



## 马石油欣腾SN全新升级 成就F1冠军之选



日前,以“SN,全欣升级 冠军之选”为主题的2012马石油欣腾SN升级新闻发布会在深圳盛大举行。位列世界五百强的石油集团马石油面向中国市场,隆重推出SN级别的欣腾系列产品,同时发布品牌新主张——“为赛道而生,F1冠军之选”。

马石油贸易(中国)有限公司总经理李启邦热情致辞,“马石油润滑油国际(PLI)是由具有百年历史的FL SELENIA和马石油润滑油部门组成,百年征程成就卓越品牌。”他表示,作为梅赛德斯-AMG-马石油F1车队科技合作伙伴,马石油以领驭世界的润滑技术,帮助车手在竞争激烈的比赛中领跑赛道。“本次推出的SN级别欣腾系列产品便是孕育于马石油与F1车队的合作过程中,融入最尖端的F1润滑技术,能够时刻保护引擎处于巅峰状态,并且提供全方位的卓越润滑保护。”

马石油贸易(中国)有限公司技术部高级经理和昆仑为我们介绍新品的技术优势。“SN级别欣腾系列产品,满足并超越API SN和ILSAC GF-5行业标准的严苛要求,采用全合成基础油和新一代的环保添加剂,产品性能全面提升,能更有效地控制油泥和积碳生成,有效防止油品氧化,长时间保持油品粘度的稳定,具有更强的油膜保护性能和清洁性能,大大提升燃油经济性,帮助引擎发挥最大的效能,令车主享受更加愉悦顺畅的驾驶体验。”

当欣腾家族成员“欣腾5000”、“欣腾3000”SN级别新产品纷纷登场亮相时,会场响起雷鸣般的掌声。随后一辆造型别致的冰雕赛车出场,马石油贸易(中国)有限公司总经理李启邦先生、市场部总监邓焯共同对赛车注入欣腾SN级润滑油,寓意着欣腾SN的强劲动力,将助力赛车发挥最佳性能。

依托F1赛车先进科技,马石油站在润滑技术前沿,紧握市场脉搏,强势推出SN级别欣腾系列产品,为中国用户提供更环保、优质、高效的润滑选择,这对润滑油行业转型升级有着积极的促进作用,也必将助力欣腾SN级产品在未来高端润滑油市场引领风骚。(刘玉珏)

## 置换率领先 全新CR-V回馈老车主



继北京、上海相继推出汽车限购政策之后,今年7月1日,广州也推出购车限牌政策,对于汽车消费的限制变得更加严格,而通过二手车置换购得新车将成为众多消费者的重要选择之一。作为SUV市场上的翘楚,全新CR-V的置换率高达10.7%,远远高于行业平均水平。

有业内专家分析称,今年SUV市场的火爆是多重因素影响的结果,其中,车主换购和增购是主要推动力。近几年,随着中国第一批汽车消费者进入换购、增购期,一群懂车、消费能力强的“资深”消费者进入

市场,档次更高、功能更多样的城市SUV车型成为他们的首选目标,全新CR-V的热销无疑就是其中一个典型的例子。

为了回馈CR-V车主长期以来的支持和信任,在7月1日至9月30日之间,东风Honda开展“刷新喜悦‘友’礼相荐”活动。活动期间,东风Honda老车主增购、换购任意车型,将获赠1年3万公里延保服务;所有Honda品牌老车主,置换思铂睿将获赠2000元油卡,置换思域、CR-V、ELYSION艾力绅将获赠1000元油卡;东风Honda车主推荐好友购车成功,将获赠价值500元油卡。(子琦)

## LG “惠”享生活 LG绿色家电创领节能风潮



近期,家电行业被曝出滥用家电能效标识的灰色产业链,这一事件不但引起了消费者对家电能效标准的关注,也让人们对家电的节能功效有了新的认识。面对节能家电补贴以及阶梯电价等政策变化,商家的动作各不相同,而一批值得信赖的品牌仍坚持以民为先,为消费者提供放心的家电产品。LG电子作为全球家电领先品牌,就一直以领航者的姿态为推动绿色产业发展做出努力。从品牌的环保理念到绿色节能产品,LG凭借其国际视野和创新能力,在行业内竖起了坚实的绿色标杆。

## 践行环保 LG家电创领节能风潮

在和日常生活息息相关的家电行业,产品的节能功效更是影响到消费者品质生活的关键之一。作为全球家电领先品牌——LG早在10年前,就制定了“拥有绿色,拥有美好生活(Life's Good When It's Green)”的绿色经济计划,并积极投身其中。不仅从终端产品上贯彻环保理念,在产品的生产、物流、销售等商业环节也在一点一滴地落实环保行动。

