10万元左右的四款热门家轿大比拼

眼下的中级车市场，有很多炙手可热的车型，比如广汽传祺1.8L、朗逸、思域及卡罗拉，它们都出身名门，性能出众，性价比极为突出。10万元起的售价，对于家庭用车来说，绝对称得上是明智之选。但是，买车总会有比较，下面我们将这4款热门家轿做个对比，以便为近期就要出手购车的朋友们提供参考。

车型	传祺1.8L自动豪华版	思域舒适版EXiAT	朗逸1.4TSI+DSG品雅版	卡罗拉1.8LGLX-iCVT
参考价格（万元）	14.68	14.98	14.68	14.88
最大功率值（kw）	106	103	96	103
尺寸（mm）	4800×1819×1484	4520×1755×1450	4608×1743×1465	4545×1760×1490
轴距（mm）	2710	2700	2610	2600

尺寸：大，方显从容

车型的尺寸无疑直接影响着驾乘者的舒适性。长轴距、大空间的车型总是给人一种人性层面的关怀，特别是在越来越多的汽车进入家庭以后，车辆的尺寸越来越受到消费者的重视。在空间上，传祺1.8L、朗逸、思域、卡罗拉在相差无几的价格上，却在感官上给人以截然不同的感受。传祺长达2710mm的轴距绝对称得上是“大块头”，这无疑令车内空间更加宽裕，让后排乘客的乘坐更为舒适。而思域轴距也达到了2700mm，已经赶上了大多数B级车的水平，但其内部的空间略显紧促。朗逸在空间上也表现的相当出色，2610mm的轴距保证了舒适性。卡罗拉虽然在参数上略显少些，但实际上，在使用空间上还很充裕，作为家用之车完全可以胜任。

车型	传祺1.8L自动豪华版	思域舒适版EXiAT	朗逸1.4TSI+DSG品雅版	卡罗拉1.8LGLX-iCVT
前悬挂	高位斜置式双叉臂独立悬挂	麦弗逊式独立悬架	麦弗逊式独立悬架	麦弗逊独立悬挂
后悬挂	垂向控制臂多连杆独立悬挂	双横臂式独立悬架	扭力梁式半独立悬架	新型拖曳臂悬挂
最大扭矩（Nm）	167	174	220	173
发动机特有技术	VTML	i-VTEC	—	双VVT-i

操控：传祺当仁不让

在操控实力上，传祺来自阿尔法·罗密欧166的赛车级悬挂技术就一直是其最核心的卖点——该项技术常见于奔驰E级、宝马5系等豪华车型中。传祺在悬挂上采用“高位斜置双Y型独立前悬挂”加“带垂向控制臂多连杆独立后悬挂”，结构复杂的悬架系统带来了优异的贴地性能、精准的转向及平顺的过弯性能。对比另外3款车型的前悬挂，无一例外地选择了这个级别最常见的麦弗逊式独立悬挂，其优点是结构简单、整体性强，易于构造底盘形状，但缺乏操控力和通过性。

动力：各有所长

在动力方面，传祺1.8L搭载VTML发动机，最大功率和最大扭矩分别达106Kw和167Nm。该发动机还采用了VIM可变长度进气歧管技术，使整个发动机在运转的平顺性上和动力表现上都十分的出色。朗逸的涡轮增压技术和DSG双离合技术在两款1.4L车型当中的应用，获得220Nm的峰值扭矩，极大增强了车辆的起步提速性能。而思域开发的TYPE-R更是飙车一族的最爱。卡罗拉的这款1.8升双VVT-i发动机非常安静，油门响应很好，从1500转/分到5000转/分的转速区间里，动力表现都相当活跃。

总结

朗逸、思域与卡罗拉都是时下热门的10万元至15万元级别家轿。而作为中高级车的后起之秀，传祺1.8L自上市后，以10万元起的超低价格及超越同级车的高配置，竞争优势非常明显，近来经销商的大幅优惠以及零利率购车活动，让传祺的销售热度始终不减。（王 凡）

