SUV进入“小时代” 近期热门小型SUV盘点

SUV市场方兴未艾，小型SUV新品又如雨后春笋般争相登场。在不久前的北京车展上，小型SUV更是新品云集，江淮瑞风S3、哈弗H2等车型受到广大车迷的高度关注。小型SUV车型继承了传统SUV大空间、高视野、高底盘以及轿车的时尚外观、舒适性等特质，同时车身尺寸更小、排量更低，受到了众多追求时尚、崇尚个性的年轻人的青睐。

江淮瑞风S3

预计售价：7万元至10万元

亮点：造型时尚、实用大空间、丰富的安全配置

在北京车展亮相的瑞风S3年轻时尚造型让人印象深刻，外观造型由意大利设计大师遵循流动的雕塑艺术风格设计，前脸采用富有家族特色设计，镀铬装饰件的点缀与前大灯相得益彰，配合三段式下隔栅，构造出富有冲击力的前脸造型；车型侧面以饱满有力的腰线和裙线贯穿，配合尾部多重横向扩展的U型线条，为瑞风S3塑造出矫健有型的风格；内饰造型层次鲜明，色彩搭配精妙，科幻风格十足。外观粗犷，做工细致。

动力方面，瑞风S3搭载了1.5VVT“中国芯”十佳发动机，小排量、高功率、高扭矩、低油耗。最大扭矩可达146N·m，搭配同级唯一的6MT变速箱，实现了更强的档位传递效率，激情驾控和燃油经济性兼顾。

同级别领先的配置水平也是瑞风S3一大价值点，配备了同级独有的自适应大灯、后视镜电动加热和GPS导航系统等高科技便利配置，充分满足新生代对科技元素的追求。安全方面，瑞风S3整车根据C-NCAP五星标准设计，车身大量采用高强度钢，而且采用德系车使用的高强度热成型材；加上合理的结构设计，轻重分配合理，安全与轻量化兼顾。胎压监测功能、LED日间行车灯等多项安全装备，保证了瑞风S3的超高安全性能。

长城哈弗H2

预计售价：8万元至10万元

亮点：用料做工出色、配置较高

哈弗H2的前身是之前被命名为M3的小型城市SUV，哈弗H2的长宽高分别为4330mm/1815mm/1700mm，轴距为2560mm。采用了家族式的前脸设计，显眼的红色HAVAL车标加上大嘴式前进气格栅，中网配以镀铬饰条以作修饰。车身侧身方面，哈弗H2的腰线与过去的哈弗车型有所不同，从前大灯后部一直延伸到尾灯，

与过去从引擎盖上引入到尾部相比，H2新的腰线更为突出，肌肉感更强。

雪佛兰创酷

价格：11.99万元至15.99万元

亮点：丰富的智能配置、时尚外观、静音和燃油经济性突出

作为新生代城市SUV，雪佛兰创酷TRAX传承美式肌肉车风格，更将风靡全球深受年轻族群喜爱的变形金刚元素融入自身，演绎了精干强悍的新生代变形金刚形象。

北京现代ix25

预计价格：10万元至15万元

亮点：“流体雕塑2.0”造型、丰富的科技配置

作为北京现代SUV家族中新成员，这款以“潮流个性青春族”定位的车型，充分体现出小型SUV“全适、全能”的特点。

随着以“80后”为代表的新生代消费者崛起，大尺寸大空间不再是决定性的要素。小型SUV的崛起也顺应了年轻消费者对于时尚活力风格的追求，预计未来我们将能在街头看到越来越多的小型SUV产品。（钟 华）

艾考林：用世界顶级室内空气标准做中国的空气净化器

在雾霾重重，PM2.5揪心的时代，空气净化器已经成为人们日常生活的必需和标配电器。作为中国静电式空气净化技术行业的领航者，艾考林（Air clean）一直致力于中国室内空气质量治理的研究和空气净化技术的革新，以世界顶级室内空气标准专做应对雾霾的空气净化器，推出了全球领先的静电式空气净化器，帮助消费者治理室内空气污染，创造高标准的室内空气质量。

