时尚先锋的“敢性”出发

第20届中国国际服装服饰博览会即将开幕

寒冬转瞬消逝，时尚的“地铁”正在开往2012年的春天，在本年度2月、3月份的全球时尚季中，四大时装周秋冬女装系列在纽约、伦敦、米兰和巴黎争相绽放。踩着国际时装周的节拍，最为国人所期待的第20届中国国际服装服饰博览会（CHIC2012）也将在3月26日盛大开幕。以“穿越”为主题的CHIC2012将继续结合低碳环保的健康生活理念，关注和策划展会细节，并将对CHIC（中国国际服装服饰博览会）的时尚进行“敢性”创作，力求突破。

2012年，CHIC打上的时尚烙印是高深莫测的艺术行为，还是引领大众的主流趋势？作为亚洲最大的服装服饰博览会，CHIC是打造服装品牌推广、市场开拓和财富创造的国际化一流商贸平台，它不仅带给人们由元素、颜色和材质设计而成的视觉享受，更带给创意人士及潮流先锋以启发，与他们达到思想上的共鸣。这是一个全球服装品牌共享与配置其所需资源的商贸交流平台，也为小众个性、张扬的艺术品牌设立展示空间。今年的CHIC重在突破大众对时尚的固有认知，在于“敢性”穿越世界潮流。

据悉，为期4天的CHIC2012招展工作已进入尾声，展商安排工作正在如火如荼地进行中。展区布展总体规划现已确定，围绕CHIC20周年的“穿越”主题，各展区策划及相关活动也在继续完善中。Yager、杉杉、波司登、红豆、七匹狼、雷迪波尔、美特斯邦威、马克华菲、宾宝、博士蛙、巴拉巴拉、派克兰帝、三六一度、安踏、元隆、西曼、思齐之家、中辉、雪豹、耐特利尔、弗奥、杰奥、东隆、东尚、泷定名古屋、舒朗、高田、艳玲、FEXATA、茜雅朵朵、COMME TOI、歌迪丝、ASPOP、十八淑女坊、hello kitty、猫人、春风、佐尚、汉宫玉龙、S&A和曼谷银等千余个具备市场竞争力的知名品牌以及成长中的品牌将悉数参加，而各大品牌携代言人的出现必定“闪爆”会场。其中，九大海外展区、20个国家和地区的优秀品牌将携手相约华丽来袭；武学伟、武学凯、吴海燕、邱梓豪、Grace Chen和里翌凯等中国设计师中坚力量也将重磅登场；广州珈珏服装设计、中国设计师联盟和法新时尚国际机构等知名机构全力助推设计新锐。

论坛、大奖等相关活动为中国服装品牌和消费者搭建了深度沟通的桥梁。如果说设计师是时尚的播种者，时尚买手就是采撷者。CHIC2012将邀请姚晓芸、邵立刚、周同、日本知名快时尚品牌高管和欧洲时尚商场采购高管等共同参加主题为“买手变革中国”的服装买手论坛。中国服装电子商务高峰论坛也将首次举办，其目的是为促进电子商务市场繁荣、推动服装电子商务企业做大做强提供参考意见及有益指导。在中国服装发布会中，舒朗、诺奇、TAGLINE、MooMoo、伊迪菲等品牌的参与将触动最强烈的时尚脉搏。更值得一提的是“CHIC20周年系列活动”，如生日Party、回顾展示连廊、风尚20年和时尚生活体验区等精彩活动现已在秘密筹备中，期待莅临CHIC现场的参会者共同分享这份惊喜与快乐。

CHIC历经20年，不仅演绎了一部中国服装产业的发展史，同时也在打造中国服装品牌特有的时尚烙印。　（冯　飞）

中国首个自主品牌打印机进入以色列市场

近日，中国首个自主品牌打印机——奔图打印机进入以色列市场启动仪式在以举行。中国驻以使馆经商参赞胡明应邀出席仪式并致辞。经商处秘书官松、张永晖同时出席仪式，数十家当地经销商、零售商共100余人参加了仪式。

奔图打印机生产商中国珠海赛纳科技股份有限公司总裁汪东颖介绍了塞纳科技和奔图打印机的情况。赛纳科技是全球激光打印机用兼容耗材的龙头企业，也是全球唯一从兼容耗材产业升级到打印机产业的技术型企业。奔图打印机是中国首个拥有自主知识产权的打印机品牌，它的出现标志着中国成为全球第四个掌握桌面型激光打印机核心技术的国家，结束了中国无自主知识产权激光打印机的时代，增强了中国在IT产业领域的综合竞争力和可持续发展能力。奔图以色列公司与塞纳科技公司签订了分销协议，将在以色列销售奔图打印机。

胡明对奔图打印机进入以色列市场表示祝贺，他同时表示，这一合作恰逢中以建交20周年，将进一步促进中以经贸合作。中以建交20年来，双边经贸合作发展迅速。据中国海关统计，2011年，中以双边贸易额达97.8亿美元，今年预计将超过100亿美元。胡明对中以企业加强合作表达了殷切的期望，欢迎以色列公司参加在中国举办的专业及综合性贸易展会，直接与中国人打交道。此外，第一届中国国际服务贸易交易会将于5月底在北京举行。为庆祝中以建交20周年，交易会期间还将举办以色列主题日暨中以服务贸易洽谈会。以色列工业、贸易和劳动部部长将率企业家代表团参加。胡明欢迎以色列公司参加这一盛会，相信中以两国的长期友好合作将惠及两国人民。　（邓　宇）

