



现代汽车集团氢燃料电池车实力：从最早到最强



穹顶之下,环保技术如何从概念落实到实践,现代汽车集团有着丰富经验。2013年2月,现代汽车集团首次量产独立研发的氢燃料电池版ix35(ix35 FCEV),成为全球首家量产氢燃料电池汽车的制造商,其生产体系比大众、丰田等企业至少提前了两年。此后,这款车型逐步进入欧美政府及企事业单位推广。凭借先进的研发技术和丰富的应用经验,现代汽车集团成为当前全球氢燃料电池汽车领域的第一品牌。

作为环保汽车战略的重要部分,近日,现

代汽车集团与韩国光州市政府合作创立发展氢燃料电池的“创造经济革新中心”,韩国总统朴槿惠出席仪式并抱以殷切期望。2015年,将成为现代汽车集团在氢燃料电池汽车市场化发力冲刺的关键一年。

行业领先:首次量产IX35 FCEV性能卓越

欧美等发达国家在2000年以后才加速对氢能源的开发和基础构建,而现代汽车集团无疑是氢燃料电池车研发领域最早取得显著成绩的汽车制造商:1998年开始研发,2000年

11月首次推出了圣达菲氢燃料电池车;2006年独立研发成功途胜氢燃料电池车;2013年2月,第三代车型ix35 FCEV首次量产,对全球汽车进入环保时代意义深远。

ix35 FCEV搭载了一套输出功率100千瓦的燃料电池系统,两个氢燃料存储设备,续航里程达594公里,最大功率134马力,最高时速160公里,可媲美一般中级汽油车。据统计,100万ix35 FCEV(2.0为准)可替代1GW级核电站10个,年均减少排放二氧化碳210万吨。与普通燃油车型相比,ix35 FCEV另一大优势是在零下20°以下还能正常点火行驶。

值得一提的是,核心零部件难以量产一直是制约各大厂商的瓶颈,而现代汽车集团率先攻克这一难题,包括驱动马达、电子功率零部件、锂电池包及燃料电池集成模块等在内的零部件成功实现全球首家量产。据悉,在今年成立的光州“创造经济革新中心”,现代汽车未来将投入150亿韩元“氢气基金”来开发燃料电池零件。

推广应用:欧美大客户先行试水

现代汽车集团在推广氢燃料电池车应用方面不遗余力,更注重积累而非急于求成。业内人士指出,现代汽车集团与全球各国先期合作推广应用的氢燃料电池车数量十分可观,而ix35 FCEV显著的环保效果和行驶性能也获得了欧美各国政府及权威机构认可,为即将开展的市场化应用积累了丰富的经验和良好口碑。

2013年,现代汽车集团再次被欧盟执行委员会评为“氢燃料电池车示范运营商”,并向丹麦哥本哈根和瑞典斯堪尼亚分别出口15辆和2辆氢燃料电池车;其英国客户包括伦敦交通局、能源燃料公司、工业或特殊气体制造商以及贵金属生产制造商等,现代汽车集团还将与英国政府合作,计划从2015年开始正式向公共机关和个人出租氢燃料电池车;2014年,ix35 FCEV在美国加州举行上市仪式,首批汽车将通过租赁方式使用,意味着量产氢燃料电池车开始在美进入商业发布阶段。

2015年2月,现代汽车集团与西班牙大加纳利岛地方政府达成协议,计划通过出租车和

租赁汽车行业来普及推广氢燃料电池车。当地官员表示:“在欧洲,我们岛的电费最昂贵,所以发展新能源汽车当中的氢燃料电池车是最合适的选择。”

氢燃料电池市场推广的最大障碍是加氢站不足。目前,欧美等国已启动了相关推广和建设充电站等战略。德国计划到2023年建成400个氢燃料站;美国加州到2017年达到68个;日本计划今年发放200~300万日元的补助金,到2025年构建1000家氢燃料站;韩国计划到2025年增加到200个。

此外,价格也是氢燃料电池车推广的拦路虎。在韩国政府的大力补贴之下,日前韩国本土ix35 FCEV价格已降价43%,售价为77189美元,为消费者带来更多实惠。

现代汽车集团相关负责人表示:“相信随着充电设施的完善和价格壁垒的突破,将有助于氢燃料电池汽车的普及应用,现代汽车集团将继续加大研发投入和推广力度,让更多普通用户享受到环保汽车带来的便利和洁净。”(杜威)

穹顶之下 开劲畅脱离“霾伏”

“你有多久没有见过蓝天了?你见过真正的白云吗?”柴静新作《穹顶之下》里面两个简单的问题如一颗深水炸弹,让雾霾再次成公众关注热点。阳春三月,想要远离雾霾,享受春暖花开的盛景,你无疑需要一辆像劲畅这样性能过硬的SUV,去远郊野外洗肺,做个自由呼吸的幸福之人!

