案。这就要求企业必须颠覆原有的产品设计研发思路,回归到用户需求这一原点上,敏锐地捕捉消费需求,通过差异化的创新来满足用户需求。只有为用户创造了价值,才能得到用户的认可。

通过中怡康近半年的统计数据不难发现,市面上在售的海尔空调产品越趋趋于满足细分市场群需求,为用户量身“定制”舒适的空气环境,其无氟变频除醛空调销量连续蝉联同类产品畅销型号榜首,并呈不断上扬的上升态势。由此可见,海尔空调基于用户需求之上的产品创新,不仅使其赢得了业内人士的赞誉,同时,也得到了消费者的广为认可。2012冷年启动之际,海尔空调新一代物联网除甲醛产品全面上市。据了解,此产品基于物联网技术与RCD甲醛分解技术的完美融合,由海尔空调全球首创——用户不论什么时候、在哪里,只要通过手机发送指令,就可“远程定制”室内舒适空气。业内人士称,目前海尔在物联网领域已具备了国际领先实力和较为成熟的技术,此次,海尔空调将集物联网

技术和当下最受新婚新居用户青睐的除甲醛技术于一身的空调产品推向市场,不止使更多新婚新居家庭能从中享受到舒适节能技术带来的高品质生活体验,同时也标志着海尔空调已经率先实现了核心竞争力的转移。

独有的战略发展路径 推动行业转变与产业革新

据了解,以前我国空调行业是大規模制造,同一型号产品要面对众多消费者,而现在,在消费趋势转变为选择性消费的情况下,企业运营的关键在于准确、敏锐地洞悉消费需求,并在第一时间满足它,只有这样,企业才能在未来的市场竞争中赢得主导权。相关专家表示,当前大多数空调企业难以推出领先性创新产品的根本原因在于缺乏先进的商业模式与核心技术。在这方面,海尔空调却做得较为成功。

当其他企业还在依靠打价格战吸引用户的时候,海尔就已经转向了对未来生活方式的研究。它走出了其他企业单纯进行技术创新的误区,创造性地将全球领先的180°正弦波直流变频技术、无氟新冷媒、RCD甲醛催化分解技术、模块集成化技术、物联网技术等运用到无氟变频空调上,创造了独特的消费价值,也极大地提升了其市场竞争力。目前海尔空调在全球共有17大生产制造基地,8大综合研发中心,通过这些遍布全球的网络,海尔空调能够第一时间把握消费趋势变化,并按照“研发一代、生产一代、储存一代”的产品开发机制进行产品创新和技术创新。因此,海尔空调总能领先行业其他企业,推出创新性的产品和服务。

分析人士指出,海尔空调不在低层次竞争中靠低价吸引用户,而是利用超前的产品为用户创造价值与利益,这不仅提升了海尔空调自身的竞争力,也加速了空调行业格局的重构。海尔空调正通过产品与服务创新,描绘出一条独特的从“卖产品”到“卖方案”,由“价格竞争”到“价值竞争”的战略发展路径,并沿着这条路推动行业的转变,引领中国空调产业的革新。(梅琳)

上海大众全新帕萨特月销量破万

近日,上海大众汽车有限公司(以下简称上海大众)公布了月度销售数据:7月,上海大众的销量达到了85243辆。因汽车二厂停产改造,月均销量在两万辆以上的LAVIDA朗逸7月仅交车13185辆。这虽然在一定程度上影响了销售成绩,但是上海大众当月销量较去年同期仍有近3000辆的增长,增幅达到了3.4%;其中大众汽车品牌销售了68560辆,斯柯达汽车品牌的销量达到16683辆。至此,上海大众2011年1月至7月共销售612203辆,同比增长15.6%。

大众汽车品牌方面,在目前国内中高级车市普遍低迷的情况下,上市仅3个月的全新帕萨特市场表现颇为抢眼。自今年4月17日上市以来,全新帕萨特经过连续的产能爬坡,7月销量一举过万,达到了10371辆,并携手PASSAT品牌其他成员,2011累计销售了75681辆。作为国内最畅销的SUV车型之一,TIGUAN途观今年以来一直以近万的月销量领跑SUV市场,7月交车10638辆,同比增长29%,1月至7月累计销量达到了69191辆。虽受汽车二厂停产20天进行生产线改造的影响,LAVIDA朗逸当月销量有较大幅度的震荡,但仍完成交车13185辆。A0级精品小车POLO家族也稳步前进,7月销售了12106辆,其中,全新Polo交车8502辆,同比增长53%。桑塔纳家族继续展现其独特

