# 中国品牌力指数公布：北京现代荣登榜首

近日，品牌评价机构Chnbrand发布了2015中国品牌力指数SM（C-BPI）报告。报告显示，在汽车行业C-BPI排名中，奥迪位居豪华车品牌第一；北京现代则荣登主流车榜首。

中国品牌力指数（China Brand Power Index，简称C-BPI）是在工信部指导下，由品牌评价机构Chnbrand于2011年起实施的调查项目，也是中国首个品牌价值评价制度。

从C-BPI得分看，豪华车市场品牌排名

前三均为德系品牌，分别是奥迪、宝马、奔驰。在更受消费者关注的主流车品牌排名中，北京现代以319.2分成绩位列第一，紧随其后的为上海大众、别克和东风日产，呈现美、德、韩、日、法系群雄争霸的格局，以北京现代为代表的韩系车则上升明显，在21个上榜品牌中，另一个韩系品牌东风悦达起亚也榜上有名，位居第15。

此项调查结果，来自于消费者对拥有或使用过的汽车产品和服务的反馈意见，并在此基础上进行独立研究做出的。很大程度上代表了消费者对汽车品牌的认知度和接受程度。北京现代在此次调查中力压上海大众、别克等品牌获得第一名，也反映出了韩系汽车品牌在产品和服务方面的快速进步，以及消费者对韩系品牌的认可和接受。

北京现代在短短13年里实现累计产销650万辆，稳居行业第四的成绩，产品品质是最核心的基础。品质经营的思路从创立之初就被贯彻到“设计-采购-生产”各环节当中，北京现代在产品质量与可靠性上的进步有目共睹。在J.D.power公布的《2014年中国新车质量研究SM（IQS）》中北京现代排名第二；同时在《2014年中国车辆可靠性研究SM（VDS）》的主流品牌排名，和《2014中国汽车性能、运行和设计研究SM（APEAL）》新车魅力排名中，北京现代同样取得了第二的好成绩。

服务是一个全面的体系化工程，除了硬件设施的改善，在软件提升方面，北京现代的做法是，通过实施推进VOC工程（听取客户声音的质量改进系统和产品改进系统），建立起7▮24小时全天候服务的响应机制，售后服务呼叫中心共用60余个IB坐席，针对客户投诉做到了24小时响应率97.5%，24小时关闭率53.1%，这个比例已经达到业内领先水准。其次，应用远程诊断、移动互联服务等手段实现数字化服务，提升服务便利性，同时通过CRM管理的实施，以APP、微信等新的沟通方式，增强与客户的互动，全面提升客户服务体验。

此次北京现代获得C-BPI主流车品牌力第一的成绩并非偶然，而是近年来在销量和品牌力不断攀升的结果。通过苦练内功，打造全面均衡的体系力，以更加完善的产品和人性化的服务，为北京现代品牌力的提升打下了坚定基石，这种付出与坚守也将帮助北京现代在中国汽车市场走得更远。 （董 昕）

# 自驾游租车首选，时尚新劲炫hold住“小清新”

最美人间四月天！去“小清新”的城市约会旖旎风光，吹吹海风，拍拍照片，将是一次最赞的旅行。而要想自由随性地拥抱这份惬意，对于暂未购入私人座驾的朋友来说，时下流行的租车自驾无疑是最好方式，让你既能免除旅行团的强制购物，又能逃离公交拥堵，还不用为打出租车耗时费心。那么，租车自驾到底选哪款车好？小编诚意推荐“时尚时尚最时尚”的高性能SUV新劲炫！

**视野杠杠、动力满满，时尚新劲炫和“小清新”风更搭哦！**

来到“小清新”风格的城市，自然少不了拍文艺大片，因此，座驾外观选择不可马虎。新劲炫沿袭三菱著名赛车EVO的外形风格，采用经典鲨鱼嘴设计，加上不怒自威的HID前大灯、动感上挑的腰线，运动感十足，配以文艺清新背景，“动感+森系”的混搭风别有风韵，怕比你更抢镜哟！

相比轿车，SUV较高的底盘无疑能带来更好视野。新劲炫195mm的离地间隙，在同级中属于佼佼者，这样的底盘高度无疑能让你有更开阔的视角欣赏蓝天绿树，分分钟享受融入春光之中的愉悦快感。