从完美世界看网游西游：造富还是传经？

据文化部统计，2010年共有34家中国网络游戏企业自主研发的82款网络游戏进入海外市场，实现销售收入2.3亿美元。与“十一五”初期仅有8家网络游戏企业自主研发的14款网络游戏走出国门，实现销售收入0.2亿美元相比，增长了10倍以上。中国的民族原创网络游戏也实现了由版权引进到版权输出，进而提升到服务输出的巨大转变，越来越多的承载东方文化内涵的网络游戏，得到了美国、俄罗斯、日本等国玩家的好评，成为中国出版物“走出去”的重要形式之一，提升了中华文化的影响力。

本土改进 资源整合

有业内人士指出，就网游业自身来说，目前虽然海外市场前景看好，但并不赞成只顾短期利益，盲目开拓。如果推陈之际无力出新，产品收益必定走低，最后导致市场营销收入规模增长放缓甚至停滞，后果不堪设想。与其搭便车获取短期的泡沫经济，最终自毁长城，不如静下心来，制作出精良的产品以取得长足的发展。在这个过程中，“造富”还在其次，关键是能否将本土文化与游戏产品完美结合为一体，让“中国文化之经”能够长远深入地传播出去，传好经，才能造好富！

那么，什么样的产品才更利于我们海外传经呢？以完美世界一款成功出口的网游《诛仙》为例来分析。这个以经典中国武侠小说为蓝本进行原创改编的游戏，在制作过程中，便将小说中最为核心的中国武侠形象和文化内涵巧妙地融入其中，与此同时，为适应海外市场，在整体风格形象方面集合了国外玩家更喜欢的魔幻内容。一经推出，便一炮而红，成为完美世界在海外最受喜爱的游戏。随后，完美世界在此基础上相继开发了“诛仙2”、“梦幻诛仙”等系列网游，均取得了不俗的成绩，先后推广到全球60多个国家和地区，已经成为全球第二大3D网游。另外，完美世界其他一些出口到国外的产品，在不同国家也有一些本土化的改造，比如在日本的游戏就会专门设计类似“日本和服”这样的游戏道具。

升级模式 自主经营

当然，有了好产品，还需要有更为有效的方式将“中国文化之经”传播开来。过去，网游企业出海之时，只通过简单的授权出口就能挣到钱，然而现在，出口门槛前所未有地提高，不得不反思自身的出口模式。

那么，什么样的方式才更利于我们海外传经呢？以东南亚网游市场的核心越南为例。发展之初，出口的国产游戏少，代理商多，导致手握产品的企业具有绝对的话语权。而现在的“中国制造”占当地全部网游的80%以上，产品供大于求，哪怕产品再优质，也容易招致代理商、尤其是大代理商的挑剔，哄抬物价。而除了本土豪强环伺外，推广成本的上涨，利润的大幅下降，以及韩系、欧美系游戏参与竞争，境况更为堪忧。因此，如何改变海外推广模式，就成了各大网游企业亟待解决的问题。在这方面，近几年在海外发展始终处于前列的完美世界的一些经验，值得借鉴。从完美世界海外发展经验看，在经历了初期的授权出口之后，很快就制定了海外自主运营的战略，2008年在北美设立全资子公司；2010年初又投资建立欧洲子公司；同年3月收购日本C&C Media（一家日本领先的游戏运营企业）为全资子公司，逐渐形成自有营销渠道，实现产品无障碍出口。2010年，将近1亿美元的海外营收创下行业新纪录，也证明海外自主运营战略的优越性。

通过上述分析不难看出，在网游出海带动文化出口的过程当中，以“文化整合再输出”方式，研发一些具有国际化IP形象、却同时融入强烈中国文化元素的网游精品，更能赢得国外用户的认可；而采取“整合全球资源”方式，通过海外自主运营，才更便于中国文化在海外开花、生根发芽。只有这样，中国网游产业在文化西游的过程中，才能更好地传播“中国文化之经”，进而提升中国在世界的影响力，中国网游产业才能更长久地赢得海外市场。（杨 莉）

酷色搭配新风潮 雅力士成色彩改装新宠儿

作为个性十足的精品小车雅力士，以其时尚动感的外表和独特的气质，成为国内色彩改装届的新宠儿，色彩改装潜力表露无遗，无论是车身、轮毂还是内饰都成为了时尚人群的创意“发散地”。

