

产业资讯

LG 新一代  
太阳能模块亮相

本报讯 日前, LG 电子在全球最大的太阳能展会—— 2011 年国际太阳能技术博览会(Intersolar)上推出最新太阳能解决方案。凭借 25 年的行业领先优势及全面服务客户的决心, LG 太阳能测试试验室成功开发出了 Mono XTM 和 Multi XTM 太阳能模块, 与传统太阳能模块相比, 使用效率分别提高 8.3% 和 4.3%, 创下行业第一的纪录, 并通过了德国技术监督协会(TüV)和美国保险商试验室(UL)的认证。

据了解, Mono X 是所有同类 LG 模块中能源效率最高的模块。传统单模块功率为 240W, 而 Mono X 可运行于更高效 的 260W, 且安装更为简单, 安全成本较低。

LG 电 子 太 阳 能 业 务 副 总 裁 Kwan-shik Cho 表示:“太阳能是 LG 公司未来的主要增长引擎之一。利用 20 多年的研发努力和大量投资, 今年, 我们的产能将达到 330 兆瓦, 2013 年将达到 1000 兆瓦, 这将推动 LG 更快地发展, 成为全球太阳能公司十强之一。”

据悉, 新型太阳能模块具有出色质量和耐久性, 能够承受 5400Pa 的前端和后端压力, 也能在极端天气下正常工作。

(张 一)

圣达菲上半年全线飘红

本报讯 6 月 9 日, 乘联会公布的最新统计数据显示, 受车市鼓励政策退出、油价持续上涨、部分城市限牌等多重不利因素的影响, 今年 5 月, 国内乘用车销量为 101.1 万台, 环比 4 月下降 6.1%。其中轿车环比下降 3%, 微型车型同比、环比双双下滑 14.8%, 而 SUV 继续保持在逆市中强劲增长态势。

在 SUV 一枝独秀的同时, 韩系经典 SUV 圣达菲更是全线飘红, 销量稳居 SUV 第一阵营。据全国乘用车市场信息联席会公布: 华泰圣达菲 SUV 上半年前 5 月销量 3 万多台, 在 SUV 里面属于“叫好又叫座”的代表。

华泰圣达菲挑战世界顶级的汽车工艺标准, 不仅在动力总成方面采用韩国现代原装进口发动机, 更在底盘、驱动、车身结构方面采用“全时四驱”、“全承载式车身”、“双叉臂式独立悬挂”等一系列配置。目前市面上在售的 SUV 车型种类繁多, 但是能够在消费者心目中存在“最省油 SUV”、“最安全 SUV”、“最值得信赖的 SUV”的却是“独此一家”。

(杨传中)

普力马 2012 款抢占小型商务车市场

“小商务、大空间”, 成了时下商务车型消费的热门关键词, 这从侧面也反映出了时下商务车市场的一个新趋势。

今年, 商务车面对车市低迷的压力, 仍保持了稳健的发展势头。传统的中高级商务车型, 如通用 GL8、本田奥德赛等, 发展势头依旧强劲。但值得注意的是, 介于 CDV(基于轿车平台的厢式车)和大型 MPV 之间, 存在着更广阔的小型商务车市场空白, 普力马 2012 款正是瞄准了这一空白, 开辟了小型商务车市场的新蓝海, 成为一只不可忽视的新生力量。

既是蓝海市场、新生力量, 就不免会有疑问。什么是小商务? 它适合哪些人群? 与传统商务车有哪些不同? 市场有多大……要回答这一系列疑问, 首先需要弄明白什么是“小商务”。

所谓小商务, 是相对于传统高端商务的一种说法。传统高端商务集中在一些大型、成熟企业的高端商务接待和领导日常出行。而普力马 2012 款面向的小商务, 是针对处于自主创业群体、中小型企业中

更为实际的商务需求, 包括一般性商务接待、员工日常出行甚至是特殊情况下的拉货载物。

“三高”危机推升“小商务”走热

“高定位、高价位、高排量”国内中高级商务车的“三高”特点, 既是优势也是其未来发展的一个“硬伤”。近几年, 随着国内汽车低碳环保的呼声不断高涨, 低排量、节能环保车型越来越受到消费者关注, 拥有“三高”特点的中高级商务车, 也因此迎来了重重市场的考验。