租车自驾，也是为了自由畅快。轿车虽然平稳，却缺乏激情，还不如安坐家中做个安静的宅男子。既然选择了远方，便只顾激情澎湃，新劲炫2.0L车型搭载日本原装进口的4B11发动机，最大功率达123kW/6000rpm，峰值扭矩达197N·m/4200rpm。够劲的动力，给力的操控，定能让你感受如风一般的自由。或在花丛草绿间，或在碧水河海旁，开着新劲炫一骑绝尘，一边享受浑厚动力推背感的按摩，一边欣赏沿途美景，感觉一定棒棒哒！

**舒适便利“劲”享惬意旅途，有扎实群众基础更放心**

旅游的目的本是休息放松，为了享受更惬意的体验，租用车辆除了动力操控要好，内饰设计的舒适性和便利性也非常重要。在这方面，新劲炫也做得十分到位。

新劲炫前后排座椅设计十分合理。前排座椅不仅头部距离较为宽敞，还有一定的包裹性，符合人体工程力学，坐起来比较舒服。后排座椅

则配备了中央扶手带杯架，可以为乘客的肘部提供支撑，提高乘坐舒适性。

在车内配置方面，新劲炫还配有GPS导航、后视镜电动折叠等方便出行的设置，影音系统、定速巡航、蓝牙控制、镁合金换挡拨片等配置更是紧凑分布在方向盘四周，操作起来十分方便。如果出游行李较多，新劲炫后备箱容积为384L，后排座椅放倒时，完全可以放下两三人的旅行行李。而且，车内中央扶手后配有与后备箱直接连通的开口设计，在座位后排即可取用后备厢中的小件物品，相当贴心。

人间四月正芳菲，再不出发就晚了！赶紧抓住春天的尾巴，租一辆新劲炫说走就走吧！

（刘 颖）

# 大众福特纷纷让利 北京现代以“息”跟进

朋友圈这两天很忙，除了纷纷弘扬饭桌主旋律之外，就是车企间互相隔空“掐架”，赛着比优惠并被大量转发，让准备买车的人“乱花渐欲迷人眼”。

先是上海大众针对途安与POLO，进行8000元至1万元的官方降价促销活动，接着是长安福特除新蒙迪欧、锐界外，全系送免购置税。整个坊间，谁“价”了谁，只是“大众”的茶余闲话，谁又“税”了谁，不再是“特”别的八卦新闻。

随即北京现代则是“贷”出财富新生活。除ix25外，北京现代全系车2年免息，相当于节省5000元至2万元利息。北京现代新上市的第九代索纳塔，更是推出3年免息活动。

北京现代则推出全系车型2年免息，只是这全系2年免息的帐要细细地算一算。也就是说，消费者减去首付，贷款总额可以拿去投资，反正免2年贷款利息。以一款15万元的车为例，首付30%，即4.5万元，贷款总额10.5万元，2年期利息全免，省了1万多块，这是第一块蛋糕；第二块蛋糕就是，消费者手里又有10万多元资金可自由支配了，随便做个2年的保本理财，赚个1万多块的利息，那是轻松搞定的事情。采用金融杠杆，鼓励消费和投资两不误，解决客户消费与投资不能兼得的困扰，变相给客户带来实质财富收入，追了一把国家大众创新万众创业的大潮流。算账有点复杂，但政策意义的确深远！

日前，沪指站稳4000点，再创7年新高，股市万亿成交已成常态。要是眼光运气好，买个把涨停股，翻倍也是指日可待。即便不炒股，最保守的理财产品，年收益最低也在5%以上。

另外，现在房贷新政频出，买车和买房何以兼得？多出这10万多元作首付，又可省下一笔房贷利息。再或者，拿这10万多元，作为创业的启动资金，买车创业两不误。

再看这场车企大战的几位主角，这边“贷”大家去赚钱的“金主”北京现代，近年风头甚健，目前稳坐行业第四把交椅，拥有600万量级的消费群。新近推出的第九代索纳塔，携“T”而来，“科技”傍身，颇有搅局之势，一时间在中高级市场激起千层浪。“掐架”的另两家车企上海大众与长安福特也是各有来头，一个稳坐行业前三甲，一个增势不俗，在第一季度赶超东风日产，排名行业第五。

