绿色与发展双赢

天龙生态以科技创新与经营创新推动生态文明

天龙生态在治山造林、生态恢复的12年具体实践中发现，生态安全屏障的建设需要秉承“绿色与发展双赢”的理念，将生态文明与经济文明、社会文明一起发展才可长效、长久。

天龙生态坚信只有先进的科学技术才能支撑生态产业的有序发展。12年来，天龙生态专注于治山造林的科技研究与突破，为了攻克“石厚土薄、干旱少雨、高寒低肥、地下水缺乏”干旱荒山种植这一世界难题，汇集全国顶尖科研力量，创立中国首家“超旱生林木研究院”，提出“超旱生林木+循环节水+天龙八步”这一可复制、易执行、系统性的荒山生态修复解决方案，成功实现荒山造林300多万株、生态修复6万多亩，荒山绿化面积达到70%。同时，科研团队创新总结荒山水源稀缺的节水型生态修复技术——“自然、物理、化学”立体循环节水技术，最大限度实现超旱生林木生态修复的节水率。

12年来，天龙生态一方面以科技创新为基础，专注治山造林，另一方面，充分遵循“绿色与发展双赢”的理念，在绿色发展中寻求经济效益，把生态文明建设融入经济建设、政治建设、文化建设、社会建设各方面和全过程。集团在12年的生态建设过程中调动当地人民，对周边的农民用工近20多万人次，还出资为周边中老年村民一次性办理了终身养老保险。

天龙生态目前正致力于逐步实现企业的升级，打造“荒山造林、生态环境治理的第一品牌企业”。12年来，凭借治山造林、治理荒漠化的成熟技术，天龙生态已将超旱生林木广泛推广应用于荒漠化治理、工矿废弃环境治理、公路沿线生态建设、耐寒耐旱苗木培育销售和绿化工程、煤复垦、北方城市绿化等生态修复和环境治理领域中。

下一阶段，天龙生态将依托治山造林创造更多的绿色空间、进行“生态城镇化建设”。计划把包头北部天龙生态周边这些自然村统一规划，建成一个可供十几万人居住的生态城镇。通过招商引资，建设“适合农民、符合生态、契合科技”产业，“实现企业和农民一起发展”，如建设生物科技再生资源利用的垃圾处理、环境污染治理项目；建设包头市花卉与饰品展销市场，带动农户种植花卉、造生物肥料、做生态农业；建设大青山生态旅游景区，依托山水林的绿色链条，将参观旅游、生态养殖、特色农业有机结合在一起。天龙集团始终坚持在生态建设中充分发挥农民积极性，使其积极投身于生态安全屏障建设中来，以更好地落实自治区“8337”重要发展思路，建设北方重要安全屏障，共圆美丽中国梦。

天龙生态在12年的治山造林和科研创新中，以绿色之名，诠释人与自然和谐共生的可持续发展之路；用梦想坚持，创造了绿色与发展双赢的生态公益事业。 （张 伟）

销量连创历史新高 东风Honda全车系年底冲刺

今年9月至10月，东风Honda相继以3.18万辆、3.61万辆的成绩连创单月销量历史新高，在“金九银十”喜获大丰收，双月环比增长超过56%。新车JADE(杰德)自9月6日上市以来，截至10月底即销售1.4万辆，受到广大客户热力追捧；SUV市场王者CR-V更率先达成累计销量90万，再创SUV市场单车型累计销量新高。增长的背后反映出东风Honda自成立以来，对品质、服务的坚持所铸就的强健企业体制，以及由此所赢得的顾客和社会的信赖。

凭借企业成立10年以来的积淀以及蓄力，东风Honda将在11月和12月以信念坚定、信心十足、信赖可靠的姿态不断挑战销量新高。11月1日起，东风Honda将启动10周年主题系列活动“感恩兑现季”，引爆年底购车狂潮。作为东风Honda对广大消费者的特别回馈，“感恩兑现季”是今年东风Honda“梦想体验季”、“梦想感恩季”的延续，全车系都可享受免手续费、免利息的“免免俱到”金融特惠，更有新车型JADE(杰德)激情助阵，让购车梦一“兑”到底。

