

驾东风标致408车载互联版 惊喜连连

随着中级车市场竞争的持续胶着，消费者购车需求也日趋多元和具体化，人们希望拥有一款既经济又能解决日常需求的产品。聚焦中级车市场的热销车型，速腾、轩逸、东风标致408这3款车型品质上相差无几。面对两位“老成持重”的对手，东风标致408也凭借着扎实的高品质，保障着稳定的销量。

路上有问题 请教东风标致408车载互联版
汽车为人们的出行带来了便利，同时面对这个头脑简单四肢发达的家伙，交流成了最大问题。东风标致408车载互联版提供智能语音控制、智能行程规划和专属行车秘书三大功能，智能语音控制功能，驾驶员只需轻按方向盘上的SRC键，听到提示音后，“告诉”系统目的地，一条最省时省油的行车路线便会出现屏幕上，简言之这个语音系统既是一个“接收者”又是一个“执行者”，略去繁杂的转手过程，准确地执行车主需求。

车坛“男神”绅宝魅力十足

神剧《来自星星的你》落幕了，也许每个女人心中都有一个都敏俊。像都敏俊这样“帅气+有超能力+安全感足”三合一的“男神”，在人间虽然难找，但在车坛却是好觅。比如外表俊秀、内芯强大的北汽绅宝的“男神”潜质并不输都敏俊。
绅宝的造型师是大名鼎鼎的莱昂纳多·菲奥拉万蒂，作为多款法拉利经典车型的打造者，莱昂纳多赋予了绅宝漂亮利落的“北”字前脸。

SK电讯连续两年荣获全球“LTE杰出技术贡献奖”

近日，全球移动奖各项奖项在巴塞罗那世界移动通信大会揭晓。SK电讯凭借在全球率先推出LTE-A商用网络获得“LTE杰出技术贡献奖”，这也是SK电讯连续两年获此殊荣。与此同时，SK电讯还获得了移动技术

中国线缆行业首创《监察提示函》管理规范公布

近日，江苏省光电缆线商会一届二次理事会议在在宜兴市万达艾美酒店举办。会上，中国线缆行业首创《监察提示函》管理规范公布。
江苏省工商联副主席桂德祥、蒋锡培、崔根良，江苏省机械工业协会会长许祖元、江苏省“三会”(工业经济联合会、企业家联合会、

东风标致408车载互联版提供24小时的私人定制化服务—专属行车秘书，诸如预约修理、维修保养与违章查询服务，这些车主必须花费精力去完成的事情，“小秘书”都可以帮您随时完成。只要使用一键呼叫功能，拨通后台服务电话，告诉“专属秘书”现在遇到的问题，“小秘书”就会把最终的信息和解决办法反馈给您。

科技智能化让生活更美好
行车途中的堵车让车主们浪费在路上的时间越来越多，但乐观的车主却能够从中找到快乐，这当然与心态有关，但是如果能和一个“万事通”汽车座驾相处，即能解决日常需求又能提供娱乐享受，堵车又有何惧！东风标致408车载互联版一键服务功能包括：如周边搜索、股票行情、基金行情、热映电影查询、餐厅预订、酒店预订等多项服务信息。如果想去餐馆，一键服务功能不仅可以提供餐馆地址，更为细致的是可以提供菜

不仅如此，绅宝迷人的鹰眼前大灯非常犀利，12颗LED日间行车灯镶嵌其中，令“目光”锐利传神。倘若是在宁静的夜晚，邂逅眼神深邃、犀利的绅宝，恐怕会令你念念不忘。绅宝的背影也很具杀伤力，车身两侧高挑、刚劲的腰线，衔接饱满而略翘的尾部，可谓“人眼非凡、收局精悍”。
在安全感方面，绅宝的确属于最MAN的一类。其前后制动均采用了通风盘刹结构，经

