



消费资讯

哈弗销量率先突破60万辆 直逼中国SUV巅峰

而且后10万辆的销量仅仅用了9个月,无论是销售数据,还是增长速度,都堪称中国SUV的领导者。

哈弗SUV之所以能成为第一个突破60万辆销量的品牌,首先源于哈弗作为中国SUV市场的开创者,有深厚的品牌基础,堪称是最了解中国消费者需求的品牌,能够深刻洞察中国SUV市场;其次是哈弗SUV的产品品质,从各方面满足消费者需求,在与来势汹汹的合资品牌的竞争中,凭借在消费需求洞察之上建立的产品力和品质力,始终保持着领先地位。正如哈弗SUV的第60万辆车主,身为北京一家上市公司高管的高先生所说:“最终选择哈弗H6,总体最看重的正是哈弗SUV的品质口碑。”

多年来,哈弗SUV也正是在严苛的品质保障体系下一路前行。从精益化的制造理念到欧盟标准的整车实验,长城汽车以科学严谨的检验方式,对整车品质实现有效的把控,实现了哈弗SUV品质的“双重保险”。所以,无论是挑战达喀尔,还是率先通过号称全球

最严格的产品认证体系——“欧盟整车型式认证”,都成为其品质可靠的最好证明。

全国乘用车联席会秘书长饶达表示:“当前SUV市场正在迎来自身发展的黄金时代,有望成为中国汽车第二大细分市场。与此同时,国内SUV市场已从单纯价格层面的竞争,变为着眼于顾客价值的全面提升,哈弗SUV各产品在产品品质和服务等各方面,满足了消费者更多的需求,从而赢得了市场的广泛认可。而后,SUV市场的火爆增长,也将为哈弗SUV带来难得的品牌发展机遇。”

目前,哈弗SUV系列已经形成全覆盖的产品格局,主力车型哈弗H3、H5在中级SUV发力,以全球领先的专业技术应对各种不同复杂路况,野外能力堪比豪华品牌的越野车;上市不久的哈弗H6进军城市SUV市场,在舒适性、通过性、操控性、燃油经济性等各个方面达到了趋于完美的平衡,哈弗SUV凭借着高品质的产品维持销量的快速成长,持续坚挺,成为整个SUV市场的增长引擎。(李伟)

爱普生荣获广东省清洁生产企业荣誉称号

在此次评选中,广东省省委根据国家和省清洁生产审核及验收的有关规定,并成立了联合清洁生产专家小组进行现场验收,最终经省经济和信息化委员会、科技厅、环境保护厅三部门联席会议审定通过。作为环境领先型企业的爱普生,在历次的审核过程中,制定了详细的方案,并且时刻关注方案实施的成效,建立和完善了一套清洁生产制度。

此次清洁生产审核爱普生以能耗高、废物产生量大的打印机印头生产部为重点,在原辅材料替代、设备效率提升、生产工艺改进等方

面进行了一系列改进。为将节能减排工作更加深入、系统地开展下去,爱普生对各个生产环节的能耗、物耗和污染物排放进行全面调查,将污染防治更好地融入到生产过程之中,另外爱普生还聘请深圳市环境工程科学技术中心经验丰富的工程师来公司进行清洁生产审核培训及现场指导。根据这些宝贵建议,爱普生进一步挖掘公司潜力,使生产过程中的节能、降耗、减污、增效等卓有成效,使企业的环境管理工作迈上了一个新的台阶。(小玉)

术创新奖(玄真一号)和放大器创新研发奖(玄武一号)。此次获奖是继玄道音响被美国消费电子协会(CEA)授予设计与工程创新大奖——高级音响奖之后,麦博电器公司获得的又一殊荣。(常乐)

联通沃3G品牌形象广告变更背后的智慧

“近日,中国联通最新的‘沃·3G’品牌形象广告片在央视及各地方卫视的黄金时段高调亮相。这部广告片与之前的‘精彩在沃’广告片相比,突出强调用户体验,这暗示出中国联通在沃·3G品牌形象宣传策略上的转变。”业内人士分析。