惊喜“绝不落单”，在11月1日至11日期间，东风Honda将与由汽车专业网络媒体《汽车之家》主办的双十一疯狂购车节同步献礼推出“11.11疯狂购车节”，不仅以亲民价格让利消费者，同时更可兑现三重大礼：若幸运成为汽车之家所有品牌的前1万名购车者，即可获赠1000元油卡，而抢占东风Honda品牌车型的前166名“席位”更可获得3000元油卡；另外，东风Honda“感恩兑现季”的所有优惠政策均对线上成功购车用户有效；最后，全国特约店也火力全开，自行准备神秘大礼，只待车主们把爱车欢心带回家。 （芳 芳）

商用密码产业蓬勃发展 同方信息安全技术领军行业

近日，北京商用密码产业联盟成立大会在北京会议中心举行，同方股份有限公司作为国内密码产业领军企业当选为首届常务理事单位。成立后的北京商用密码产业联盟将拥有125家会员企业，同方是20家常务理事单位之一，此举不但彰显出同方信息安全技术的业内领军地位，也让同方肩负起了更重要的产业及社会责任。

安全加密技术由于自身的特殊性，很难像其他产业技术一样可以通过引进、“嫁接”来提高发展速度。同方强调，打造我国信息安全体系必须坚持自主创新，不然等于是留了把钥匙给“外人”，而商用密码无疑是“信息安全体系”中最重要的环节之一。

面对愈发严峻的信息安全局势，我国的“商密”发展更像是一次赛跑，在这种紧迫的局势下，行业需要一些“先行者”来领路。正如北京市密码管理局商密处副处长刘波在报告中指出的：北京商用密码产业联盟的成立，不仅满足了首都商密企业界的期盼，还有助于推动首都商用密码产业发展，更是提高首都商密服务管理水平的良好契机。

据了解，作为商业密码行业的翘楚，同方股份有限公司自2005年伊始就在信息安全领域开始进行探索。纵观整个行业，我们发现一向低调的同方已然率先将基于国密算法的芯片级加密变成了现实，构建起覆盖从芯片设计到信息化应用等多个领域的信息安全“全链条”。这也让同方责无旁贷地成了国内商用密码产业的先行者和领路人。

时至今日，一路走来的同方股份有限公司，具有着商用密码产品生产定点单位、销售许可单位、计算机信息系统集成(壹级)等资质。而多年来坚持不懈的努力与探索，换来的是如国家级创新企业、国家认证企业技术中心、2012年中国企业信用100强证书、2013年中国电子信息百强企业等众多荣誉称号。 （黄 鑫）

新帕杰罗·劲畅卖点图文全解析

新帕杰罗·劲畅9月28日上市以来，20.88万元起的惊喜定价，吸引了众多网友的关注。而官方公布的新帕杰罗·劲畅的六大卖点，在小编看来也是大有乾坤。为了给近期考虑入手的消费者提供参考，小编特意以图文并茂的形式，对新帕杰罗·劲畅的卖点进行史上最详尽的全面解析。

经典的帕杰罗家族造型

曾几何时，帕杰罗Jeep、酷路泽等越野硬汉开创了越野型SUV的黄金时代。而今，随着城市SUV大行其道，SUV纷纷隐去锋利的棱角，最大化迎合大众的口味，令不少越野迷扼腕叹息。新帕杰罗·劲畅也向轿车靠拢，采用上深下浅的双色调处理，并配合双色桃木材质，散发出浓厚的商务气息。

2.4L车型同样拥有充沛动力

新帕杰罗·劲畅除了3.0L排量车型，还专门针对中国市场开发了2.4L排量的舒适版车型，搭载4G64S4M型号发动机。该发动机额定功率101kW/5250rpm，最大扭矩205N·m/4000rpm，可通过MIVEC可变气门电子控制系统，优化气门的开启时间及相位，提高进气量，拥有不错的动力性能和成熟稳定的品质，因而被国内很多热销SUV所广泛使用。

魔术师般的灵活7座空间

考虑购买SUV的消费者，不仅看中比轿车更高的视野，也看中SUV更大的载人载物空间，7座SUV正成为城市SUV的新宠。拥有7座大空间的新帕杰罗·劲畅，不仅适宜4人至7人的小型商务接待，也可以满足“421”家庭的乘坐。 （程 丽）

爱普生紧凑型A3一体机荣膺2013日本优良设计大奖

精工爱普生公司(以下简称爱普生)于近日宣布，旗下喷墨一体机EP-976A3(全球市场型号为XP-950)荣膺2013日本优良设计大奖(Good Design Award)。该奖项旨在奖励能够对生活方式、工业和社会产生积极影响的产品设计。