究竟哪家车企推出的“福利”更划算？应该说是各有所“值”，上海大众官降的简单直接，当下最划算，不过降价车型只有POLO与途安两款；长安福特免购置税，相当于少付车款的8%，所购之车越贵，省下的越多，也是实惠在眼前。北京现代2年的免息，不仅少付5000元至2万元利息，更可将现“贷”的钱，用于投资，赚取未来。消费者可根据自己的消费喜好与理财方式，选择最适合自己的心仪之款。 （常 乐）

# 佳倍家用榨油机荣获意大利都灵艾尔特工业设计金奖

日前，2014意大利都灵艾尔特工业设计奖评选活动在意大利都灵落下帷幕。作为世界最高规格的设计奖项之一，在来自全球51个国家共4352件产品的角逐中，南京东科佳倍电子科技有限公司的佳倍家用智能榨油机产品荣获意大利都灵艾尔特工业设计金奖。“意大利都灵艾尔特工业设计金奖”的获得，不仅仅代表此产品的杰出设计品质在国际范围内得到确认，还意味着该产品获得了设计与商业范围内最大程度的认可。

据了解，艾尔特工业设计奖是国际上最著名的奖项之一，素有“设计界的奥斯卡”之称。评选一直秉持公正、专业的原则，以设计质量、完成程度、材料选择、创新程度、环保、功能、安全性等作为指标对参选作品进行评价，保证入选产品的设计能够为用户创造最佳使用体验。作为全球家用榨油机的领军者，佳倍这款小型榨油机是目前唯一一个获得此殊荣的中国小家电产品。

记者了解到，本次评选活动中，佳倍家用榨油机在产品品质、设计创意和使用体验等评选指标上都达到了世界一流水平，获得了专家评委的高度认可，被授予艾尔特设计奖。业内人士认为，这些产品凭借卓越的产品品质和便捷的人性化设计使人们获得了完美的家居生活体验，体现了产品设计改变生活的设计创新内涵，势必引领全球工业设计发展新方向。 （王 梅）

# 中国诚信品牌万里行河北站活动拉开帷幕

近日，由国家多机构联合举办的绿农杯中国诚信品牌万里行活动在革命圣地西柏坡拉开了帷幕。河北绿农集团副总经理孙炳军代表来自全国各地的176家企业400余人致辞。

河北赵王集团有限公司、遵化市双剑农机具制造有限公司、石家庄宁而乐牛蒡工贸有限公司、河北超亚电子科技股份有限公司和河北魏县龙翔粮油食品有限公司、河北荣泰农业开发有限公司、河北昶乾建材有限公司、河北嘉博农业科技开发有限公司、华药集团华维公司等企业分别被授予全国诚信推荐品牌称号。 （张 鑫）

