



## B级车的精打细算 标致508车主大谈选车智慧



在忙忙碌碌的城市中生活,汽车已逐渐成为我们生活中的重要成员,对于选车购车而言,如何精打细算购买到一款彰显品质却又不超预算的车,这不仅是在考验汽车本身,也是考验车主选车的智慧。

A级车固然经济实惠,但殊不知B级车在享受豪华舒适的同时,也可以找到物超所值之选。东风标致508上市一周年以来,造型独特、科技舒适性、安全性的口碑深入人心,智享版在推出后同样受到市场的热烈反应,508的智享科技、豪华舒适,在同级别车系中吸引着一批有品位、追求享受的消费者。话说回来,何为B级车的精打细算,就让我们听听508车主们的选车智慧。

### 坐享舒适之选 品位科技质感

车主:孙先生

职业:高级职业经理人

购买车型:508 2.3L智享版

在选择508智享版之前,孙先生还将蒙迪欧致胜、大众帕萨特列入了他的购车名单中,他中意的是蒙迪欧的动力以及大众一直以来的品牌认知度。无意中听朋友谈起法国血统的标致508口碑一向不错,有质感且够独特,且又新推出了拉菲红的智享版,不禁让孙先生对508有了关注。进店经过仔细对比后,最终因致胜内饰粗糙、使人感觉落后,帕萨特相对保守老气的原因,选择了东风标致508。他说:“我就是被508的前脸所吸引,简约、大气、优

### 延续轻薄主旋律 华硕X301/X501A内蕴i3智慧核心

在笔记本电脑界,每一款轻薄机种都梦寐以求拥有魔鬼身材,而妖娆的动人曲线,轻若无物的便携感受,也都成为了它们的显著特征。机身轻薄便携的华硕X301/X501A机型,

雅,在街上跑起来也不俗气,有回头率。”

孙先生认为,508科技配置是提升整车档次的另一个重要因素。“我在网上做了很详细的配置对比工作,像Info-drive、氙气大灯、座椅电加热、四区自动空调这样人性化的配置,在同级车里是没有的,对比了高档车型,我看到奔驰E级和宝马5系是有部分这些配置的,当时让我备感喜悦,觉得这车买值了。而且508的内饰做工很精致,我想法国人是比较追求生活享受的,所以在制造中很注重这些细节与品质。于是我也就毅然决然地决定放弃原有计划,选择508智享版。”

因在职场中从事职业经理人的角色,孙先生十分注重生活的质量,座驾不仅仅是代步的工具,也是与客户见面时候能够第一眼让客户留下的印象。选择什么样的座驾代表了什么样子的品味与喜好。对于决策者来说,一个事物的好坏不仅仅是某一点的闪光,而是多方面的集合,从而才能衬托出事物的优秀。无论是优雅大气的外观,还是精益求精的内饰,亦或是科技配置所带来的舒适,508智享版一一将这些实现了。孙先生说:“对于座驾进行选择就好像一笔生意,认准了、决定了、并选择对了,自然就是赢家了。选择508是我做的一个非常正确的决定。”

### 以欣赏的眼光看外形,以享受的姿态去驾驭

车主:李女士

职业:外企高级大客户总监

购买车型:508 2.3L旗舰版

李女士在职场中的角色非常像《穿prada的女王》中的“女魔头”,也是现在社会中广泛称呼的“白骨精”——白领、骨干、精英。在工作上雷厉风行,说话简明扼要。但是在生活中却是一副优雅、高贵的成熟女人形象。身材娇小的李女士对时尚的理解颇有一番自己的见解。她说:“时

尚是什么?其实时尚就是简约,你看多少世界一线品牌从不去涉足那些花花绿绿的东西,一黑一白足以将时尚诠释出来。”选车方面,李女士也是一种我选我所爱的态度。“都说508是成功男士的座驾,我偏偏不这么认为,我觉得它也非常适合我。508优雅中蕴含力量的整体造型风格呈现出独一无二的平衡之美,而宽敞的内部空间和良好的操控性能也是我选择它的原因。”

李女士提起爱车,更是一副很爱很自信的姿态,欧系车在造车工艺上还有很高技术含量,标致车在安全性上值得肯定。一次下大雨,李女士开车回家,这可增加了驾驶的难度。在雨天湿滑的道路上,508跑得很稳定,感觉如往常一样,让人特别放心。在驾驶乐趣方面李女士提到:“508的方向盘转向非常出色,低速时特别轻,只需要轻轻地拨动就可以转变方向。而在跑高速、车速快时或者过弯激烈时,转向又会一定程度地变沉,这种细节的变化让驾驶者感觉非常贴心,并具有安全感。”508旗舰版已经陪伴李女士上下班7个月了,大小毛病都没有出现过,李女士感到非常放心。

最后李女士提到:“有一个小细节和大家分享,也是我关注和选择508的一个小理由。508倡导的知行合一让我觉得很有态度,是我所追求的生活方式,让我对508这款车有了更多的思考和感动。”

**总结:**东风标致508得以赢得大量行业精英领袖的青睐,不是偶然。东风标致508智享版凭借超越同级的安全、科技、舒适感受赢得了良好的市场口碑以及广泛的消费者认可。“知行合一”是508一直以来的核心理念,也是选择508用户的一种精神与特征。他们也将“知行合一”作为自己的一份责任,伴随着508一路行走。

(张伟)

还采用了高效Intel酷睿i3处理器,足以满足用户的各种苛刻用本需求。现在这款华硕X301/X501A正在卖场热销中,想要就赶快抓紧抢购吧!