认真看过纪录片《穹顶之下》的人都意识到,雾霾最大的“杀手”就是PM2.5,而肉眼能看到的颗粒物,最小也是PM2.5的20倍,也就是说,这是一场看不见敌人的战争。应对雾霾天气的最直接措施,就是防止PM2.5等有毒颗粒物和气体的吸入。

劲畅的空调系统具备良好的空气净化功能,通过不断循环作用来有效阻挡对人体造成危害的PM2.5等毒素。笔者利用清华大学团队研发的PM2.5实时测量仪进行测试,先将劲畅的车门打开通风一段时间,然后关好车门窗,打开劲畅全自动空调,调到内循环模式,车内PM2.5指数为233微克/立方米降到PM2.5指数为1微克/立方米,仅仅只需3分钟。有了劲畅空调系统打造的清新、健康的车内环境,即使在雾霾天车主也能尽情呼吸,脱离“霾伏”!穹顶之下,不只是柴静一人在困扰。雾

霾在我们的生活中已无处不在,想要远离雾霾,亲近更多蓝天白云,我们无疑需要像柴静说的那样,从出行这种身边小事做起。除了5公里以内不开车,选择一辆动力充沛又节能环保的好车,也是越野人能作为天空、为自己、为子孙后代能够贡献的绵薄之力。而配备了采用三菱独家MIVEC技术的6B31型V6铝合金发动机的劲畅,无疑是越野人不错的选择。

三菱创新式气门正时电子控制系统发动机技术MIVEC,充分体现了三菱发动机技术的最高成就。该技术可改变气门正时和升程控制,在满足动力需要的同时,确保卓越的燃油经济性。MIVEC技术能使发动机在低转速时输出更大的扭矩,同时又能在中高速时平顺地提供更大的动力输出。以劲畅3.0L车型6B31型V6铝合金发动机为例,在4000转的时候,其扭矩可达惊人的310N·m;到6000转时,则最高可输出185kw功率,甚至超过某些3.5L排量的车型。有这样充足的动力储备,无论你是想登牛背山远眺,还是涉水去乡村河畔散心,劲畅都能满足你逃离雾霾去洗肺的愿望。

另外,在发动机压缩比这一汽车最核心的节能指标方面,劲畅表现也不一般。一般而言,压缩比越高,不仅动力越强,车



辆加速性、最高车速等也会相应提高(这也是6B31发动机转速表现出色的另一原因),其热效率和节能性也会更好。劲畅3.0L排量6B31发动机压缩比在10.4-10.8之间,在同级车型中可谓是高标准,加上MIVEC技术的配合,可以最大化提高燃油效率,减少燃油消耗(2.4L舒适版综合工况油耗仅为10.7L/100km),表现可谓杠杠的。

虽然大部分普通人不可能有时间去参加一家环保组织,但是响应环保号召,日常短途代步尽量不要开车,这只是举手之劳!如果只在周末全家出游使用的话,一辆具有七座大空间的劲畅就可以坐下全家人,再合适不过了。和朋友出去玩,还能留住蓝天做一份贡献,你好,我好,大家好,两全其美,岂不快哉!

阳春三月,阳光正好,一起开新劲畅出门旅行吧! (芳芳)

第九代索纳塔奏响进阶最强音 北京现代演绎中高级车“三部曲”



随着第九代索纳塔的即将上市,一场厮杀也将在中高级车市场展开。北京现代能否赢得这场战役?第九代索纳塔将为北京现代带来怎样的影响?

如果说,北京现代在2011年推出第八代索纳塔,拼的是背水一战的勇气的话,那么,那么,第九代索纳塔的推出,北京现代则有了更多的笃定与底气。

攻占中高级车市场三部曲

中高级车市场,是每个汽车品牌都想有所作为的市场。在此级别市场立足,方能对消费者形成品牌示范作用,真正提升品牌含金量。

北京现代真正对中高级市场有所作为的车型,当属第八代索纳塔。第八代索纳塔上

市前,日系三强占位已久,德系南北大众不可小觑,美系通用福特不甘示弱,韩系车则无太大建树。2011年4月第八代索纳塔上市,创新性地开辟了“个人高端”这一新的细分市场,仅用了6个月的时间月销就突破一万辆。“月销破万”被视作中高级车市场主流与非主流的区别,第八代索纳塔终于一举打破了旧有市场格局,完成北京现代在中高级轿车市场从无到有的质的突破,撬动“美日欧”三强地位,从此,韩系车成为中高级市场不可低估的重要力量。