车主小凯的白色雅力士吸引了记者的眼球。“换脸”之后的雅力士赛车风十足，车身的色彩搭配借鉴了日本的街头跑车风格，装配的日本原装雅力士包围套件，与白色的车身形成明显“撞色”。两侧的车门使用了蓝色的个性化喷绘，白与蓝的呼应显得雅力士极具动感；进气隔栅部分改为磨砂黑的中网，视觉冲击比之前更强。

不仅是外观，内饰的色彩搭配也正在形成风潮，拥有一个舒适且个性化的私密空间，对于忙碌的年轻人而言尤其重要。打开车门一看，雅力士美式VIP式的内饰设计与低调的外观形成了鲜明的对比。整体银色和黑色的色彩搭配，让雅力士的中控储物槽极尽奢华，银色镶钻再搭配镂空立体的储物格改装，在阳光下更显时尚，极具质感。（晓 晨）

上海大众6款车型入选节能汽车推广目录

近日，工信部公布了第7批节能汽车推广目录，共有12家车企的49款车型入选。其中，上海大众汽车有限公司（以下简称：上海大众）旗下6款车型榜上有名。凡是购买这些车型的用户，将享受3000元的节能补贴。值得注意的是，B级双雄全新一代帕萨特和Superb昊锐是目录中为数不多的中高级车型。

“节能产品惠民工程”汽车目录自去年6月30日推出以来，共有6批次400多款车型入选。此次公布的第7批目录，将入围产品的平均油耗门槛由原来的6.9升大幅提升为6.3升，这使原来的近9成车型无缘继续入围。上海大众旗下全新一代帕萨特、LAVIDA朗逸、Supber昊锐和Octovia明锐四大车系6款车型榜上有名。

据了解，为了积极响应国家“节能减排”的号召，上海大众自2007年开始实施了“动力总成战略”，并为旗下两大品牌10多款车型配置了全球领先的TSI+DSG黄金动力组合。此次入围的车型中，有5款搭载了该组合，将油耗和排放降低了20%以上，满足了社会的环保要求。这两款代表了德国大众先进技术与上海大众造车工艺尖端水平的B级中高端车，为消费者提供了舒适、节能、环保的驾乘体验，成为了中高级轿车市场的焦点。

在向社会提供一流产品的同时，上海大众承诺以科学技术为依托，全面实行清洁生产，并成为了国内首家取得ISO14000环境管理体系认证的企业。同时，上海大众将环保理念确定为企业的基本方针之一，并在生产和合作中总结出了适合自己的、行之有效的“绿色行为准则”。通过这套准则的实施，上海大众有效地实现了与环境的和谐发展。除了注重自身环境管理能力的建设，上海大众还联动上下游，推动汽车零部件企业和经销商的环境保护工作，构建了和谐的汽车产业。（程 宇）

鲲鹏移民助力申请人走进加拿大

加拿大最新研究结果显示，移民不久人士以及少数族裔，较主流社会的加拿大人，对支持移民的热衷程度为低。

智囊组织公共政策研究所于近日发表的报告显示，保守党支持者均对移民较有保留。然而，整体来说，加拿大对移民的支持度仍属偏高。

鲲鹏移民拥有业内一流的专家团队，是移民行内从业年限最高的团队之一。鲲鹏移民聘请业内顶尖和一流的加拿大投资移民大律师，携手业内赫赫有名、享有极高声誉和极好口碑的移民律师行合作，双方强强联手，都具有极高的专业水平，历经多次加拿大移民政策的调整变化，对于复杂情况和各种案例具有极其丰富的处理经验。鲲鹏移民对于每次移民政策的变更都能准确把握，及时应对，详细分析，充分挖掘申请人的优势，为申请人节省成本，赢得时间和机会，实现客户利益的最大化。

（李 伟）

台湾太平洋建设集团 邀您体验时尚绿生活

从家庭到城市，从有机食品到绿色精品，高科技“植物工厂”全面启动您的乐活人生。

高科技“植物工厂”首度结合居家空间将于11月6日至9日在北京“台湾名品博览会”中隆重登场，势必成为这次展出的一大亮点。台湾太平洋建设集团以绿色生态结合高科技独创“健康与时尚”的健康产业模式，将于11月6日至9日在北京“台湾名品博览会”上首度公开。以环保结合科技与健康题材为出发点，领先业界在建案中引进LED科技“植物工厂”，现场除了传达“New LOHAS”新乐活城市概念、与环境共生的高科技云端智慧综合城“Maxity”之外，家具型植栽设备、植物生长墙、还有以全环控模式栽植出的台湾特有养生圣品“金线莲”等，都将是这次展出的重点之一。

