



劲炫当配角？说说“北西”里的那些车



要说近期哪部爱情电影最火？无疑是汤唯主演的《北京遇上西雅图》(以下简称“北西”)，影片上映6天票房便破亿元，成为近期最“吸金”的电影。剧中汤唯一改“女神”形象，扮演一个挺着大肚子的刁蛮拜金女，火眼金睛的小编发现她的座驾就是当前已经被国产的热门中级SUV——新劲炫ASX，而成熟大叔吴秀波的座驾则是丰田塞纳，又称“大霸王”。这两款车在电影走红后也火了一把，吸引了不少消费者的关注，接下来小编就对这两款热门车型进行介绍。

新劲炫ASX：女主角汤唯的贴心座驾

眼下，SUV大受年轻消费者的青睐。在电

影“北西”中，穿着打扮都紧跟潮流的汤唯也不甘人后，其座驾正是已经被国产的新劲炫ASX，一款人气颇高的中级SUV。在西雅图的大街上，女主角汤唯驾驶着这款白色的SUV，和吴秀波的女儿在车上相谈甚欢，令人印象深刻。

来自“SUV世家”的新劲炫ASX前脸采用经典的鲨鱼嘴，个性时尚，和女主角汤唯的气质十分吻合。长达2670mm的轴距带来了充裕的内部空间，不论外出购物或家庭旅行都绰绰有余。内饰方面则是典型的三菱风格，整齐的中控面板、炮筒型的仪表盘和全景天窗都焕发着活力。最值得一提的是全景天窗，试想，外出踏青，抬头就能见到蓝天白云或浩瀚星空，生活也多了些诗意。

西雅图市建于丘陵上，所以市内地形起伏，陡坡较多，有的地方十分陡峭。看到这里，不难理解为何女主角汤唯会选择一款SUV来作为代步工具。新劲炫ASX传承了三菱越野技术的深厚积淀，在城市SUV中拥有绝对领先的优势。新劲炫ASX离地间隙高达195mm，同时带有四驱锁止差速器(中央差速锁)和TCL牵引力控制系统也赋予其更强的通过能力，起伏、坑洼

的道路对新劲炫ASX而言完全没有难度。

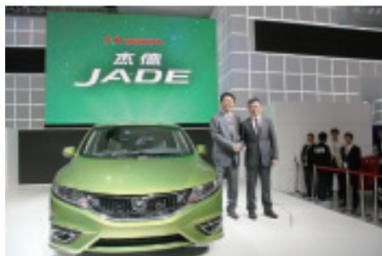
丰田塞纳：大叔吴秀波的“大霸王”

在电影中，吴秀波扮演一位中年大叔，是汤唯在西雅图雇佣的一名司机，他的座驾正是丰田的这款“大霸王”。很多人把高端MPV的光环扣在埃尔法身上，忽略了丰田还有另一款MPV更符合家用且拥有一样的高品质，它就是男主角吴秀波的座驾——丰田塞纳。塞纳是美规版的普瑞维亚，只有进口车型在国内销售，因此也就不难理解消费者会对其感到陌生。

作为豪华MPV，塞纳的不少配置都可圈可点。其采用8座椅设计，搭载两款不同的发动机，基础型搭载2.7升四缸发动机可输出187马力的动力，而3.5升的V6发动机可输出266马力的动力。

在电影“北西”中客串了一回的新劲炫ASX和塞纳都有着不俗的实力。新劲炫ASX不论外形、通过性还是安全性能都属于同级车型上乘水平，在当前趋于平庸的城市SUV中独树一帜，国产后超高的性价比也非常亲民。而吴秀波大叔的“大霸王”虽然低调却有丰富的内涵，作为一款豪华的家用MPV也一样值得关注。(刘和)

人生需要“+S” JADE为您开启多彩人生



不少业内人士认为，在三大日系品牌中，Honda无疑是最具个性的品牌，这就决定了它在产品策略上更加激进。而继承了

Honda精神的东风Honda则将这种个性发挥到极致，在刚刚闭幕的上海车展带来了一款全新车型——JADE(杰德)，定位为Sedan Avant-Garde(新概念轿车)，它瞄准了时下追求新鲜事物的具有80后意识形态的群体。

如今，中国汽车消费的主力群体逐渐向80后转移。80后的价值观、消费理念与上一代人截然不同，更注重个人体验和自我表达。他们对汽车的需求，在追求自我品味的同时，又看重家庭朋友的需求，希望能拥有一辆满足多元化需求的车型。