类六大奖项中的“移动技术大奖”。该奖项由全球16个国家ICT企业的CTO评选，具有很高的权威性。

据了解，全球移动奖是由移动通讯领域专家、行业分析师、记者组成的评审团

企业家协会)执行副会长吴昌瑞、江苏省质监局等相关领导、代表到会见证了中国线缆行业首创《监察提示函》管理规范的诞生，并表示高度赞扬和全力支持：这是全国行业组织创新成果，必将对创建全社会诚信体系，特别对线缆行业的商业环境优化、促进经济

造车不是变戏法 专注才能有出路

两厢车市大浪淘沙 去伪存真强者恒强



马年春晚，本来还算精彩的魔术表演，却因面包环节穿帮而前功尽弃，表演者也只好承认失误，尴尬地一笑了之。而在两厢车市场，有些车型也妄图用“变戏法”的方式让观众埋单——“三厢断尾”就叫两厢、两厢换个名字区别于三厢，结果市场表现差强人意。造车不是变魔术，消费者也不光是看热闹，要想获得市场的认可，必须深耕细作、专注于产品品质的提升。

魔术易穿帮 观众难买账
近年来，中级两厢车市场出现了一些奇怪的现象：越来越多的两厢车开始不叫“两厢车”了；同时，又有许多“年轻”的两厢车加入到这一细分市场。去年上市的科鲁兹两厢名为“掀背车”，朗逸的两厢版本叫“朗行”，逸动的两厢版本叫致尚XT；而另一方面，有的厂商为了杀人这一细分市场，从原先的三厢车型中延伸出两厢产品来，如马自达3，起亚K2……这样的例子不胜枚举。
两厢车市场不大，但竞争却非常激烈，老将新兵各有杀招，琳琅满目的车型让这一细分市场变得纷纷扰扰。然而，这如魔术般

令人眼花缭乱的变换，就一定能获得市场认可？答案是否定的。造车的最终目的是卖车，销量便是检验这种玩法靠不靠谱的最佳依据。下面，我们就用市场上的表现来验证一下，这些“花里胡哨”的戏法到底有没有用。
从今年1月份销量来看，起亚K2不足1500辆，科鲁兹两厢的表现也不尽如人意，刚刚超过2000辆。马自达3两厢也许更多是由于新款即将上市的原因，1.6L和2.0L两个版本的销量相加不足800辆。与之不同的是，作为中级两厢车市场的代表车型，东风日产新Tiida的销量为8817辆，福克斯两厢为7600辆，高尔夫7为7742辆。
也许仅取今年1月销量作为样本没有足够的说服力，那我们就来看看2013年一整年的销量。科鲁兹掀背车在2013年的全年销量为11532辆，其去年9月份上市，月均为3844辆；马自达3两厢全年是12621辆，K2两厢全年是16422辆。从销售数据来看，科鲁兹掀背车还算不错，但马自达3两厢和起亚K2两厢就显得比较尴尬。
而传统三强中，新Tiida以129322辆



系/价格/好评/距离，并电话转接预订(北京、上海、广州)导航至目标餐厅，堪称一站式服务。这样高大上的服务，在东风标致408车载互联版上共有17项，可满足车主出行的各类需求。

目前，越来越多的汽车厂商开始注重汽车的科技智能化设计，考虑是否在行车过程中带给车主更多舒适与放松。东风标致408车载互联版就是东风标致为此打造，其设置的多项服务功能让车主大呼“惊喜连连”，实现真正人机互动体验，让众多408车主的出行高效且充满乐趣。(小雨)

调校后，绅宝2.0T的100-0KM/h的制动距离仅为37.9米，接近民用车制动极限，悬崖勒缰确实是其强项。

此外，绅宝在C-NCAP2013碰撞试验中，以56.1的高分获得五星评价。其在车身架构上，完美继承了SAAB驯鹿角结构并大幅强化了车身强度，高强度钢约占车身重量的51%，41%的零件使用高强度和超高强度。其中四车门防撞梁均采用整体式一次热冲压成型工艺，屈服强度高达1500Mpa。(刘春)