(杜维)

### 陶二矿强化管理降耗增效

不仅有着薄约2.6cm至2.65cm与重1.7kg至2kg(含6芯电池)的完美身型。其在融合了超大面积整合片触控板、全新背装式键盘、奥特蓝星扬声器和Sonic Master Lite音效后,该机

班制度和专业、区队领导跟班制度,强化对生产现场的动态检查,严查安全隐患和违章行为,把各类隐患消灭在萌芽状态,坚决杜绝人身伤害事故发生,确保矿井安全目标的实现。

优化人力资源配置,清理人员39人,撤减了因矿井技术升级后不再需要的岗位,合并工作量不饱满的岗位,做到人力资源合理配置。

(李永强)

## 南征北战 奥克斯热霸首年告捷



一入侯门深似海,这是热霸空调最近的烦恼。本以为只是“玩票”性质地到冰天雪地的南北极一游,哪知却在一年后遭到强制扣留,它的归家路也因此变得遥遥无期。此事要从去年说起。2011年9月,奥克斯热霸2代空调全新上市,这款开辟了制热新大陆、被看作是奥克斯产品力集大成之作的空调被业内寄予厚望,并在上市之初便成为中国南北极科考队指定用品,应邀前往南北极服役。

### 勤奋肯干——多于30%的活

“这是我度过的最温暖的一个冬天。”极地工作人员如此记录道,而这无疑是对热霸2代最大的褒奖。在服役的一年岁月中,它至少将室内的温度提升了6度。

这源于热霸在制冷系统优势设计、电机四通阀等零部件优化设计、风道系统优化设计、喷气增焐优化技术、双缸变容优化技术等方面的系统创新。另一方面,热霸空调采用了美国谷轮热泵压缩机,制热动力大幅提升,同时又搭载了高制热量闪蒸器,比传统压缩机增加了蒸汽喷射口,增加压缩机输气量,制热性能自然成倍提升。

## 上舜照明掘金海外工程照明市场

2012年香港国际秋季灯饰展将于10月27日至30日在香港会议展览中心举办,国际领先的照明企业上舜照明也将携自主研发的高光效球泡系列、高演色性球泡系列、全色温T8灯管系列、天花灯、平板灯等产品系列及“全套工程解决方案”亮相展会。

作为本届“2012香港秋季灯饰展”知名展商之一,上舜照明(中国)有限公司(展位号1A-C40)凭借自主研发的技术优势、低成本控制及高效、可靠、节能的LED照明产品,积极拓展商业照明领域,并以自主创新突破LED商业照明的市场空间。在本届香港秋季灯饰展上,上舜照明也将以完整的商业照明产品线,为全球客户提供具国际化品质、极富

### 踏实稳定——向故障说NO

在热霸入驻极地前,南北极科考队员们最担心的并不是它在制热量上是否表现平平,而是它会不会经常闹闹小情绪,来个罢工。这一点,也正是热霸最可圈可点之处。反馈显示,迄今为止,热霸已经实现了无故障运行350天,从未出现过任何差池。

舒乐华告诉记者:“为了检测空调的稳定性和耐久性,我们设立了500多个耐久工位,一个工位一台新品,24小时不间断运转。一个月仅电费就要花费近30万元。很多机器已经连续运转了6000个小时,这样的机器,放在用户家运转10年是没有问题的。”

### 省吃俭用——少耗30%的能

就在南极服役的一年中,热霸竟然悄然得到了一个新的封号——环保卫士。作为保护这世界上最后一块净土的行动,热霸用其减少30%能耗的方式践行着世界公民的责任。

“提升产品节能性能,必须建立在高技术、高材质品质、高生产标准的基础之上。就实力而言,在国内众多的空调厂家之中,奥克斯是惟一的一家除了压缩机、包装原材料以外,其余零部件全部依靠自制的空调生产厂家,自制率高达90%以上,形成了自有的完整产业链,这让我们无需担心因为品质上的问题,造成产品节能效果打折。”舒乐华告诉记者。(康乐)

### 竞争力的“全套工程解决方案”。

此次参展,在继续坚持“高贵不贵”的产品策略基础上,上舜照明进一步升级,以超低价推出“100元4只”40W替代球泡。据上舜照明有关负责人介绍,该产品策略的推出,有效控制产品成本,实行产品全面市场化,真正地让利给渠道商和经销商。

作为照明行业的领军企业,上舜照明是集LED照明研发、生产和推广的创新型企业,已获得著名的金沙江创投和橡树国际风险投资基金支持,产品线覆盖商业照明、办公照明和家居照明,商业及工程照明产品年产能达到1000万只。(一曼)

# 东风日产:第36台新车的交车仪式



日前,一场不寻常的交车仪式在东风日产佛山利泰专营店内举行。仪式简单而庄重,当车主从销售代表手里接过新车钥匙时,专营店总经理江焕军宣布:“这是本周利泰专营店的第36台交车!”