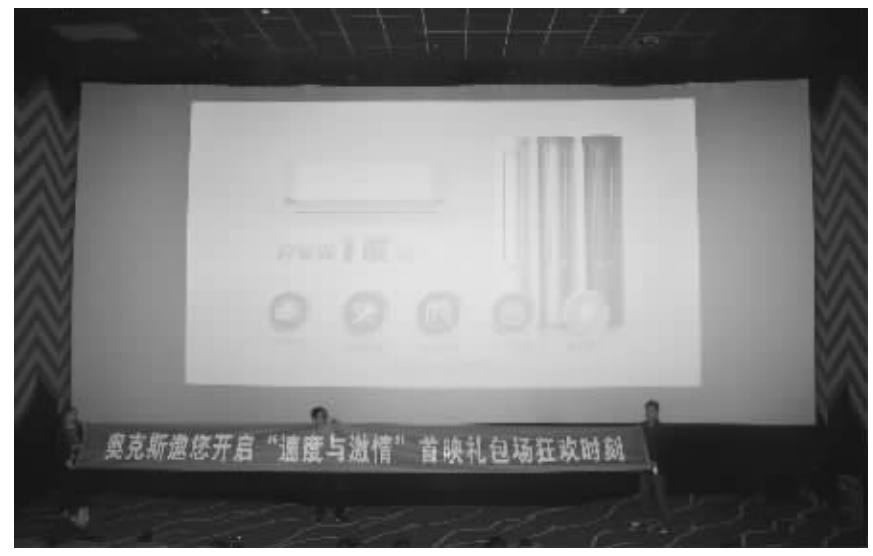
# 北迈网新版上线 打造汽车后市场生态化产业链

近日，中国最大的汽车零配件销售及快装服务平台北迈网（www.beimai.com）在北京五洲皇冠国际酒店举行了新版上线发布会，会上北迈网全新推出基于汽车后市场生态化产业链的电商服务平台（B2C&O2O）。

目前，北迈网拥有全国最大的个人车主用户群，通过打通汽修厂、配件商两个产业关键环节，致力于向车主提供正品配件和完美的客户体验，并基于客户信任，开创了独立子品牌“迈氏”，逐步形成“以客为尊，合作共赢”的自然生态化产业链。“迈氏认证”服务，通过与零配件进口商、核心经销商强强联手，向车主提供正品配件，并做到“品质100%可溯、渠道100%可溯、服务100%可溯”，让车主买的放心、用着安全。对于所有迈氏品牌和迈氏认证配件，北迈网和中华保险合作，承保3000万元产品质量保险。

（杜 威）

# 空调业上演奥克斯版“速度与激情”




备受关注的国际大片《速度与激情7》正在中国上映，来自中国空调业领军企业奥克斯，不仅成为《速度与激情7》在中国空调业唯一品牌合作伙伴，同时还提前在今年一季度空调市场上演现实版的“速度与激情”。

面对今年以来空调市场“开盘士气低迷、消费需求疲软”等不利局面，奥克斯空调在市场上紧贴商家和消费者，不仅通过雪龙系列、睿系列新品全面引爆中高端空调市场消费热潮，还通过3月底打响一轮“空调只卖999元，价格回到10年前”重磅促销战役，引领了整个空调市场价格战新走向，实现“市场开门红”。

**一夜回到10年前的速度**

无论是用短短10年时间从空调业500名之外的小企业，迅速成为跻身空调业一线领军品牌的崛起扩张速度。还是在短短18个月时间撬动企业新一轮“转型升级”战略实施，并完成从企业精品研发平台建立、品质保障体系打造，到用户口碑体系的立体化转型速度。

这让奥克斯以“一夜之间”的速度，让空调价格回归10年前的同时，也完成了对空调市场所有企业价格战的“秒杀”，最终释放出了奥克斯的“速度制胜”爆发力。也让整个空调市场在3月底迎来了一轮市场需求爆发。

这只是奥克斯速度制胜在市场竞争中一次“水到渠成”试水。对于奥克斯来说，在当前的空调产业背景下，除了要保持企业的稳步增长，更为重要的则是面向未来市场的战略布局和创新布局。

**激情的营销跨界**

作为《速度与激情7》在中国地区的品牌合作方，奥克斯与各大影视娱乐节目的跨界合作并实施娱乐营销，经过多年发展已经进入“如火纯青”的阶段。

站在2015年空调市场发展的新起点上，奥克斯空调围绕新一轮“转型升级”，再度提出了“品质百分百、创新百分百、服务百分百”的转型新目标。毫无疑问，这将会给这家连续4年斩获中国企业营销创新领域最高奖——中国营销创新TOP大奖的奥克斯，注入新的发展激情与动力。

这也将会给今年空调市场上的众多经销商和消费者们，带来可持续增长的动力。

（杜 威）

# 过亿实业让利加盟 人本鞋业招商还是蛮拼的

千里之行，始于足下；万年基业，起于人本。在中国胶鞋名城（瑞安）中历经30年风雨的龙头企业——人本鞋业，正面向全国招商加盟。人本鞋业发展蓝图，正诚邀你我携手规划，人本鞋业30年品牌绽放光辉，正照耀你我进入一个全新创业时代！