80后在逐渐成为社会中坚力量的同时，既

是承受巨大压力的一代，也被誉为最懂得享受的一代。他们享受高科技产品带来的便利，也热爱缓慢放松的生活情调。好的产品是塑造生活品质的先驱，JADE(杰德)承袭了Honda的驾驶乐趣DNA，充沛的动力和灵活的操控使驾驶成为一种时尚享受。JADE(杰德)富有时尚感的Stylish，具有动人心魄的Sexy风情，等待你去发现Surprise，将带来与众不同的Special感受……相信每个人心中的“+S”人生有多重寓意。作为一款针对中国市场打造的全球首发车型，集合Honda全球资源的JADE(杰德)能满足80后消费者的潮流需求，真正为他们带来如“+S”般的多彩人生！(张怡)

为降低铁道部门负债率献一点点力量

随着科技的发展，我国电气化铁路系统不断地发展进步，科技的先进给我们带来了便捷的生活方式，这是我们中国兴旺发达的标志之一。

然而，在近一段时间里铁道系统出现了资金紧张的局面，60.62%的负债率、超过2.4万亿元的总负债额，民众忧心巨额债务会成为铁路体制改革的包袱。时任铁道部部长盛光祖在与时任河南省省长郭庚茂会谈时表示，将通过

项目股权置换，实现城际铁路由地方控股，铁路部门提供专业技术和管理服务的模式，转化为鼓励和支持地方政府和社会投资城际铁路、专用铁路和铁路支线。在投资放缓的条件下，铁道部财务状况逐步有所好转，其节节攀升的负债率也出现逐渐稳定的趋势。

作为一名中国公民，我在此提出一个小小的想法，即：“开发启用售票后短信提醒系统”及时提醒旅客发车、到站时间。”这必将服

务大众所需，该业务收取少量的费用，也是在大众所能够接受的范围内，并且，是否开通短信提醒是在旅客自愿的情况下启用。从中为铁道部增加一定的收益，这虽然不能迅速地降低铁道部的负债率，但仍可作为缓解的一点点力量。我坚信随着科学技术的快速发展，我国铁路系统发展必将迈向更高的一个台阶，人民的生活一定会更加美好、更加现代化、科技化。(陈健)

城区农信社信贷投放方向探讨

为“三农”服务是农村信用社(以下简称农信社)的宗旨，也是农信社发展的基础。但对地处城区的农信社来说，这种定位未免片面。城区农信社因所辖行政村较少，甚至没有行政村，致使其服务“三农”的理念无法贯彻。

小企业融资难是一个世界性难题，城区中为数众多的小企业是城区农信社信贷投放方向的现实选择。

一、背景简介

小企业是融资活动的“弱势阶层”，其数量可观、活力充沛且总体效益良好，因此缓解小企业贷款难不仅对于促进经济健康发展和扩大就业有重大影响，对于城区农信社的健康发展同样意义非凡。但在实际运作中，向小企业发放贷款却是相当困难。

二、成因分析

首先，信贷风险控制难。小企业基础资料不完整，信息不透明，缺乏有效抵押物，致使农信社难以用“常规”方法评估其还款能力和信贷风险；其次，有效服务难。小企业经营灵活、资金周转快，要求简便的贷款手续来配套，农信社目前的操作流程难以满足这种需求。

三、主要对策

1.指导思想。以服务小企业为宗旨，努力发挥地缘、人缘、信息等方面的优势，与小企业建立密切的共存共荣关系。

2.信贷管理。结合小企业贷款“额小、面广、期短”的特点，将其管理能力、盈利能力及现金流等作为信贷决策指标，制定与此相配套的简便快捷的信贷管理方式和业务操作规程。

3.利率管理。加强小企业信息采集和信用评估工作，推行差别化利率。

4.人员配备。打造数量多、素质高、自律强的客户经理队伍，深入小企业搜集信息，以便针对不同行业、不同规模的小企业实施不同的信贷策略。

5.发展创新。一要创新信贷授权制度，将小企业项目评估业务和小额贷款等业务授权到各分支机构；二要为小企业开辟信贷服务“绿色通道”，切实加快贷款审批进度；三要建立小企业融资培养机制，为暂时无法满足融资条件的小企业进行辅导期管理，促使其满足贷款条件；四要创新业务品种，设计符合小企业贷款需求的金融产品。(浙江衢州柯城农信社 宋洪斌)

高安全低油耗 逸致让你雨天行车不揪心



春夏之交气候多变，雨水频发，积水、湿滑以及拥堵的道路大大增加了行车的危险系数。对于广大车主而言，除了应该注意安全驾驶，保持良好的开车习惯外，拥有一辆足够安全的车，也是必要的。

相信很多车主都有这样的经验，在雨天行车过弯时，由于路面湿滑，经常会出现前轮转向不足或者后轮侧滑、甩尾等情况。其实，如果你的车辆装载了VSC和

TRC，这样的情况完全可以避免。然而由于成本较高，目前搭载该系统的车型并不多。不过，按照中高级车标准打造的逸致，不但全系标配了VSC和TRC，还同时标配了HAC(上坡启动辅助控制系统)，足以让车主在雨天行车时能轻松应付侧滑、甩尾和坡道后滑等危险情况。