据了解，艾考林静电式空气净化器采用了世界领先的双极双电压空气净化技术，集成了国内外主流空气净化技术的优点，处于世界领先水平。这得益于艾考林研发团队从事空气净化器研究、实践近20年，按照国内的应用环境，将世界上最先进的净化技术进行技术创新和升级，通过有效融合艾考林独有的“智能安全控制系统”，两大世界先进技术“双极双电压技术”和“臭氧综合降解技术”，将传统静电技术对0.3微米超细微颗粒物的单次循环净化效率由60%至70%提高到90%以上。

经过国家权威机构的严格测试，在目前北京室外常规背景浓度下，在产品标准的使用面积范围内，经由艾考林空气净化器净化的室内空气质量，能达到并超过美国、欧盟、中国以及世卫组织等制定的一级空气质量

标准。即使是在重度污染的情况下，运行一段时间之后也能达到良好的效果。其中，艾考林空气净化器对PM2.5颗粒物净化效率达到了99%，对超微颗粒有着很强的净化效果，可以高效去除小到0.01微米的微尘，保证室内空气的纯度。

目前，中国空气污染形势严峻，全面污染治理需要时间，但室内污染治理已经刻不容缓。艾考林结合中国的实际情况，针对性地创新静电式空气净化技术，帮助消费者创造超过世界顶级标准的室内空气质量；同时，艾考林的滤芯只需清洗晾干即可无限次重复使用，节省了大量频繁更换滤芯的昂贵费用，既能高效对治室内污染又有绝佳的性价比。

毫无疑问，作为空气净化技术的集大成者，艾考林空气净化器领先全球的技术和出色的净化性能，是消费者自主改善室内空气质量的首选。（魏 文）

购车送保养 广汽三菱24家销售服务店优质服务打造初夏购车季

近日，继先后推出“轻松置换，乐享好礼”置换活动和“轻松贷车123”的按揭购车优惠活动之后，北京、上海、广州、大连、徐州、济南、郑州、武汉、长沙、重庆、合肥、西安、兰州13个城市共计24家的广汽三菱销售服务店再次重磅出击，推出第三重优惠——购车送常规保养政策。即日起至6月30日，消费者在上述广汽三菱销售服务店购买新劲炫ASX、新帕杰罗·劲畅任一车型即可获赠10次常规保养，加上原本就有的2次免费保养，共计12次/台，赠送内容包括机滤清器和机油更换服务。三重钜惠同步出台打造购车最佳时机，让消费者享受到到初夏的贴心服务。

秉承“专”心服务”的服务理念，广汽三菱自首款SUV新劲炫ASX上市以来，就同步启动了优于三包新规标准的“5年或10万公里”（以先到为准）的超长保修期限政策，以及创同级品牌先列的3次免费保养、带有展示效果的快速保养流程等服务政策，力争让消费者安心、放心、贴心地购买和使用广汽三菱的产品，享受到超值的服务。此次广汽三菱24家销售服务店购车送保养的优惠，让消费者不仅节省了大笔保养费用，

还免去了繁复保养程序的烦恼，再配合置换和贷款购车的活动，使消费者从购车到养车全程无忧。

5月车市逐步进入旺季，广汽三菱区别于其他厂家热衷“玩概念、赚眼球”的常规做法，此次拿出最大诚意回馈客户。从“轻松置换，乐享好礼”置换活动到“轻松贷车123”按揭购车优惠活动，再到此次购车送12次常规保养活动，真正贴合购车者真实需求，将优惠落到了实处，致力于为消费者购车带来愉悦。

业内人士认为，广汽三菱新劲炫ASX、新帕杰罗·劲畅两款SUV自上市以来，凭借着自身扎实的产品实力，赢得了消费者的认可和追捧，积累了良好的市场口碑。如今，随着工厂车间双班生产的开展，各个销售服务店现车供应量较为充足，再加上各种优惠活动的陆续开展，此时正是购买新劲炫ASX和新帕杰罗·劲畅的最佳时机。（乐 思）

端午节释放真“野性” 固铂三重盔甲科技让SUV自驾更从容

再过几天，期盼已久的端午节就要如期而至，迎接我们的将是3天小长假。大家都已经开始紧张地准备出行攻略了，打算在小长假里带着全家人去野外自驾游。因为是全家出行，许多人都会首选空间大、高通过性，而且更适合野外跋涉的SUV车型，畅享假日心情。