进行评选，素有手机界“奥斯卡”之称。其中，“LTE杰出技术贡献奖”于2013年增设，主要表彰在通讯、设备、解决方案、平台等涵盖全部ICT领域的LTE技术和服务杰出企业。(王欢)

可持续发展具有十分重要的意义，充分显示其引领示范作用，值得各行业借鉴。据悉，制订这份《监察提示函》管理规范的目的，是为预防和减少电线电缆行业违法违规行为的发生，加强行业自律和诚信体系建设，规范行业市场竞争秩序，提升电线电缆产品质量。(李东)

造车不是变戏法 专注才能有出路

建筑精英齐聚高端展会 献智中国城镇化发展

据悉，为了促进我国城镇化发展，欧洲建筑电气与建筑智能化展第一品牌MATELEC的中国展EIBT——2014上海国际建筑电气与建筑智能化展(MATELEC EIBT China 2014)将于3月25日至27日在上海国际展览中心举办。届时，400多家建筑电气与建筑智能化企业(其中不乏ABB、施耐德等行业巨头)、1.2万名的专业观众将在1.2万平方米的展厅中共同探讨行业先进的建筑电气与建筑智能化技术和解决方案，为解决中国城镇化建设问题献智献策。

作为华东唯一国际性的建筑电气与建筑智能化完美结合的专业展会，除了众多内地及中国台湾等地区的国内展商之外，来自韩国、日本、印度、新加坡、西班牙、美国、巴西、墨西哥、土耳其、俄罗斯、德国、意大利、加拿大等国家的国际展商也将纷纷亮相展会。展商将在本次展会上展示最新的供配电设备及产品、电力监测系统/电气防火、电力拖动和自动化设备、建筑设备电气控制、建筑电气系统集成、电气照明、电气防雷、电气节能改造装置、开关/插座/电源/柜

SK集团会长崔泰源：在华打造“中国SK”

进入国际市场过程中，究竟采用全球化营销战略还是本土化营销战略是每个跨国公司所面临的一个重要课题。作为韩国三大企业集团之一的SK集团，既承载韩国国民经济增长的重任，也面对着经济全球化的挑战。而在其全球化市场战略中，SK集团会长崔泰源颇具前瞻性地提出：中国事业将是是SK全球化市场的中心。

“在中国再造一个SK”，在接受《环球人物》杂志采访时，崔泰源曾用这样一句话来总结SK

工银信息产业2月大赚 年内成长与蓝筹均可期待

A股大盘在经历反弹之后回落，受此影响近期偏股基金业绩表现整体也出现回落迹象，但成长股基金仍然取得较好的业绩。

银河证券基金研究中心数据显示，2月份股票基金净值增长的算术均值为-1.11%，但工银瑞信信息产业股票基金当月净值增长率达到6.18%，在全部可比的股票、混合基金中排名第6。近期A股市场出现回调，部分涨幅较大的行业板块也出

造车不是变戏法 专注才能有出路

两厢车市大浪淘沙 去伪存真强者恒强

精准把脉时代需求的变化，通过对外观造型、内饰设计、动力系统等多方面的越级提升，从而获得强大均衡的产品实力。新一代Tiida实现了操控性、实用性和舒适性的最佳融合，引领了市场潮流，并为中级两厢车市树立了全新的方向标。

新一代Tiida深刻洞悉消费需求，采用了独创的“Agile”跃式风尚造型设计，使其整体外观更加时尚动感。高品质“U-Room”理念营造出全方位的舒展宽适室内空间，最新研发的“Pure Drive”纯净动力系统及“T-Box”超稳定车身与悬挂等核心技术的应用，带来了超越同级的强势产品力。

另一方面，面对两厢车消费群体的年轻化、多元化趋势，新一代Tiida创新性的对目标消费人群进行了进一步的细分，为其量身打造了新一代Tiida 骐达和新一代Tiida GTS双系列9款车型，并通过倡导的“品位轻生活”和“畅快T生活”，充分满足了两厢车消费者不同的产品与精神需求，继续引领、推动中级两厢车市的发展潮流。