进口PRADO普拉多2.7L半年销售量突破13000辆

近年来,进口SUV市场销售呈“井喷”式增长,进入2011年上半年,进口SUV市场销量较去年同期增长30.9%。在这一市场中,一贯表现稳健的丰田进口PRADO普拉多2.7L,今年1月至6月间共销售13745辆,相对去年同期增长36%,销量增长幅度高于市场平均水平,再创历史新高,延续了这一经典车型的销量传奇。

笔者在走访过程中,某经销商经理说出了普拉多热销的原因:“进口普拉多确实是一款不错的SUV,拥有纯正的LAND CRUISER血统,继承优良道路通过性、操控性、耐久性之外,实现了更高的豪华舒适感,很多用户也都是看重它的口碑和品质。”



魅力,实现月销16060辆的成绩。

斯柯达汽车品牌1月至7月共销售了115599辆,同比增长17.1%。其中,Octavia明锐7月仍然保持近万的销量,同比增长7%。A0级小车Fabia晶锐7月销售了4006辆,同比增长18%。而不久前刚刚推出的晶锐1.4L酷炫版车型在外观和配置上均有进一步的升级,有望进一步增强这款硬派小车的市场吸引力。斯柯达品牌旗舰车型Superb昊锐也延续了今年以来良好的市场发展势头,1月至7月累计销量26637辆,同比增长了23%。

今年,上海大众为了深化“主动营销”模式,在营销服务领域重点推行“卓越一线执行”项目。该项目旨在打造一支从上海大众到经销商一脉相承的、具有上海大众特色的营销队伍,最终实现在一线执行上质的飞跃。随着该项目的深入推广,上海大众的营销服务竞争力将得到进一步加强,用户满意度有望得到进一步提升。(李艺)

在普拉多车友会,记者采访到进口PRADO普拉多2.7L车主陈先生,他对爱车的表现赞不绝口。陈先生坦言:“虽说是一款SUV,但排量2.7L的普拉多的燃油经济性很好,很省油,我买车的时候充分考虑到了它的这一优势,同时普拉多身上有着标准的SUV气质,外观大气、时尚,出门跑业务很有面子,与家人、朋友外出小聚,也让人感到很有情调。进口普拉多特有的豪华SUV配置,更让我的SUV之心得到满足”。在上半车市整体不景气的阴霾下,丰田进口PRADO普拉多2.7L仍有如此销量表现,不禁让人眼前一亮,而目前车市整体已经回暖,相信下半年进口PRADO普拉多2.7L会借着这股“春风”,续写销量神话。(卢帆)



8月盛夏,酷暑难当,带上家人离开城市的喧嚣,投入大海的怀抱,感受清凉的海风,成为每个家庭夏季的期待。笔者采取自驾游的形式,带着家人享受海滨风景,观赏奇幻的海底世界,与海底生物来一次“亲密接触”。不同于往年,笔者家今年多了一位新的家庭成员——轩逸,它为笔者家庭带来了极致舒适的“享受”。

乘风而行 一路舒畅尽驰骋

笔者家住北京市五方桥附近,沿京哈高速去秦皇岛是最方便的选择,因此,笔者决定了出游线路:北京五方桥-北戴河老虎石海上公园-新澳海底世界,第二天返回,全程约300公里,路况比较好。行装打点好,车况检查完,笔者一家就直奔大海的怀抱了。早上7点从五方桥出发,向东朝京哈高速方向行驶。打开车门,奢华的内在装饰让人一上车就有一种愉悦的心情。黑色的仪表盘背景,让辨识度更加清晰;仪表盘上沿设计成“S”形,对仪表盘起到很好的遮光作用,线条优雅,美观实用;中控台线条俊朗流畅,又不失圆滑设计,看上去十分动感。

在配置上,轩逸也是十分人性化的。车载蓝牙免提系统、音响控制键和ASCD定速巡航系统按键分列左右,行车过程可以轻松操作,降低了危险的发生。独特扇贝型座椅、副驾驶席电动调节座椅、三色显距倒车影像监视系统、DVD高保真影音系统、主动式头枕、全自动正负离子空调等配置,豪华而不失品位,全方位照顾笔者家人。启动引擎,随着一声低沉的喘息,发动机便进入了沉寂。如果不低头看转速表,都很难凭声音确定发动机是否已经在运转。轩逸搭载的MR20DE引擎采用了众多航空级的制造和加工工艺,带来了完美舒适的驾驶感受。

驾驶爱车行驶在高速路上,笔者感觉到了无比畅快与自由。轻踩油门,浑厚的“推背感”非常清晰,一会儿就达到了80km/h-100km/h的速度。2.0升MR20DE引擎与新一代XTRONIC CVT无极变速器,两者组成“黄金搭档”,动力衔接非常顺畅,换