同时，对于野外自驾游来说，沙石、泥沼等恶劣的路况又会给我们的SUV轮胎带来一次巨大的挑战。一款野外表现出众的SUV轮胎，不仅能够有效降低恶劣路况对SUV造成的各种损伤，还能让SUV的越野性能得以充分发挥，让我们的行程更畅通无阻。采用固铂独有的Armor-Tek3三重盔甲科技打造的固铂DISCOVERER STMAXX轮胎，在专业越野领域有着十分不俗的表现；针对SUV车型，固铂DISCOVERER AT3轮胎，更是被称为“全能王”，穿梭在城市与野外之间，为众多SUV车主所喜爱。

那么，什么是Armor-Tek3三重盔甲科技呢？它又是怎么为我们在野外驰骋保驾护航的呢？大家都知道，常规轮胎采用的都是2层或3层的结构，每层帘线都与钢圈形成90度直角的覆盖形式，胎侧帘线之间需要靠橡胶填充的间隙，是轮胎最大的弱点。驾驶者开着安装常规轮胎的越野车在野外行驶的时候，恶劣道路环境下的尖锐物或者灌木丛等能够非常轻易地顶开胎侧的帘线，直接到达最脆弱的橡胶间隙，从而刺穿轮胎。而固铂DISCOVERER STMAXX轮胎通过2层常规辐射帘线，加上第3层带8度的帘线形成交叉，减小了橡胶间隙，从而大幅提高轮胎的抗穿刺性，使轮胎从容面对各种极端路况。这就是固铂独有的Armor-Tek3三重盔甲科技，它使得胎体强度提升了66%，抗撕裂性能增加150%，让我们不仅可以完美驾驭公路环境，同时还能够轻松地在泥沙和岩石路况下纵情驰骋。

对于SUV而言，主要行驶于公路环境，偶尔会通过野外环境，通常会面临轮胎在野外行驶过程中容易磨损，使用寿命大幅缩短的问题，固铂DISCOVERER AT3完美的兼具了“舒适性”与“耐磨损”的特质，AT3轮胎采用复合花纹块，曲“细”沟槽及错位横向沟槽，降低胎噪，带来舒适的驾乘体验；同时，应对恶劣环境，AT3轮胎采用含硅配方胎面，防止轮胎在泥泞地面打滑，提升了轮胎在湿地的抓地力，此外，AT3轮胎还采用了“深沟槽”技术加深轮胎沟槽，令行驶更平稳的同时更耐磨，从而延长了轮胎的使用寿命，让我们端午节的SUV自驾游更加从容不迫，随心所欲。（陈 丽）

“2014国际家庭日”中国行动论坛在京举办

近日，由国家卫计委家庭发展司和中国人口福利基金会主办的“2014‘国际家庭日’中国行动——聚焦城镇化与中国家庭幸福”公益论坛在京举办。中国人民大学社会与人口学院、清华大学公共健康研究中心、首都经贸大学人口经济研究所的专家学者，以及百余家媒体参加了研讨。今年的5月15日是第二十个国际家庭日，中国人口福利基金会以此行动呼吁社会关注家庭问题，重视家庭在社会发展中的作用和意义。

会上介绍了“创建幸福家庭活动”，发布了由中国人口福利基金会支持的《“二元”社会的“一元“幸福》、《农村老年幸福守门人》、《流动家庭健康小卫士》3个项目报告。同时，邀请各个领域的专家和打工子弟学校校长，以“流动与留守中的家庭幸福”为主题进行了座谈讨论。

我国约有4亿个家庭。家庭是社会最基本的细胞。由中国人口福利基金会联合原国家人口计生委、中国计划生育协会开展的“创建幸福家庭活动”，围绕“文明、健康、优生、致富、奉献”主题，实施“宣传倡导、健康促进、致富发展”三大行动，不断完善有利于提高家庭发展能力的经济社会政策，切实解决城乡家庭在生产、生活、生育以及养老等方面存在的实际困难和问题。