日前,中国联通沃3G的最新广告宣传片在央视以及地方卫视的黄金时段强势播出。这部由著名导演关锦鹏执导的以“跟上想法的速度”为主题的广告宣传片获得了良好的反响。

新的广告宣传片延续了关锦鹏导演一贯细腻的情感、唯美的画面,兼以丰富想象的执导风格。短片通过5组常见的生活场景,巧妙的引导消费者可以通过中国联通沃·3G的极速网络去探寻、去分享、去交流、去沟通、去验证。最新的广告短片不但通过唯美的画面,软性植入了联通沃3G的优势业务,并提出了联通“沃·3G”新的宣传口号——“极速互联随我行”,进一步诠释出“沃·3G”为人们带来的极速互联体验。与此前中国联通沃3G的品牌广告相比较,最新的广告短片站在用户的角度出发,更加强调用户体验。

据悉,新的宣传语“极速互联”是指联通“沃·3G”业务的差异化优势是高速移动互联的前提,而“随我行”则意在表达中国联通移动互联网手机终端丰富的多功能应用满足用户的各种需求。“极速互联随我行”则意在暗示用户使用中国联通沃3G业务,在极速网络的前提下,能够尽享丰富的移动互联

华泰圣达菲巨降 中级SUV价格重新洗牌

岁末年终,寒流涌动,SUV市场却突爆热点。华泰圣达菲全系降价,最高降幅20%起,最低售价7.97万元起。作为10年SUV的专家和引领者,华泰汽车这一降价举措或将改变SUV市场全新洗牌格局。华泰圣达菲的大幅降价,也宣告着中级SUV价格将面临重新洗牌格局。这是华泰汽车专注SUV10年



功能体验。

联通内部人士表示,自2009年3G牌照发放以来,经过两年多用心经营和不断的产品技术创新,联通实现了在3G领域的巨大跨越。凭借中国联通WCDMA的优质网络支撑,不断细分市场人群,在终端、网络、应用等方面,为用户量身定制多种类型的终端机和话费套餐,意在满足学生、白领、商务人士不同的使用需求。这种细分市场人群的策略,为中国联通在激烈的市场竞争中形成了差异化的竞争优势。

据最新运营数据显示:2011年11月,中国联通单月新增3G用户首度突破300万户,达到338.4万户,累计3G用户达到3653.4万户。专家分析,中国联通3G用户爆发式增长的背后与中国联通3G业务的不断优化升级为用户带来的良好的3G体验密不可分。

业内人士分析,眼下,三大运营商在3G市场的竞争日益激烈,中国联通全新广告宣传片的推出,一方面显示出中国联通持续经营、优化“沃·3G”业务的决心,另一方面,也向消费者传达了联通对用户体验的高度重视,有利于树立其良好的品牌形象。(杜威)

来首次大手笔降价,也是韩系经典中级SUV即将普及化的一个转折点。

经典SUV圣达菲的大幅降价,为SUV市场带来的将不仅仅是价格的冲击,而是又一个时代的更迭。随着华泰圣达菲以国际品质杀人7万元阵营,这将搅动中国中级SUV和A级轿车市场格局。(高文)



据乘联会销售数据统计显示:去年1月至11月SUV累计销售146万辆,同比增长21.6%,位列各品类第一,全年累计销量首次超过150万辆。其中哈弗SUV是绝对领军品牌,其1月至11月销量达到14.1万辆,占SUV市场的销售份额近10%,而且在11月份,哈弗SUV累计销量率先突破60万辆。

日前,在哈弗SUV第60万辆车主交车仪式上,长城汽车董事长魏建军表示,“做专做精”是长城一贯的经营理念,长城汽车坚持以“过剩的研发投入”为基础,打造精品车型。哈弗SUV定位为中国SUV领导者,未来目标是:销量进入全球SUV前三,并成为全球市场上中国车的代表品牌。事实也证明哈弗SUV的影响力正逐渐壮大,从去年3月的50万辆到现在的60万辆,哈弗SUV都是率先突破,