喷墨一体机EP-976A3(全球市场型号为XP-950)

爱普生EP-976A3专为有高性能打印机需求的顾客设计，他们既想要打印A3尺寸，又希望其体积仅有A4一体机大小。该款一体机可打印出色泽亮丽、画质细腻的A3照片及文档，但仅需占用A4机型相同尺寸的摆放空间，这在A3一体机中颇为难得。机身采用简洁、干净的紧凑型设计，安装方式更为灵活。

评委点评

爱普生通过分析顾客使用WiFi进行无线打印的行为，恰到好处地设计出了自动开启的排纸托盘、自动向上倾斜的控制面板，及更易操作的触摸屏，下一步要使用的按键会发出提示闪光。该款产品精美的设计，完美实现了A4的小巧机身打印输出A3大尺寸，各种功能及简单易用的操作，让顾客的使用更舒适。

爱普生凭借其顶尖技术，致力于设计能够全面改善顾客生活方式和工作过程的产品。展望未来，爱普生将继续完善自身技术和设计，创造更多超越顾客期待的产品。

优良设计大奖

日本优良设计奖的宗旨是奖励能够对生活方式、工业和社会产生积极影响的产品设计。该奖项尤其关注在有效性和功能性方面有优良设计的产品。 （小 雨）

“以貌取人”的中级车市

近期，新华信发布的针对“80后”购车的研究报告指出，“80后”的汽车消费观念更趋感性和现代。同时，外观内饰设计在他们的购车考虑要素中占比不断攀升。在竞争激烈的中级车市，这种趋势更为明显。可见，“以貌取人”已经成为车市，尤其是中级车市普遍存在的现象。

“以貌取人”是汽车消费的进步

目前，“80后”这个基数庞大、人数已经超过2亿的群体逐渐立足于社会，成为国家发展的中流砥柱。而随着社会地位和消费实力的日益增强，他们对社会消费结构和价值取向的影响也越来越大，成为厂商不能忽视的市场中坚力量。数据显示，我国乘用车市场中，“80后”用户的份额已经占据乘用车用户总份额的40%以上。

由于成长环境、教育水平等多方面因素的不同，“80后”与“60后”、“70后”表现出很大差异，他们更勇于表达自我，善于彰显个性，并且具有自己独特的审美。因此，在选车时，他们较前几代人更为关注车辆的外观、内饰的设计元素。

刚过完27岁生日的小刘是一个典型的“80后”，他的选车标准极具代表性。他说：“我最不能忍受的是一成不变和老气横秋。‘老三样’OUT了，中庸的‘家族脸’也不是我所追求的，能体现品位、彰显个性、激情活力的车型才是我钟意的。像轩逸、科鲁兹这种外观够炫、够有型的车，正合我的口味。”

尽管如此，“以貌取人”购车特色的形成并不是“80后”一股力量所左右的，归根结底，它是市场发展的必然结果。在竞争越充分、同质化越严重的市场，这种特色就越鲜明。在竞争最为充分和激烈的中级车市，许多车型在动力总成、安全性、配置等方面大同小异，同质化较为严重。在此情况下，车主就会更加注重个性化的视觉系呈现——外观和内饰。

不仅在中级车市，其他细分市场“以貌取人”的现象也日益普遍。就此，有专家分析称：“‘以貌取人’是汽车市场消费升级的必然结果，也是汽车消费的进步。如果说汽车的品质是基本需求，那么外观内饰设计则是高级需求。中国汽车市场在经过10年的快速发展后已经逐步成熟，在此背景下，高级需求更受消费者的瞩目。”

“外貌协会”来袭中级车市

从目前中级车市畅销的几款车型，我们也能看出“以貌取人”趋势的端倪。如中级车市标杆车型新一代轩逸大气尊贵，热销车型福克斯运动灵巧，明星车型科鲁兹个性时尚……不得不说，极富型格的外形、内饰设计是它们屹立市场、经久不衰的一个重要筹码。

作为中级车市的领军车型，新一代轩逸以“越级力量”(Upward Force)为帅气外观的设计理念，用简单利落的线条勾勒出呈展翼之势的前脸，用流畅犀利的弧线蜿蜒出灵动的腰身，加上颇具层次感的尾部，以及前后豪华晶钻LED灯等细处点缀，新一代轩逸整体造型既尊贵又不乏时尚，强势引领全新一代中级三厢车的风尚潮流。