会上发布了中国家庭幸福发展二期研究报告《“二元”社会的“一元”幸福》。该项目针对城市与农村家庭的幸福感进行调研。研究显示，尽管家庭类型不同，但是所有家庭排在前五位的家庭幸福因素具有较高同质性，“夫妻和睦”、“家人身体健康”、“儿女懂事”、“长辈通情达理”、“生活有保障”以及“家人团聚的时间多”等都是不同家庭前五位幸福因素中常见的选项。该研究显示当前城镇家庭的幸福感水平总体要略微高于农村家庭，但城市家庭和农村家庭在影响家庭幸福重要因素的选择以及排序上差别不大。报告最后指出安全问题和社会信任成为城乡家庭的共同忧虑，亟需进行社区建设；养老问题也是城乡共有困扰，养老服务体系建设任重道远；人口流动正从单个流动向家庭型转变，因此为家庭流动提供制度保障，促成流动中的“团聚”是增强家庭幸福感的重要途径。

人基会支持的中国农村老年情绪问题社会干预示范项目，在会上做了主题为《农村老年幸福守门人》的发言。该项目将中国家庭幸福研究的关注点投向中国农村老

年人群，尤其是留守老人群体，搭建了一套在农村行之有效的促进农村老年精神健康的干预方案，促进了老人的家庭关系与社会关系，培训了大批具有专业知识的守门员，建立了针对不同人群的联系和寻访制度，在社会营造了尊老养老敬老的良好社会风尚，产生了良好的社会影响。

北京市西城区兴华小学校长相恒云就“打工子弟学校健康教育促进”项目做了题为“流动家庭健康小卫士”的汇报。该项目通过培训打工子弟学校的老师，对小学生们开展健康教育，借由孩子们改变“新移民家庭”的卫生习惯，帮助家庭形成健康的生活方式。

此外，论坛就社会关心的流动人口问题、城乡差距问题、农村老人相关问题等进行了深入细致的研讨，对于相关问题的解决也给予了详细的建议和意见。（杜 威）

六度领跑从头越 联迪商用谋局新财年

随着中国经济的快速持续发展和结构转型调整，各种新经济和新商业模式推动了中国电子支付行业持续获得了强大的发展。伴随金融中间业务的深入、第三方支付的快速发展，金融POS作为电子支付的主要装备，其需求向更多纵深行业和新型应用发展。

在中国行业发展大周期下，金融POS的需求持续升温，国内主流厂家也受益匪浅。作为国内金融POS的领导企业，联迪商用2013年销售业绩大幅增长，赛迪顾问数据显示，公司年销量一举获得220万台的历史新高，连续6年市场占有率超40%，年增长率超过30%，实现全国六度领跑，在电子支付应用领域创造了又一个奇迹。

厚积薄发 重彩2013年

2013年联迪商用保持传统银行客户占有率第一，其中在工农中建交五大行综合市场占有率超过40%；在新兴的第三方支付行业中，联迪一马当先，在银商、通联获得市场份额第一等佳绩。

到底是什么带动了中国POS企业持续领先呢？联迪商用程翔副总裁认为：至少包含三大方面：技术和品质的领先、口碑和品牌的领先，以及营销和服务的领先。

就联迪商用而言，2013年企业厚积薄发，重彩层出。相继推出的性能最强大的多媒体POS机W280和P990，以及最安全便捷的移动支付产品M35。满足支持手机、平板等多元化的应用模式，确立了安全移动支付的领先地位。荣获了“2013-2014中国金融POS机市场年度成功企业”、“2013年度中国电子商务物流最佳技术装备大奖”，以及“入选2013-2014年度国家规划布局内重点软件和集成电路企业名单”等多项大奖，奠定了良好的口碑。企业在应用开发、快捷响应、服务管理、经验复制等诸方面形成良性循环，反映出了联迪商用强大的营销和服务能力。

竞争加剧 谋变新局

2014年，移动支付、互联网金融被商界热炒，特别是互联网巨头腾讯、支付宝等加入，给POS企业甚至传统银行带来很大影响。中国电子支付行业出现四大特点：快、新、变、强。