随着中高级车市场竞争不断升级,仅凭第八代索纳塔的单军作战,已不足以应对。北京现代亟需再引入一款中高级车,壮大队伍。2013年11月,北京现代中高级车名图一经上市,月销量就轻松过万,成为中高级轿车市场的又一股新兴力量。名图主要以简约适用的1.8L为主,而第八代索纳塔则主要面向2.0L以上的市场,并突出强化2.4L的销售,由此形成错位布局。

名图和第八代索纳塔携手作战,互为弥补,名图主攻14万元至16万元区间,第八代索纳塔守住16万元至18万元的区间,2014年

全年合计销量近19万辆,达成了索纳塔单车销量的1.5倍,两车很好的完成了稳固并逐步扩大中高级车市场份额的任务。

奏响最强音符

定位“新动力高端智能座驾”的第九代索纳塔,外观采用最新的流体雕塑2.0设计理念,突破性的引入1.6T涡轮增压发动机+7DCT双离合变速器,使动力配置领跑同级,搭载多项智能科技配置,体现了北京现代在设计美学、动力、科技革新以及智能面的巨大进步和最高水准。

通过名图、第八代索纳塔、第九代索纳塔3款车型富有层次的阶梯布局,北京现代将实现在中高级车市场的全覆盖,进而巩固市场竞争力,实现D+S从2014年的42%提高至50%,持续提升品牌力。在中高级车市场,第八代索纳塔实现了从无到有的突破,名图完成了稳固市场地位的重任;第九代索纳塔将以新一代旗舰领军车型的身份实现从有到强的跨越,极大提升了北京现代品牌在市场和消费者中的口碑和影响力,将北京现代的产品和品牌带向一个全新的境界。(小雨)

主流820M炫彩本 华硕W419LD时尚全能

什么样的本本才叫全能?当然是外观与性能兼具,娱乐和办公皆能。华硕W419LD不仅有着奔腾黄、中国红、深空蓝、典雅黑、商务黑的多彩靓丽外观,更强势搭载了NVIDIA GeForce 820M主流显卡,具备超越主流笔记本的高性能表现。游戏、影音、办公、学习一机掌控,华硕W419LD你的高性价比超值首选。

多彩靓丽外观 820M强性能

除了如此多彩靓丽的外观,华硕W419LD还搭载了NVIDIA GeForce 820M主流显卡,在普通模式下都可保持40帧以上的流畅运行。特殊设计的锂聚合物电池,拥有较之普通电池更多3倍的使用寿命,日常办



公可达5小时以上(视具体情况而定)。除此之外,该机还有着USB3.0高速传输端口的实用设计,能够实现对手机的快速充电,充满一台iphone只需1个小时,相较普通USB接口节省了近一半时间。

独家美声大师 后置散热出风口

华硕W419LD特别采用了独家SonicMaster美声大师音效技术,使本本的音效进行了彻底改造,并呈现出了至真至纯的天籁美声。全新后置式出风口散热方案,相较主流侧面出风口机型可有效降温10%以上,即使长时间高负荷运行依然可以保持掌心处清凉。

多彩靓丽的时尚外观,超凡迅捷的性能表现,以及便捷实用的独家配置,华硕W419LD超越性价比的全能之选。现在,华硕还推出全系列精美笔记本周边产品(背包、键盘膜、屏幕膜、同步数据线等),详情请点击:<http://event.asus.com.cn/2013/1225yNB/>。(常乐)

嘉里大通成立30周年 感谢有您陪伴

近日,亚洲领先的第三方物流服务供应商嘉里物流联网有限公司(以下简称嘉里物流,股份代号636.HK)于中国区总部北京举办题为“感谢有您陪伴”的庆祝酒

会,恭贺其中国大陆品牌嘉里大通(KEAS)成立30周年。嘉里物流主席杨荣文、嘉里大通物流董事总经理陈健寰、副董事总经理耿昊等29名高管及员工代表共同出席。

嘉里大通目前已在32个省份拥有130多家分支机构,员工超过7000人,主客户涉及七大行业,营业额逾45亿元。

(红心)

打印更安心——爱普生OPS打印合约服务

今年春节期间,伴随着响亮爆竹声的是全国各地纷现的“雾锁迷城”景观。就在春节前夕,全国超过130个城市出台烟花爆竹禁放措施,530余个城市出台限制造燃放政策。爱普生让办公打印更安心

令人感到欣慰的是,已经有打印机厂商积极采取行动,努力为用户创造一个安全安心的室内办公环境。其中,爱普生推出的OPS打印合约服务可以称之为典范。

实际上,送到国家办公设备及耗材质量监督检验中心的爱普生打印机就是OPS打印合约服务中的代表机型,采用爱普生核心技术—微压电打印技术,正是这种技术,使OPS打印合约服务中使用的打印机机型和激光打印机在打印原理上有本质区别,利用压电芯片实现机械式的喷射墨水,无需加热,这期间的能耗仅为激光打印机的1/20。