太平洋建设提出“新乐活三阶段”，从家庭、小区到城市的全面启动

细数近代的天灾异变及人为污染让原本便因人口膨胀而形成的粮食短缺问题更为严重。除了粮食短缺问题，环境过度开发造成的耕地与粮食污染也是社会发展中必须面对的问题，无论是耕地或灌溉用水都随着时代的演进潜移默化的影响人们的健康。

第一阶段“居家乐活”，太平洋建设集团打造实体版开心农场，在家就可以安心种菜吃菜。植物工厂提供了健康、安心与稳定的粮食供给。其方式最主要是将高经济作物栽种在与外部隔离的洁净空间，在可控制的环境里以养液培育，以高科技LED光源取代传统日照，使栽种作物全年无休、计划性生产的高科技农业新型态。植物工厂也具备了“三低二无一高”的健康蔬食概念，“三低二无一高”即为：低硝酸盐、低生菌数、低耗损、无农药、无重金属污染及高营养价值。因此，太平洋建设集团领先建筑业界在太平洋建设关系企业与建案中引进LED高科技“植物工厂”。更进一步把植物工厂家具化，随户赠送酒柜型、冰箱型等家具式植物工厂，结合太平洋建设的服务平台提供智慧、生活、健康、等知识概念，朝康健产业发展，不只卖硬件，更提供应用软件内容。

第二阶段“小区乐活”，除了家庭外，太平洋建设更进一步提升到小区店铺的经营，并以“新乐活”为概念，在健康、永续的生活风格中，增添更多时尚元素，开设New LOHAS (Life of Health and Style)概念馆“太平洋生活馆”，将植物工厂、植物生长墙结合空间艺术，呈现纯净自然的简约风格，并以台湾最具特色的原创商品为主，共分为生活、健康、绿色三大类，让消费者拥有时尚、多元、环保、健康的购物体验。

第三阶段“城市乐活”，太平洋建设集团不但将绿色乐活概念一路由家庭推向小区，更将整个城市的乐活视为终极目标，进一步的结合智能与绿能系统，以创新概念整合台湾文创业、零售业、商务服务业与绿色经济业，以建构世界田园城市的开发新模式，让台湾优质高端服务产业一次到位，以百亿投资引领国际化城市竞争力。高端服务产业的聚集亦将产生极大的聚集与引导效应，并以商招商、以台引台，形成一个高科技绿色经济生活圈与绿能低碳的城市及生活环境，更进一步成就低碳共生家园与节能永续的愿景。

台湾绿色产业大集结

太平洋建设汇聚成河 打造绿能低碳城市

从家庭、小区、展售直至都市层面，以植物工厂作为绿色引擎，发动全方位的服务及硬件，打造崭新New LOHAS型态，让人人成为最轻松的乐活都市自耕农。太平洋建设并整合台湾文化创意业、零售商业、商务服务业与绿色经济产业，将生活行为价值化，以高投资规模提供高端服务，运用高科技打造绿能低碳的城市与生活环境，并进一步成就低碳共生家园与节能永续的愿景。（洪 飞）

雅培获亚洲企业公民责任大奖

近日，在菲律宾首都马尼拉举行的第十届企业责任亚洲峰会上，全球领先的医疗保健公司雅培及其慈善基金“雅培基金”以其推进先进科学教育事业荣膺亚洲CSR大奖。

雅培科学教育项目遍及中国、韩国和新加坡。其关键在于号召了500多名雅培的科学家、工程师和其他员工志愿者，向青少年传授科学的奥秘。在与当地政府、教育机构的合作以及“雅培基金”的支持下，雅培的员工们通过一系列的互动活动，例如家庭教育科学项目，为家长和孩子提供了有趣和亲身体验式的学习机会。雅培的志愿者用杯子、气球和纸等日常用品，让孩子们充分了解到科学是日常生活的一部分。迄今为止，已有超过1.6万名孩子与家长参与了雅培在亚洲和全球范围内的家庭科学教育和其他科普项目。