据了解,LG电子在集团内部特别成立了生态设计委员会,以帮助企业的绿色管理体系建设。每半年举行一次全体委员会会议,以推进对环境问题更多的积极响应。在该委员

会的统一管理下,LG拥有了一套成熟的环境管理系统,不仅在公司内部对产品生产、员工绿色教育进行把关,而且对公司外部的供应链、物流等进行严格的绿色管理,从而保证公司在绿色环保方面的领先性。

## 节能至上 核心技术把握先机

LG一直致力于成为环保的制造业领袖,绿色经济计划是实现这一愿景的重要策略之一。无论从产品终端,还是生产销售管理,LG电子都在践行环保的理念。无论是核心动力还是功能设计,LG家电的节能功效都堪称卓越。

在终端产品上,LG电子秉承环保第一的理念,推出了一系列节能冰箱和洗衣机等明星产品。在耗电大户冰箱产品上,LG多门冰箱开发了一种在业界居于尖端的变频专利技术线性变频压缩机。相较于传统变频压缩机,线性变频压缩机在省电节能、降低噪音、控温制冷和使用寿命等方面都要更胜一筹。

而对于洗衣机而言,电机就是它的“心脏”。传统的电机与内桶旋转中心不一致,它是通过皮带带动进行工作,由此产生十分大的震动。

LG洗衣机采用VDE(属于德国电气工程师协会的测试/认证机构)唯一认证的DD变频直驱电机,DD变频直驱电机直接作用于内桶的中心,电机、飞轮盘、皮带三个部件在工作时同心旋转,因为没有皮带带动电机和飞轮盘的工作,这样便有效减少了部件间的摩擦噪音,以及滚筒与其他部件的碰撞力度,从而大大降低了洗衣机运作过程中发生的震动。DD变频直驱技术实现了电机直接驱动内桶,彻底替代了传统洗衣机用皮带与皮带轮带动洗涤装置的传动方式,这种传动方式,实现了电机动力的直接输出,最大限度减少了电机运转过程中无谓的能量损耗,使电机效能最大化。

得益于强有力的核心技术,LG家电相较于其他品牌的家电更加稳定,效率更高。而在功能设计方面,LG家电一如既往地秉承了人性化的设计,在功能的贴心程度不断增强的基础之上,其节能功效也在不断提高。

## 贴心功能 LG冰洗产品各具特色

LG“门中门魔力空间”冰箱通过在冰箱大门上附着的一个小门,双倍扩大了冷藏室门吧的储物空间,容积是普通吧台

相当于在冰箱门上隐藏了一个迷你冰箱。这种设计不仅能够避免食物之间的味道互相影响,方便常用物品的存取,更重要的是减少开启冰箱大门的次数,减少冷气外溢,避免压缩机的频繁启动,省电又节能。

绿色与健康始终相伴,LG带有“门中门魔力空间”功能的冰箱还设有“99.99%除菌过滤器”,为消费者们的身体健康保驾护航。经检测,冰箱是单位面积细菌量最多的家用电器。而具有“99.99%除菌过滤器”功能的LG冰箱,经中国家电研究院认证,通过4层过滤网在60分钟内对大肠杆菌、金黄色葡萄球菌的除菌率高达99.99%,强效净化了冰箱内部的空气。而LG洗衣机的高温蒸汽功能也在除菌防霉等方面都做出了重要的突破,95度高温除菌功能可有效去除大肠埃希氏菌及金黄色葡萄球菌,提升全家衣物的“安全级别”。

而LG“6种智能手洗”洗衣机也让消费者可以同时享受手洗的干净和机洗的快捷,该款产品可以模拟“洁净敲、强净搓、穿透挤、浸透揉、舒缓摇、蓬松解”6种手洗动作,衣物像妈妈手洗的一样干净。并且,该款产品可根据衣服的材质,对洗涤时间、动作和力度进行科学调整,并从6种动作中智能组合出最适合衣物的洗涤模式,既保证了洁净度,又很好地保护了衣物,让消费者轻松享受洁净空间。

“在全球范围,绿色环保的健康生活理念已经得到了广泛的认同。企业只有在创造商业价值的同时践行企业社会责任,才能持续地在竞争激烈的市场中保持优势。”LG电子大中华区家电/移动通信执行总裁宋教瑛表示。“在可持续性、环境责任和以客户为中心的理念指引下,LG将着眼未来,从产品终端,到生产销售管理,在绿色环保方面践行企业社会责任。”(莫欣)



## 豪车价格下沉 中高级车市何去何从?



10年前,女:“对不起,我不会喜欢你的,你不要再坚持了。你这就好比拿二十几万元就想开一台宝马回家,但事实上,根本没有任何一家汽车行愿意卖给你,有意思伐?”男生听后默默走开。10年后,在一个豪华车厂商办公室里,我听到一名销售领导给我讲述了这个故事。

这是网上的一个段子,当然只是个玩笑。但十年间豪华车价格的巨大变化,却是事实。以往,豪车只是富人身份和地位的象征,是平民眼里难以企及的奢侈品。但自2011年开始,车市爆发的豪车降价潮,却让普通消费者用5年前只能买中高级车的预算将一台豪车开回家。