同级中的佼佼者新福克斯两厢，也在延续运动风格的基础上有了新突破：前车大灯造型看起来更加犀利，镀铬饰条被移至到中网格栅的中间，看起来更加精致。此外，前导流板左右被对称分割成了两颗极具攻击性的“獠牙”形状。新车在尾灯的造型方面也很有特点，后车尾灯延伸到了车身两侧，



电箱、电器附件/电工材料、仪器/仪表及工具、电线电缆等建筑电气设备技术；以及楼宇控制系统、智能家居系统、综合布线系统、通信网络系统、信息网络系统、建筑设备监控系统、火灾报警及消防联动系统、安全防范系统、智能化系统集成等建筑智能化技术和解决方案。这些先进的技术设备将成为建设中国智慧城市的重要组成部分。

众多专家学者也将汇聚在一起共同探讨建筑电气与建筑智能化技术在我国城镇化建设方面的应用方式。展会期间，将有50多场高端会议同期举行：如由上海市电气工程设计研究会举办的2014第7届上海电气工程设计研究会论坛，将讨论工程中电气直流设备的选择与使用、智能型电机控制器在冷轧机上的应用等技术问题；而中国智能建筑电气传媒机构举办的2014中国国际建筑节能改造论坛将现场与行业各界人士分享智慧城市与绿色建筑解决方案、智能建筑电气节能技术应用等资讯。这些高端会议将为我国城镇化建设提供理论指导。(钟文)

集团在中国的战略。在他看来，“融入中国”的理念不只是简单地进入中国市场，扩大营业收入，而且是要不计短期成败，最终成为具有中国基因的、真正的“中国企业”。SK集团在中国发展事业的过程中，基于“取之于中国，用之于中国，由中国人参与经营管理”(By China, For China, Of China)的理念，提出了“融入中国”(China Insider)战略。这一战略深刻体现了SK集团并非“不是作为韩国企业在中国寻求发展，而是要作为中国企业与中国一起发展”。(常乐)

现大幅回落。Wind资讯数据显示，年初至今，中信一级行业指数中，TMT行业中的计算机、通信、传媒等板块出现了超过10%的涨幅，在全部行业中涨幅排名前五。但在最近一个月，传媒等板块跌幅明显。

专注于TMT领域机会的工银瑞信信息产业今年以来实现了较好的回报，银河证券数据显示，截至3月6日，该基金今年净值增长17.5%。(杜威)

造车不是变戏法 专注才能有出路

两厢车市大浪淘沙 去伪存真强者恒强

且整车造型非常协调。

而时下火热的高尔夫7，外观依旧延续了前几代车型的设计风格，它仅在细节方面略有改变，整体给人的感觉较多的充斥着硬朗犀利的线条。但是在内饰方面，“高7”打破了最近几年大众的设计思路，通过黑色钢琴烤漆的运用以及拉丝铝风格的装饰条的点缀，大幅度提升了内饰质感和舒适度，作出了趋近家用的调整。

不管是外观的精雕细琢还是内饰的考究打磨，或者是包括动力方面的全方位进化，这些产品的变化，都是它们为符合消费需求作出的积极应对，也是它们专注于两厢车市场的深刻体现。

业内专家指出，尽管两厢车市场份额不大，但它却是汽车行业的一个重要分支：“‘强者恒强’的现象背后，体现的是专注度与技术储备、创新能力等多方面共同作用的结果。尤其是专注度，厂商只有摒弃那些虚浮的东西，深深扎根下来，才会有所收获！”

俗话说，“世上无难事，只怕有心人”。中级两厢车的传统巨头Tiida、福克斯和高尔夫之所以能在市场中持续火热，凭借的是持之以恒的专注度和对消费需求的精准把握。尤其是东风日产新Tiida，上市之后就一直广受欢迎，以出众、全面均衡的产品力引领了市场发展方向。(李玉)