中高级商务车的高定位和高价格, 让其消费群体过度集中、市场空间狭窄, 制约了其未来品牌的拓展和延展。另外, 中高级商务车的高油耗、高排量, 已经成为消费者诟病的焦点。相反的, 低排量、低价位商务车型逐渐受到消费者关注, 并迅速成为市场新宠。这给以普力马 2012 款车型为代表的小商务车型带来绝佳的市场机遇。

普力马 2012 款面向创业期和事业成

长初期的自主创业群体、中小型公司, 拥有着广阔的市场空间。同时, 其低油耗、低排量、低价位的三低特点, 更是符合国家对于节能环保的倡导, 为消费者带来了更加经济的商务车型选择。

新兴消费带来“小商务”的大市场

近几年, 随着国内经济的快速发展, 加入创业大潮的小型商务群体数量迅速增长, 与此同时, 处于事业成长初期的中小企业仍旧占据着全国企业总数的半壁江山。这一群体汇聚而成的庞大军团对日常通勤接待用车有着巨大的需求, 这让小商务车型有了广阔的市场空间。

另外, 在经济通胀的压力、以及高油价等因素下, 大型企业中高端商务消费有所压缩, 部分向更经济的小商务车型分流。这也进一步壮大了“小商务”这一新兴市场。

以普力马 2012 款为代表的小商务车型, 抓住机遇, 为新兴的小商务用车市场提供高效低成本的解决方案。普力马

2012 款继承了传统中高级商务车大空间的特性, 与中高级商务车相比, 其小排量、低油耗、大空间的特点, 让企业的用车成本更低, 经济性更强。

除此之外, 小商务人群对于商务车型的价格更为敏感, 普力马 2012 款的 7 座车型, 以全面的功能和下探到 7 万元价格区间出色的性价比, 为小商务群体提供了最为高效低成本的用车选择, 成为小商务群体事业的最佳助推器。

随着小商务车型的兴盛, 小型商务车市场也得到了迅速增长, 目前已形成了相当的规模, 并出现了层级细分的的发展趋势。未来, 普力马 2012 款将逐步加快产品谱系的完善, 并在抢占小型商务车市场基础上, 不断加强这一领域市场空间外延拓展, 以博得更广阔的市场发展空间, 这种跨界发展的新模式, 也将为全能车型的发展营造更广阔的发展平台。

(周 黎)

产业亮点

免煮冲泡型绿豆汤在南方掀“抢购”潮

夏季高温, 市民都有喝绿豆汤、凉茶降暑的习惯, 而绿豆又具有清热解暑排毒、减少体内毒素等功效, 绿豆汤也就成为多数家庭夏季必备的饮品。以往, 大多市民会选择购买绿豆亲自熬制。如今有了免煮冲泡型“绿豆汤”, 用凉水即可冲泡

饮用, 让市民更加便捷就享受到夏日绿豆汤的美味。夏天喝绿豆汤有利于身体酸碱平衡, 免煮冲泡型绿豆汤满足了人们快节奏生活的需要, 免除了人站在火热灶台前煮绿豆汤的辛苦。

针对网上流传的绿豆汤抗辐射的传

言, 中国中医科学院望京医院内科张宁主任医师说:“虽然没有科学数据证明, 但绿豆解百毒, 它可以缓解或治疗因外界环境, 比如辐射给人体带来的种种不适, 尤其可起到预防作用, 而每天喝上一碗绿豆汤就可以起到这样的作用。”

(王燕元)

《时尚最体育》数字杂志高调亮相

健翔共同启动按钮将时尚传媒集团和最体育的 logo 合二为一, 正式宣布了黄健翔自主运营了 2 年的《最体育》数字杂志并入时尚传媒集团, 成为时尚传媒集团旗下第 18 个出版刊物。

据时尚传媒集团出版副总裁瘦马介绍, 双方的这一合作旨在资源整合, 优势互补。黄健翔的最体育团队将负责杂志的内容制作, 时尚传媒集团负责杂志的设计制作与全媒体数字发行。《时尚最体育》将是时尚传媒集团重力打造的一个数字内容品

牌, 此次上线的数字杂志仅是《时尚最体育》首个产品, 随后将有《时尚最体育》的系列产品陆续推出, 包括视频节目、音频节目、手机读物等等。

酒会以“体验、分享、展望”为主题, 时尚传媒集团全媒体事业部总经理齐小石通过 ipad 的现场演示, 让酒会来宾现场体验了《时尚最体育》全新的内容风格和技术应用。“在今天, 时尚达人都是科技达人, 因此, 我们会专注技术的运用, 让读者有更快乐的阅读体验。