在内饰方面，新一代轩逸采用代表日产高级车内饰设计方向的第三代Modern Living，使用“软”性包覆材质、“细”接缝处理、顺“滑”阻尼开关等高档材质与工艺，达到了媲美中高级车的质感。此外，上深下浅的内饰颜色搭配，以及车门板处所采用的木饰板设计，使新一代轩逸的内饰颇富现代居家风格，温馨舒适。

不同于新一代轩逸的大气尊贵、温馨舒适，福克斯的外形洋溢着动感气质，尤其是硕大的进气格栅使车头极富冲击力，速度感十足。而白灰银红蓝金6色可选，更使福克斯的时尚度大幅提升，备受年轻人青睐。在内饰方面，福克斯也主打运动时尚，富有强烈的层次感。

相较于福克斯，科鲁兹显得更为个性张扬，特别掀背版本极其抢眼，十分符合新一代年轻人的审美需求。内饰方面，科鲁兹一直沿承“为年轻而造”的设计理念，掀背车更将这一理念进一步深化，首次采用当下流行色——大地色，同时搭配带有自然质感的织物材质，增添了几分感性色彩。再加上高光钢琴烤漆面板，内饰基调瞬间提升，与现代年轻人追求时尚、张扬个性的性格特征极为相符。

新一代轩逸尊尚设计领衔车市

新一代轩逸以“越级力量”(Upward Force)为帅气外观的设计理念，打造出开创格局、引领潮流的全新一代中级三厢车整体外观造型，兼具尊贵与时尚。

新一代轩逸前脸采用了日产“X”型的家族脸谱设计，中网的面积较老款增大不少，镀铬材质的运用让前脸显得更高档之余也更具视觉冲击力，车头的整体造型看上去更显年轻、动感、大气。

代表日产高级车设计方向的分离式下进气格栅设计，尽显超越同级的轩昂气势。上下梯形格栅两侧线条沿发动机盖向上伸展，勾勒出展翼之势，极具尊贵之美。笔直犀利的腰线在前翼子板处划出流畅动态弧线，一直贯穿至尾灯处，演绎出新一代轩逸的动感与豪迈。

与此同时，新一代轩逸采用同级唯一的前后豪华晶钻LED灯，尽展瑰丽华美的雍容气质。璀璨夺目的氙气大灯采用不规则的三角形状设计，与前脸线条融合，视觉上的冲击力极强，为前脸注入许多时尚元素。

新一代轩逸的尾部设计极具层次感，看上去大气十足。侧面的腰线一直延续至尾灯上沿并与尾部中间的镀铬装饰条相连接，层次感和整体感都得到了满足。新一代轩逸尾灯的造型与前大灯相呼应，同样采用了棱角分明的设计，LED光源的使用也使尾灯的辨识度大大提高。

内饰上，新一代轩逸采用代表日产高级车内饰设计方向的第三代Modern Living设计理念，带来媲美中高级车的内饰感受。历经第一代“优雅品味”到第二代“现代豪华”设计理念，代表日产高级车内饰设计方向的第三代Modern Living以越级的极致舒展为核心，舒展向上的中控台轮廓，配合两道横向扩张的流畅弧线，勾勒出舒展自在的整体室内空间轮廓。

新一代轩逸内饰整体延续了温馨、居家的设计风格。采用上深下潜的配色，中控台底部及门板处加入深色木纹饰板装饰，不管从材质还是设计布局都更加成熟。更多的曲线线条融入到新一代轩逸的车内，看起来动感活力十足。

仪表盘采用冷光字体配合银色镀铬装饰，带来优雅高档的视觉享受；木纹边框和银灰材质将中控台造型一分为二，空调和音响控制面板上下呼应，营造出层次分明的“层跃式”视觉效果；新一代轩逸的内饰材料经纳米技术处理，媲美天籁的高品质。

业内人士指出：“目前，越来越多的车企在进行产品研发时，更加注重先进设计理念的引入，设计风格的多样化也成为车企布阵的重要手段。在新一代轩逸、福克斯及科鲁兹等‘样板’车型的带领下，中级车市必将迎来‘百花竞艳’的局面。”

（杜 威）