现场响起一阵欢呼声,所有人都激动地鼓起掌来。

36,这个“一周交车数”在9月以前或许只能称得上是一般水准,但在经历了9月的一场风波后,利泰专营店的销量能够再度回归这一水平,令这个数字变得意味深长。

“这说明消费者已经走出阴影,不断恢复对我们产品的购买信心。”江焕军长出了一口气:“黎明前的黑暗已经过去,天亮了。”

不只是佛山,珠海、杭州、武汉……全国各地的日系品牌专营店,都陆续传出人气恢复的消息。

这似乎正在告诉我们,市场依然相信日

系车的未来。

### “东风日产为我们解决了后顾之忧”

对东风日产济南银大友专营店总经理赵振江来说,刚刚过去的9月如同噩梦一般难忘:外界环境瞬息万变,消费者不敢来买车、订单不断流失、本店的销售情况和库存压力……这一切都让他寝食难安,紧张得喘

不过气来。

赵振江说:“涉日事件发生后,一天下来根本没几个客户看车,你无法想象我的压力。想到销量下滑、库存增大带来的影响,我就无法入睡。”

确实,如果销量下滑、库存加大,专营店的日子会相当难过:库存占有基金加大、资

金周转不灵、库存管理成本提升等,其中任何一条发生,都足以拖垮整家专营店。

“幸好我们‘背靠大树’,有东风日产给我们撑腰。”赵振江表示,早在9月14日,东风日产已经给专营店下发对策并作出危机预警。9月19日,东风日产针对事态发展,在第一时间给经销商减负、减压,安稳军心。

对此,东风日产市场部负责人也向记者核实:本着“始终将客户与合作伙伴的利益放在第一位”的理念,东风日产在涉日事件爆发后对经销商采取“零负担”的补贴原则,为事件中受损专营店给予重建和维修支持,同时在商务政策上也作出变动,尽可能让所有经销商无后顾之忧,轻装上阵。

如今,在东风日产总部及区域的共同努力下,各专营店的来店量及订单量均恢复到正常水平。“一支强大队伍的勇气,往往不是体现在冲锋陷阵之中,而是在焦灼时候依然冷静和沉着,继而有条不紊、快速高效地推进所有事情。有东风日产这样坚定的后盾,我们可以一心一意投入到销售和服务中了。”赵振江对记者说的这番话,道出了东风日产所有经销商的心声。

### “我想买的,是适合我的车”

相比各专营店的“压力山大”,日系品牌的意向购车者却泰然自若。10月20日,在东风日产杭州森宝专营店内,李先生向记者说出了他的心声。

“肯定是先考虑这款车适不适合自己”,当被问及买车时首先考虑什么因素时,李先生如此说道。

早在9月初,李先生便定下了目标车型——东风日产新轩逸,但涉日事件带来的风波使其不得不耽搁购车计划。他表示:“那

段时间我非常纠结,因为我买车的主要用途就是上下班,车要油耗低、空间大、适合家用。可不得不承认,看到一些社会上发生的事情后,我心里多多少少有些担忧。”

李先生坦言,他一度有意转投其他品牌。但接下来东风日产的一系列举动令李先生备感安心:针对9月事件中蒙受车辆损失的车主,东风日产以“零损失”为原则进行费用补贴。同时,东风日产还以“零担忧”为原则,推出新老客户“安全保障承诺”,承诺在特定意外事件背景下,由第三方恶意造成的车辆损毁以及人身伤害,东风日产将承担车辆全额损失以及相应的人身伤害补偿。

至此,已经坚定了决心的李先生带着全家人前往专营店购车。

“我想买的,就是一辆适合自己的车,就这么简单。而且,东风日产的保障很给力,令人放心。只要企业能够为消费者的利益着想,我们就应该支持。”说完,李先生便跟销售人员敲定最后的购车事宜去了。

### “市场相信日系车的未来”

事实上,以上场景并不仅限于东风日产一家。丰田、本田等日系车企,同样做出一系列的举动来恢复人气、提振信心。

一位资深汽车营销专家指出:“日系汽车品牌自进入中国市场以来,以品质、服务、性价比等优势获得了市场的广泛认可。可以说,日系车多年积淀下来的良好口碑已经在很多消费者心中牢牢扎根。凭借这样的品牌韧性,日系汽车品牌的迅速恢复一点也不让人意外。”

“我们要对日系品牌有信心,要相信它们能够更好地服务消费者,也要相信它们的未来。”该专家如是说道。(东新)