“我们希望通过雅培科学教育项目，增强人们对科学和创新的意识，激发下一代科学家们的灵感，以寻求治愈全球范围内重大疾病的方法。”雅培全球企业公民部副总裁凯瑟琳·毕可斯女士说道。（张 欢）

瑞风、和悦见证中国腾飞

近日，第20届金鸡百花电影节在安徽合肥落下帷幕。从1981年金鸡奖初创，到今天发展为与长春国际电影节、上海国际电影节、珠海电影节并称“中国四大电影节”；从早期只有国内作品参加到今天吸引了包括来自20余个国家的国际、国内佳作云集，金鸡百花奖见证了中国电影发展的黄金岁月，也见证了随着中国经济发展，中国国力提升，中国文化由封闭到包容，由局限于一隅之地到具有广大国际影响的整个历程。

瑞风和畅开启高端MPV新跨越

江淮瑞风可以称得上是江淮汽车引进国际先进技术、消化吸收，然后再创新这一发展战略的完美结晶。2002年江淮瑞风上市不久，就迅速得到了业界的高度认可，连续多年获得“年度最佳MPV”、“年度最佳公务车(MPV类)”、“MPV风云大奖”等多个奖项，市场销量节节攀升，成为当之无愧的“MPV王者”。

江淮和悦：承载江淮“国民车”战略的希望

和悦是江淮汽车引进国际先进技术，整合全球资源，将近50年生产制造汽车过程中所积累的宝贵经验和在此基础上形成的江淮汽车独有的汽车文化、汽车理念倾入其中，苦心积累、厚积薄发，精心打造的杰作。

和悦外观由世界知名的意大利宾尼法瑞纳公司设计，在充分发挥西方成熟设计理念的基础上，更是在博大精深的中国传统文化中汲取了丰富的营养，将祥云、汉唐建筑、京剧脸谱、太极等中国元素融入其中。整车比例完美、线条流畅、时尚大气、动感十足，不仅符合中国用户的审美观念，同时兼具国际流行色彩。就连阅车无数的意大利汽车设计大师也盛赞其为“宾法10年最美车型”。

海外市场：以实力书传奇

实际上，像瑞风、和悦这样品质优良，性能优越，市场欢迎，“叫好又叫座”的产品在江淮旗下还有很多。在“整合全球资源，面向两个市场（国内市场、海外市场）”整体发展战略的指导下，江淮汽车在稳固、开拓国内市场的同时，先后开发了智力、秘鲁、阿尔及利亚等30多个市场，实现了令人惊叹的销售佳绩，同时为其开发海外市场积累了宝贵的经验。（张 露）

中钞国鼎龙年贺岁金上市

近日，在北京菜百商场的门口，许多脚步匆匆的行人不自觉地放慢了脚步，虽然附近的居民早已习惯了商场里每日热闹的景象，但一大早顶着冷风排队等待的场景，还是让人颇为好奇。

这次引发人们强烈购买欲望的就是贵金属收藏领域的旗舰品牌中钞国鼎公司的龙年贺岁新品——“龙年生肖百财金条”、“金龙赐福”龙年贺岁金银砖以及“龙年生肖金银条”3款集中上市。经过多年的市场培育，中钞国鼎这个品牌已为越来越多的普通百姓所熟知，成为一种高品质、有良好投资回报的保证，所以每次新品上市都会引发人们排队抢购的热潮。

如今的黄金投资已逐渐从只重材质，重量转向注重工艺甚至是寓意。人们将产品买回后不再是往箱底一放，静待增值，而是更愿意在闲暇时取出来把玩、欣赏一番。既享受新科技带来的视觉享受，又能品味其中浓浓的中国文化内涵，愉悦的感受远胜于单

纯的金条。而中钞国鼎公司正是认识到收藏者这种心理的变化，始终以技术创新为发展方向，在许多黄金产品同质化的今天，利用自身的研发优势，始终走在制作工艺的最前沿，并不断将传统文化渗透其中。纵观这些年中钞公司的产品，排列起来就是一部现代制作工艺的发展史，一部传统文化的传承史。今年黄金、白银的价格一路上行，成为上半年最为耀眼的投资品种，让众多的投资者看得眼红心热。而近期由于国际市场各种错综复杂因素的影响，价格均出现不同程度的回落。也许重新合理分配资金，布局金银的好时机已悄然来临。（鲁 科）