快——一是行业发展快，跨行业渗透和发展加速；二是快速全球化，国际企业与国内企业加速渗透。

新——新需求不断产生。行业间竞争和新应用不断催生新应用模式和新商业模式。

变——新支付模式和不确定性。多行业觊觎支付业大蛋糕，新的支付模式加快诞生，而带来的机遇和风险加大了不可预见性。

强——POS企业强者恒强。联迪商用等传统POS厂家在相应需求领域体现马太效应，机会大于威胁。

针对风云变幻的市场，联迪商用大胆前行，以更高的资源平台来应对未来新的变化和机会。2013年，一是成为中国首个加入Visa Ready伙伴计划的设备提供商；二是发布移动支付收单产品M35、M36；三是声波支付、指纹支付等新应用的研发等，里程碑式的发展策略彰显了联迪商用的以变治变，谋变新局。联迪商用正加快积累应对行业新变局的能力和实力。（张 宇）

兴邦产业独家秘笈：“海陆空”三位一体整合运营模式

互联网的商业模式可谓百花齐放。传统型的门户网站以及成长型的搜索引擎、电子商务、网络旅游、分类信息等商业模式都已经逐渐成熟。但当今的互联网企业依然存在线上线下结合不足、物流配送能力欠缺、缺乏安装维修等售后服务体系，很难满足企业厂商以及消费者的网购需求。

为弥补现在互联网的不足，兴邦产业总裁姚晓宏经过10多年的研究，不断走访欧美发达国家，学习吸收外国的互联网经验，并广邀各界精英，独创了“海陆空”结合的创新互联网模式，实现互联网、平面促销专刊、智能终端软件“海陆空”三位一体的整合运营模式。

“海”：居无忧家居商城及本地服务平台

在互联网领域，兴邦产业旗下居无忧以家居商城为主体、以本地生活服务信息做配套支撑、以新闻资讯有效补充行业信息，为消费者搭建一个集“销售、服务、信息”三位一体的综合服务平台，在全国3000多个县区成立渠道服务站，解决电子商务最后一公里配送、安装、维修维护等难题。并发展包括商家会员、技工会员、特殊会员在内的会员，通过居无忧银行联名卡享受折扣、返佣的方式为厂家进行导购，解决网商的销售难题。

“陆”：居无忧促销专刊

为了更好地配合居无忧的加盟厂商，帮助其进行宣传推广，兴邦产业特推出《居无忧促销专刊》，专门为加盟居无忧的家居建材企业、本地服务商家提供促销信息发布的平台，通过落地专刊的服务，帮助企业、商家扩大知名度、提升销量。

“空”：求应智能软件

求应手机智能软件是一个集现代搜索引擎、智能软件、消费导航地图、商机查询、慈善基金、求应公民、网址导航、企业百科等为一体的综合应用平台，在为大众提供便利的同时，能为居无忧加盟企业、商家直接引来流量，提升销量。

“居无忧”依托“求应智能软件”，把消费者的每个需求转化成一个个用户订单，并且不用守着店铺就能接收到无数用户的采购需求信息。哪怕你在旅行，各种订单都会主动通过求应软件发到你的手机上。并结合《居无忧促销专刊》等“居无忧”线下的服务团队进行宣传、促销。这是真正意义上实现了互联网、平面促销专刊、智能终端软件“海陆空”三者的有机结合。（肖 忠）

抓住长假的尾巴 伴K3周末短途之旅

五一长假倏忽3天，错峰出行游兴未减。抓住长假的尾巴，享受自驾的乐趣，东风悦达起亚K3伴您启程。周末短途行，说走就走。

K3的外观由简约线条和精炼平面结合，外形更具肌肉感，动感、大气且时尚。K3的长宽高几乎达到中高级汽车的超大空间水准。在运用高档、环保材质的车舱内，K3在配置上作出了精雕细琢的越级突破。K3一键启动、兼具加热和两组记忆功能的电动通风真皮座椅，以合理经济的性价比，举家跨越体验超前高配置；合理布局、时尚的仪表盘和按键，兼具换挡拨片、方向盘加热、定速巡航、智能钥匙、含TFT显示屏超级仪表盘等越级科技配置功能，让科技之光笼罩后假日时代的举家出行。

悠游周末行，K3乃心仪之选。（李 琳）