除了安全无虞，逸致的低油耗表现也能让车主在雨天遭遇堵车时不揪心。比如其搭载的“双VVT-i+CVT”铂金动力组合，既能提高燃油效率，更能实现顺畅行车、完美操控。另外，“ECO节油驾驶显示系统”可以随时提醒车主调整自己的驾驶习惯，从而使车辆保持在节油行驶状态。(李正)

嘉里物流于香港为歌帝梵建立亚洲区的旅游零售部包装中心并正式投入运营

领先的环球物流服务供应商嘉里物流，为歌帝梵建立旅游零售部位于亚洲的包装中心。该中心位于嘉里物流于香港的温控仓库，现已正式投入运营。

该物流中心负责处理歌帝梵巧克力于亚太地区所有旅游零售客户的包装及物流服务。

嘉里物流联网董事长杨荣文表示：“这一项目是我们与歌帝梵自2009年开始合作以来的又一座新的里程碑，亦是歌

帝梵于亚洲地区第一个主要的物流投资项目，我们非常荣幸地为这一全球顶级品牌提供物流服务。”

Mohamed Elsarky, President GODIVA International表示：“过去3年中，我们与嘉里物流紧密合作，取得多项突破。这一新举措是迄今为止意义最为重大的项目，将大大促进双方的合作，并加快我们在亚洲地区的业务增长。”(王凯)

不玩“潜规则”，新世代天籁资本何在？



一款新车上市，厂商会习惯性地以高价试探市场反应，然后再用降价促销的手段，让消费者产生“捞到好处”的错觉，从而刺激销量的提升。这已成为市场上惯有规律之一，甚至可谓车市定价“潜规则”。

从企业角度来看，这样的定价方式无疑能够创造更多利润。但站在消费者角度来说，这种做法却直接挫伤早期购买者，继而损害消费者对产品的信赖感以及对品牌的忠诚度。

让人欣慰的是，有厂商开始试着打破这个“潜规则”——近期上市的东风日产新世代天籁宣称，其将采用“一步到位”的定价策略，将价值一次性回馈给消费者。

狠话说出来容易，实践起来却有种自断后路的意味。但笔者认为，没有哪个厂家会为了获得短期的关注而“说大话”，以牺牲品牌形象为代价放出无法达成的狠话——狠话背后，必定拥有雄厚的资本作为支撑。

新天籁如此霸气的资本何在？东风日产市场销售总部副部长杨嵩在接受专访的时候提到：“我们凭什么有这个底气？我可以

自信地说，现在新世代天籁在产品和服务方面所提供的价值，在同级车中遥遥领先。”

在产品技术方面，经过亲身经历的实车深度试驾以及一段非同寻常的深度走访，笔者可以负责任地说，新世代天籁确实有底气号称产品力傲视同侪。

新天籁采用日产全球领先技术，将舒适性和操控性完美融合，创造出精准驾控、健康舒适、强劲省油以及全面安全四大领先优势，为其“一步到位”的定价策略奠定了最根本的底气。

梯形控制臂独立后悬挂与四轮精准循迹系统，以及由全新一代QR25DE发动机和全

新一代智能XTRONIC CVT无级变速器组成的“全新一代铂金动力组合”，确保新世代天籁拥有远超同侪的操控、油耗、动力优势。

新世代天籁更将舒适进化到健康的层面：零重力健康乘坐系统、3D平视信息显示系统以及全维超静音车体，全面降低驾乘者的劳损程度。再配合以整体车身高达1/3使用比例的超高强度、ITS预警式整体安全系统、AVM全景式监控影像系统、HSA上坡起步辅助系统，新世代天籁的安全性能比上一代又有飞跃式的进步。

当然，单纯在产品实力上表现卓越，已经无法满足当下消费者对中高级车的高要求——他们既希望拥有精彩用车感受，更希望获得优越增值服务体验。

东风日产深刻洞察当下消费者在服务方面的真实需求，在新天籁上市的同时，推出了国内首个基于新车的客户价值提升行动——“天籁行动”，让购买新天籁的客户，独享“7天包换”、“60天免费出险代步”和“3年CARWINGS智行+免费享”三大服务政策，以此切实地保障消费者利益，并制定了

中高级车市场服务新标准。

突破市场惯有规律，不玩“潜规则”需要充足的底气和强劲的资本，新天籁成功迈出了第一步。杨嵩霸气十足地说道：“即使不玩‘潜规则’，我们也有底气将销量做好。另外，我们下了很大决心，从这一代天籁开始，一定要让我们的车主能够感觉到真正的价值。”

新天籁此番“标新立异”的做法，既是对自身的突破，也是对根深蒂固的定价规则的挑战。中高级车市场乃至整个车市，或将迎来更加新鲜而健康的新气象。(郑东)