值得一提的是,爱普生OPS打印合约服务更是深刻践行“服务”二字,用户享受定期



上门升级管理设备的服务,通过及时补充耗材,检查零部件的运行情况,保障打印机始终处于良好的工作状态,可谓是“一站式管家服务”。

安心的办公环境、量身定制的付费方案、高效的服务模式,爱普生OPS打印合约服务正在努力为用户创造一个高生产力、安全安心的办公环境,用户终于可以仅仅专注于打印本身,打印工作从此简单又省心!(乐迪)

阿玛尼遇到苏州 园林会奖绽放独特光彩



日前,世界顶级奢侈品牌阿玛尼(Giorgio Armani)发布其名为“苏州·牡丹”的高级定制香水新品,引发业内高度关注。而在苏州拙政园举办的一场新品发布会,又将全世界的目光吸引到了苏州。

阿玛尼为何选择“苏州·牡丹”作为其新品的命名,又为何选择拙政园作为其新品发布的场所,这个话题成为社交媒体的热门话题。

近一年来,为了打响“园林会奖”品牌,发展苏

州会奖旅游,吸引更多世界级、高端会议在苏州召开,苏州市旅游局专门成立了苏州会奖旅游推广中心,着力推进“园林会奖”、“湖畔会奖”等高端特色会奖产品在国内外的推广和营销。在旅游、园林、宣传、商务等部门的共同努力下,苏州“园林会奖”为代表的会奖产品在去年底召开的中国会议产业大会上一经推出就引起了业界的高度关注,苏州也获得了“最具魅力的会奖目的地”称号。

目前,旅游和园林部门还联合启动了“园林会奖”商标注册。力争用带有浓厚“苏式”风格的会奖产品吸引来自世界各地的高端客源的关注,抢占旅游产品价值链中高端市场份额,进而优化来苏州的游客结构,实现旅游产业的转型升级。进一步做大做强苏州旅游经济,让更多国际国内的知名品牌与苏州相融合,绽放出新时代的园林会奖新活力!(陆科)

三星高端生活家电亮相家博会 便捷生活触手可及

近日,中国家电博览会(AWE)在上海举行,国内外众多家电巨头亮相本次展会。作为国际消费电子领导品牌,三星强势推出2015年生活家电新品:一改冰箱传统门体形态的品式多门冰箱追求更大空间更精确控温、创造全新洗涤体验的全自动洗衣机提供一站式洗涤方案、空气净化器AX7000帮助三星完善居住空间空气质量全套解决方案以及满足智能家居需求的机器人吸尘器POWERbot VR9000等。此次三星生活家电集中展示,被业内誉为“生活家电的又一次人性化升级”。面对中国消费者渴望生活家电更便捷、更实用的需求,三星已经做足充分准备。

本次家博会上,三星电子大中华区生活家电营销副总裁谢辉在接受采访时表示:“三星的每一次技术创新都离不开对于消费者需求的深入研究,完美的产品性能表现、空间优化以及精湛设计是三星一直以来的产品研发追求。我们希望能通过不断努力为消费者提供更加舒适、便捷的生活环境。”这样不但为消费者带来非同寻常的生活家电体验感受,



也增强了与消费者的互动交流。据悉,三星未来将在线下终端门店构建这种互动性更强的开放式家居馆,以增强消费者在终端的购物体验。并且,中国市场是三星在全球第一个实施开放式家居馆展厅布置的地区,重视程度可见一斑。

2014年,三星生活家电以令人瞩目的市场业绩,成为全球发展最快的生活家电品牌,冰箱市场占有率稳居全球第一,洗衣机同样跻身全球前三。以消费者洞察为创新源泉,经过几年的耕耘,在技术、市场等方面,三星已然逐渐成为行业领导者。(张伟)

法系小排量增压欲抢先大众?

只要雾霾存在一天,前些天发布并引起广泛热议的那部著名纪录片的余音便不会绝断。近年来,一方面伴随着海外排放标准的日趋严苛,另一方面国内以排量作为补贴和税收标准的推出,环保优势和政策补贴,即便矜持执拗的奥迪、宝马、奔驰,也相继放弃大排量自然吸气发动机,转而投向排量更小的增压发动机。法系继1.6THP之后,“E动战略”中的另

外一款增压发动机就是1.2THP,此举拉开了在华“小排量涡轮增压”的序幕。其中,东风雪铁龙C4L 1.2THP将在即将召开的上海车展上亮相,而大众高尔夫7 1.2T等小排量涡轮增压车型也将密集推出。

在小排量+增压化的大潮下,抛开法系“截胡”大众的事实,我们也似乎有了选择和答案。(高德起)