**胶鞋技术顶尖，产值过亿**

人本鞋业位于浙江瑞安，创于1985年，拥有30年成长史，以3.5万平方米厂区的占地面积，藏于瑞安流水假山之间。这家6万多平方米的瑞安绿色园林，坐拥10条胶鞋生产线，主要技术经济指标居国内胶鞋行业前列，位居瑞安市工业50强，产值目前已达到2亿元。

**物美价廉，炫酷时尚**

人本旗下所有鞋子均定价在百元以内，拥有男鞋、女鞋、童鞋三大类上百个花色品种，不仅坚持做“纯天然”橡胶鞋，还紧盯国内女鞋发展，对年轻用户群推出独到的姐妹系产品，以大胆的撞色与扎实的胶鞋工艺，成为时下青年爱不释足的时尚玩物。

**提供一条龙加盟服务**

人本鞋业多年来专注心思做实业，其采用单店加盟或区域代理的形式，完全由加盟店独立自主管理，并帮助加盟代理商提供整套VI规范和统一视觉形象，为广大加盟代理商免费提供广告策划宣传和媒体支持。对于暂时没有店面的加盟商，人本也根据营销战略规划，协助选址，提供设计装修效果图、施工图。

**不要百家附庸代理**

人本招商一直秉承“宁可只要一家合作伙伴，不要百家附庸代理”理念，为加盟商实现盈利做好基础保障。其要求加盟店面需20平方米以上，加盟商拥有零售管理经验。而店面区域最好是人流量较大、销售较好的商场、连锁超市和鞋服专卖，地理位置必须直观通畅，避免竞争品牌阻隔。

当你还在新时代怀揣着创业梦，当你还苦恼于缺乏优秀创业项目，这家产值过亿的人本鞋业，正敞开怀抱诚邀你的加入。招商详情可登录人本鞋业官方网站，或拨打招商电话0577—58809666，4001587588咨询。（芳 芳）

# 全新CROWN皇冠的“中国机遇”

作为亚洲最活跃的经济体，“中国机遇”无疑是整个亚洲发展的关键动力。作为“丰田旗舰”，集中体现着丰田最先进的造车技术、引领丰田发展方向的CROWN皇冠，诞生于1955年。出于对中国市场的向往与重视，1964年CROWN皇冠便正式登陆中国，并从此与这个古老而神秘的国度结下了深厚的情缘。

随着市场竞争的不断加剧，为迎合精英人群的喜好，专为中国设计的全新第14代

CROWN皇冠，以年轻自信的卓然实力和划时代般的革新气魄再度起航。 （小 雨）

# 珍爱健康请远离违规牙膏

近日，相继有媒体报道，国内一些牙膏品牌含有国家明令禁止使用的亚硫酸盐作为牙膏漂白剂，这些违规使用亚硫酸盐的牙膏品牌中不乏有国际大品牌。

众所周知，一些牙膏品牌通过大量创意精巧，画面精美的广告吸引消费者，且购买使用后的美白效果也的确令人满意。然而，有些消费者使用这些牙膏的同时，也在不知不觉中摄入了亚硫酸盐。而亚硫酸盐，是一种严重影响人体健康，尤其是青少年成长发育的化学物质。

据业内专家介绍，美白牙膏的功效只有摩擦和化学原理两种。前者是通过摩擦剂的作用获得美白效果，因此无论哪种牙膏均含有摩擦剂。而对于化学物质取得美白效果一项，国家目前强制执行的《GB22115—2008牙膏用原料规范》有明确规定，可添加的漂白剂为过氧化氢，规定的浓度不能高于3%，而其它的漂白剂，如亚硫酸盐物质是禁止添加的。而有些品牌完全背道而驰，不仅亚硫酸盐指标不合格，且允许使用的过氧化氢成分却没有被检出。

目前，尚不清楚这些品牌牙膏违反规定的原因。是不了解国家的相关法规使然？是亚硫酸盐的美白效果优于过氧化氢？还是为了控制成本？

无论何种理由，违反国家规定就需要整改。而作为普通消费者，面对这些品牌，还是需要谨慎选购，不要盲目地跟着广告走。如果不想患上神经炎之类的疾病，如果不想让自己孩子的健康出现问题，还是暂时远离那些违规的牙膏吧。 （红 心）