毋庸置疑,豪车价格下降意图“飞入寻常百姓家”的举动,一石激起千层浪——有调查显示,不少消费者原本的购车计划受到冲击,部分“冲动型”消费者甚至表示已放弃原本看好的中高级车,转投“豪门”。

对此,有人不禁拍案:豪车降价狂潮来袭,紧随其后的中高级车受到最直接的挑战,中高级车将再无立足之地。

事实是否真的如此?笔者并不这么认为。豪车降价,固然会冲击中高级车市场份额;但与豪车相比,中高级车也自有其不可

替代的优势。

首先,豪车的品牌魅力确实难挡,但入门级豪车近乎“裸奔”的配置,以及购车后随之而来的高昂保养费用等,让许多理性而成熟的消费群体在“豪门”诱惑面前,冷静却步。

其次,部分主流中高级车产品力、配置不仅可媲美豪车,还凭借灵活的产品升级,不断满足消费者对丰富配置等产品力的需求。

以近年表现节节攀升的东风日产天籁为例,就产品力而言,其集欧系车的操控与日系车的人性舒适于一身,实力可谓出众。

操控方面,天籁的“VQ+CVT”铂金动力组合,以最顶尖的技术,深切贴合当下消费者对操控的需求。而舒适方面,天籁是市场与消费者公认的“舒适之王”。三维超静音工程、三重减震系统、BOSE顶级音响、超大型全景天窗等成就的极致舒适,早已达到甚至超过豪华车的舒适水平。

与此同时,凭借对市场和消费者需求的深刻洞察,东风日产不断提升天籁的产品实力,为消费者带来更好的产品。例如,为满足消费者对安全的需求,天籁推出“云安全系列”,以创新的“信息安全”迎合消费者的内在诉求;在CARWINGS服务中心的系统支持下,为车主实现了“遇险自动救助、非法

入侵警报、车辆定位追踪”三大功能。

新天籁“云安全系列”,通过对安全、舒适配置的升级,以及对服务的创新,不仅将继续引领中高级车市场的发展趋势,也完美演绎了中高级车的“舒适价值进化论”。



当前,中高级车的消费标准不断升级,安全已成为人们购车时的重要考虑因素。在此背景下,新天籁“云安全系列”创新的“信息安全”无疑迎合了消费者的内在需求:在传统的主、被动安全基础上,凭借CARWINGS服务中心的系统支持,实现了“遇险自动救助、非法入侵警报、车辆定位追踪”三大功能。

东风日产副总经理任勇表示:“‘云安全’不仅是一个安全理念,更是业内最领先的安全平台。新天籁‘云安全系列’的‘信息安全’,结合优异的主、被动安全,将让更多消费者享受到全时全方位的安心保障。”

在“信息安全”上,“云安全系列”凭借CARWINGS服务中心的后台支持,为消费者提供“全程监护”的增值服务:当车辆出现异常时,服务中心将主动提示新天籁车主,随时随地确保行车安全;当车辆遭遇拖吊、入侵等异常情况时,服务中心会即时向车主发出预警通知;而针对可能发生的各类意外,服务中心会向车主提供SOS紧急救援、气囊触发自动求助等相对应的救援服务。

除“信息安全”外,“云安全系列”的主、被动安全配置,也全面领先同级车型。在主动安全上,High-μ超高摩擦力刹车装置的使用,保证了新天籁的稳定性,为驾驶员与

乘客带来全程无忧的安全保障。在被动安全上,新天籁不仅突破性采用了UHSS高强度钢,更在同级车中率先采用980Mpa超强钢,大幅提升了车体的抗冲击力。

基于对新天籁“云安全系列”安防技术实力的信心,东风日产此次还推出了业内首创的“CARWINGS 盗抢无忧”服务:凡新购带CARWINGS功能的新天籁,在CARWINGS服务有效期内,无需另外付费,就可获得CARWINGS一年免费服务以及与整车同等价值的盗抢无忧的服务承诺。这意味着东风日产将对“云安全系列”承担盗抢风险,为消费者提供了一份切实可行的财产安全承诺。

再次,中高级车的品牌形象不断提升,这从一定程度上满足了对品牌十分看重的消费者的需求,如上文提到的天籁。随着东风日产近年来企业、产品、渠道的协同作战,其品牌价值正在不断提升,获得了市场和消费者的广泛认可。

面对豪车降价攻势,中高级车市必定受到影响。但中高级车市场上如天籁这样的实力派车型,正凭借实打实的产品力、越发豪华的配置以及不断提升的品牌价值,正面抵挡豪车降价的冲击,在竞争激烈的车市牢牢地扎下了根。天籁的表现,值得大多数中高级车型借鉴。(姜劲松)