“环境领先型”企业爱普生一直恪守环境承诺,在广东省省委公示的第十一批清洁生产认定名单中,爱普生技术(深圳)有限公司荣膺广东省“清洁生产”企业称号,再次受到社会各界的广泛关注和肯定。

上海国际音响展再获大奖:玄道音响当仁不让

近日,第三届上海国际音响大展暨格兰披治颁奖盛会在沪举行,参展厂商大牌云集,包括德国MBL、丹麦丹拿、美国EMM LABS、

马克列文森、麦景图以及麦博旗下高端品牌玄道等。麦博电器有限公司旗下高端音响品牌玄道,在颁奖盛会上被授予中国扬声器技

主流家庭用车导购——诠释爱家、爱生活理念



如行车。

在此基础上,轩逸还不断迎合中国用户的新价值需求,适时推出升级车型。2011年7月就推出了搭载3G多媒体导航系统的领航版车型。该款车型配备了3G多媒体导航系统,该系统由国际顶尖电脑软硬件厂商联手打造,技术领先,功能全面。据介绍,3G多媒体导航系统采用英特尔Atom(凌动)Z510PT处理器,主频高达1.1G,搭载英特尔GMA500显卡,7英寸高清数字液晶屏,分辨率达800×480,无论卫星导航、影音娱乐、3G上网,都能带来细腻、顺畅的视觉体验。

同时,3G多媒体导航系统还具备独特的“3D+3G”双导航模式,即3G获取实时交通信息和高清卫星实景地图,同时又可以3D全景影像的方式展现,带来全新的3D导航体验和实用的即时路况信息,导航更加无往不利。

此外,系统可通过外接3G上网卡实现高速联网,让互联网的精彩影音和资讯随心随行,同时还能将海量影音存放在系统内置的320G硬盘内,为驾乘者带来极致娱乐享受。另外,系统集成的高保真镜头后视系统,配合智能轨迹倒车系统,全方位视野让驾驶进退自如,倒车更加安全。除此之外,系统还具备日程管理、天气预报、移动办公等多项功能,引领家轿步入智能行车时代。

正是外观、空间、动力和节能等各个方面的优势,让轩逸成为全尺寸旗舰家轿的标杆,拥有款待家人的强大实力,也拥有温暖家人的超凡魅力。选择了轩逸,无异于就是选择了家。

东风本田CR-V:平平淡淡才是真

自上市以来,东风本田CR-V虽无人眼球的华彩表现,却凭借着很高的性价比赢得了消费者的喝彩,在平淡之中诠释幸福的真谛。

CR-V在外观设计上采用了融合坚固性和运动性的风格。由于配备了后挂式备胎,后门运用了上掀式设计,提高了使用的便利性。而且,副驾驶席一侧的反光镜下部嵌入了棱镜后视镜,取代了原有的装配在挡泥板上的侧后视镜,使车身设计更加简洁,观察范围得到扩展。

在内饰上,CR-V非常注重细节。车内的整体浅色内饰营造了轻松的驾驶氛围,前风挡玻璃下的黑色材料有效降低了浅内饰对阳光的反射。仪表盘的设计简洁直观,所有行车信息都周全实用。仪表盘上蓝色背景光的LED显示屏十分醒目,给人一种冷静的感觉。车辆的后排还特别配备了儿童座椅安全带,这对家有儿女的家庭来说,十分实用。

CR-V的后排空间非常宽裕,头部和腿部都有较大余地。CR-V的行李厢容积有623L,翻折后座能给行李厢增加50%的空间。后排座椅可以轻松折叠打开,还可按比例拆折,组合成不同大小、灵活实用的储物空间,便于休闲旅游。