《时尚最体育》的发布酒会上, 黄健翔的队友孙楠也特地前来捧场。孙楠本人对于体育颇为热衷, 无论是足球、高尔夫、还是滑雪, 爱好相当广泛。得益于平日的锻炼, 孙楠的身材也变得更加健硕结实。这倒是与他对于时尚与体育的理解比较一致。孙楠认为, “当一个人拥有好的精神状态、好的体魄时, 就是一种时尚。”谈到《时尚最体育》, 孙楠表示与黄健翔是好兄弟, 主动申请要与《时尚最体育》合作。

(杨 巍)

华泰 B11 内外兼修

不论从外观设计、整车大小、内部配置和动力、安全系统等各个方面来看, 华泰 B11 都可以称得上同级车型中的佼佼者。这是一款专为中国不断上升的中坚力量人群量身打造的中高级商务座驾, 其在大气外观、车载智能、强劲动力等方面

展现出来的优势, 能够很好地满足商务精英们的用车需求, 并和他们的气度、睿智与实力两相契合。

对于第一次见到华泰 B11 的人来说, 这款商务轿车给人最深的印象即是大气、豪华、尊贵。而和华泰 B11 近距离接触后,

在其大气之余, 对 B11 的强劲动力和乘坐舒适性一定会有更深的好感。随着华泰汽车产品线的慢慢丰富, 各款 B11 将会逐步投入市场, 相信会给广大公务人士带来更多惊喜体验。

(小 李)



**世界第一高度 珠穆朗玛峰**

挑战世界第一高度：驾驭无界，攀登珠穆朗玛至心中的纯净，穿越西藏阿里无人之境。



**中国第一高寒 漠河**

挑战冰雪第一深寒：驾驭无惧，触碰漠河冰雪极寒零下50°，回归极地旖旎之境。



**中国第一高热 吐鲁番**

挑战沙漠第一高温：驾驭无疆，征服吐鲁番沙漠腹地极限60°，驰骋大漠火炎之地。



**高度之上，问鼎极高之巅；烈火之中，征服极热之浪；冰点之下，挑战极寒之气。**

冰与火的碰撞，梦想与高度的激荡。陕汽重卡品质双雄——德龙F3000、M3000与您开启无人区密码、穿越未知大漠戈壁，探索神秘北国风光，共同见证欧洲血统、黄金总成的王者至尊，共同溯源陕汽重卡43载卓越的传奇史诗。驾驭极限，突破自我。纵横心版图，体验强者的崛起，感受人类不屈意志与精神磨砺，一切尽在陕汽重卡挑战极限之旅！

上海大众双品牌  
启动“夏季关爱”

本报讯 炎炎夏季, 烈日当头, 车辆的维修和保养显得尤为重要。为此, 上海大众汽车有限公司(以下简称“上海大众”)旗下两大服务品牌“Techcare 大众关爱”和“Human Touch 真心呵护”在全国范围内展开了夏季关爱活动, 为广大车主送去关爱, 让他们享受清凉一夏。

从 6 月 13 日至 26 日, 上海大众的服务品牌“Techcare 大众关爱”将启动“关爱爱心·一路相随”夏季服务专场。活动期间, 旗下全系列车型不但可以享受 10 项免费检测项目, 还能以折扣价购买到多款原装附件。活动期间, 如果提前预约去 4S 店做保养, 工时费还有一定的折扣优惠。帕萨特的用户们还能享受到其他的增值服务。

与此同时, 斯柯达的服务品牌“Human Touch 真心呵护”也将在 6 月 11 日至 26 日推出“劲爽·关爱”服务节。本次服务节在常规免费专项检测项目的基础之上, 增加了空调系统、冷却液、散热风扇等多项检测内容, 并推出了空调养护套装和车载冷藏箱等多款原装附件优惠产品。服务节还推出了“劲爽油礼”活动, 用户不仅可以享受优选机油超值优惠, 更可参与趣味游戏, 赢取精美奖品。

随着中国汽车市场的快速发展和消费者消费理念的日趋成熟, 用户不但注重产品质量, 也更加关注全方位的服务品质。

(杨 辰)

产业平台