在操控性上,CR-V的表现算是得心应手。从起步到加速的整个过程中有比较明显的推背感,发动机与自动变速器配合顺畅,使得车子对驾驶者意图的反馈非常迅速。在中高速的驾驶中,它虽然没有大排量SUV那种夸张的加速力,但在高速超车中表现也算不凡。不过可能由于车重和风阻的原因,时速超过120km/h以后就略显疲软。

上海大众新途安:为爱升级

上海大众新途安打破了以往MPV就是商务车的惯性思维,首次将MPV车型引入家用市场,并且赢得了追求感官享受与注重实力内涵这两种不同类型消费群体的共同青睐,引领了家用MPV市场的发展趋势。

新途安的面貌朴实,高大方正,看上去

让人非常踏实,给人一种家的感觉。车身线条圆润优雅,银色的行李架和镶嵌在车外反光镜上的转向灯,是唯一能起到装饰作用的部件。一对熏黑前大灯向上微翘,设计十分流行,在前脸点缀出几分运动感。走进车内,新途安的内饰与外观做到了浑然一体。中规中矩的风格中又透着时尚。上黑下米的配色依然增添了一份居家的温馨,各个细节都体现着大众家族的影子。

作为一款兼容并蓄的创新佳品,新途安不但能为感官派提供纯粹的舒心享受,其领先同级的空间及动力操控,更能满足实力派消费者对车辆使用性能的实际追求。

新途安提供了5座和7座两种形式,其中5座车型是标准车型。它的后排座椅设计非常实用,3个座椅都是可单独拆卸的,可以根据每一次旅途的需要进行调节,分配座位数量和储物空间。

动力方面,新途安配备了大众集团领先的1.4TSI高效发动机,搭载了DSG双离合七速变速箱,有效解决了充沛动力与节省油耗之间的矛盾。流量随动调节燃油系统、E-Gas电子节气门、液压调节进气门正时机机构等高科技部件,也进一步为新途安的经济表现添砖加瓦。

结语:今天为大家推荐了几款不同级别的主流家用车,有全尺寸旗舰家轿轩逸,有实用型城市SUV车型CR-V,有能满足大家庭需求的MPV新途安。相信,爱家爱生活的你一定能选到适合自己的那一款。

(王欢)



时至新年,在浓郁的节日气氛中,人们对家的思念日益升温。为了家,再难买的机票、再难挤的火车、再泥泞的道路,也都是浮云。为了摆脱浮云,小编将为你推荐几匹神马,希望它们能够助你在归家途中一路顺风,在归家之后尽享合家之乐。

东风日产轩逸:让款待无微不至

作为全尺寸旗舰家轿,东风日产轩逸将家庭用车消费者十分关注的外观、空间、动力和油耗等4方面进行完美平衡,提出被同级车型竞相对标的四极标准,是一款名副其实为家而生的旗舰家轿。

轩逸的外观可谓大气之极——清新自然的轮廓、硬朗的前进气格栅、贯穿前后的流畅腰线、圆润丰满的尾部,每一个细节都不是简单的堆砌,而是一气呵成的完美衔接。

从里到外,由表及里,轩逸都能为车主提供宽适之极的家庭式温暖。它拥有超越同级别的超长轴距和超大空间,即使五六个人乘坐其中,无论坐在前座还是后座,四肢都能自由舒展。

独特扇贝造型座椅,贴合人体身形,宽大厚实,塑造出高级沙发般的乘坐舒适感。富有创意的面部造型和优雅曲线构造出扇贝型轮廓,自成一体的独特平滑感和柔和感,舒适而富有厚度感的后部靠背,使轩逸赢得了无数消费者的心。

大天窗让灿烂的阳光随时照进车内,舒适、温暖的气息随即而来。中控台照明灯能为晚归的路途营造温馨的气氛;高品质音响奏出的悠扬乐章,如亲临演奏会现场,余音绕梁;正负离子空调系统采用正负离子清新空调和内外自动切换功能,能杀灭浮游霉菌