上海大众今年首月批售超11万辆

近日，上海大众汽车有限公司公布的销售数据显示，2012年1月，上海大众实现批售110008辆，延续了去年的优异表现。虽然1月时值元旦和春节假期，然而上海大众依然凭借卓越的产品竞争力，交出了一份出色的答卷，为2012年的中国车市提振了信心。

纵观大众品牌，旗下车型百花争艳，势头抢眼。帕萨特家族全系批售超过3万辆，在国内中高级车市中独树一帜。其中，战略级车型全新一代帕萨特自去年上市以来，以人性化的科技配置、可靠的德系品质和卓越的安全性能，获得了市场口碑双丰收。1月，该车型共批售27058辆，在中高级车市刮起了强劲的“帕萨特季风”。A0级精品车型全新Polo表现抢眼，月销量持续破万辆，深受年轻消费者群体的追捧，助力POLO家族实现零售15013辆。Tiguan途观1月实现批售20408辆，彰显了该车型在都市SUV市场中的领军地位。A级车市的明星车型Lavida朗逸月零售量再次突破2万辆，凭借其卓越的综合实力与高性价比继续引领主流家庭用车市场风潮。多功能MPV车型新途安1月批售达3900辆，在细分市场处于领先地位。

以2011年卓越的市场表现为基础，消费者对上海大众有着更高的期待，面对2012年中国车市，上海大众将精耕细作，推出更多贴近中国消费者需求的产品。　（周　真）

“50后”父亲勇夺招商银行“i理财”基金大赛第二辆汽车大奖

童先生和儿子一同考到了驾照；他每天坐着班车上下班，但买车的决心却迟迟未定。日前，招商银行“i理财”基金模拟投资大赛“第二辆汽车大奖”颁奖盛典暨交车仪式在上海举行，来自上海的“50后”父亲童先生成为10万人中的那名幸运儿，欣喜地拿到大赛第二辆车的车钥匙。

“i理财”基金模拟大赛不仅提供了如此奢华的奖品，还为所有参赛者量身定做了一套基金投资者教程。招商银行资深分析师、理财经理以及大赛合作基金公司的投研人员，共同组成了一支教学团队。他们对不同“段位”的参赛选手因材施教，通过幽默、风趣、深入浅出又科学严谨的文字来普及基金投资知识，交流投资经验。　（李　梅）

京沪“双城记”：自主品牌剑指高端市场

新年伊始，“上海”品牌出现在最新批次国家新车公告上。无独有偶，北汽也几乎在同一时间对外宣布，“北京”牌将重出江湖。北京汽车股份有限公司副总裁董海洋日前在接受媒体专访时表示，“北京”将成为北京汽车轿车伞品牌名称。其中，北京汽车首款轿车已正式命名为“北京汽车E系列”。

北汽和上汽这两大车企都有着悠久的历史和深厚的积淀。以“北京”牌为例，资深汽车评论员吴迎秋曾指出，北京作为中国的首都和国际化的大都市，自2008年奥运会后便成为一个国际化的符号，因此，“北京”牌不仅符合北汽自主品牌国际化的定位，而且会让人产生“中国汽车、北京制造”的联想，甚至可能对品牌未来走向海外产生助力。

当前，中国汽车消费市场正在发生前所未有的变化。10年前消费者所追求的仅仅是“有一辆车”，现如今消费者追求的则是汽车品质。“上海”和“北京”两个品牌的强势复出，不仅是辉煌的延续和传承，更体现出其打造高端自主的底气。　（梅　琳）

华泰汽车开春忙生产

近日，鄂尔多斯华泰汽车工业园内已开始紧张而有秩序的生产。随着销量的提升，作为内蒙古自治区唯一的大型乘用车生产企业的华泰汽车，已对其汽车产量提出更大、更多的要求。

内蒙古自治区党委书记胡春华带着对华泰汽车和本地产业升级的殷切期望，来到鄂尔多斯华泰汽车工业园进行视察调研。在华泰汽车工厂负责人的陪同讲解下，自治区政府领导参观了华泰汽车鄂尔多斯新工厂的总装车间、试制车间等生产线，详细了解了新工厂的生产情况，并对华泰汽车的先进生产技术及造车工艺给予了高度认可，并寄予期望。　（张　欣）

傲视群雄 载誉收官

新一代TIIDA成就“两厢车王”实至名归

在中国车市回归理性增长的2011年，两厢车市可谓“风景这边更好”。作为其中最耀眼的明星——东风日产新一代TIIDA，自上市以来累计销量达到86680辆，连续夺得该级别市场销量冠军。

基于出色的市场表现和超群的产品实力，东风日产新一代TIIDA成为了年末车型评选中的大赢家，荣获“CCTV2011年度紧凑型车大奖”、新浪汽车“年度两厢车”和“年度微博最受关注大奖”等诸多行业机构、媒体奖项，其“两厢车王”的称谓可谓实至名归。

权威大奖　见证“两厢车王”实力

CCTV2011年度汽车评选活动由CCTV财经频道主办，联合中国汽车研究中心、交通部等权威部门专家学者进行最苛刻和权威的评选。作为国内规模最大、最具品牌影响力的车坛年终大奖，CCTV年度车型评选坚持以服务消费者为驱动力，成为影响消费者购买、解读车市发展趋势的风向标。东风日产新一代TIIDA能够在此项大奖中脱颖而出，一举夺得“CCTV2011年度紧凑型车大奖”，足见其实力超群，傲视群雄。

作为依托日产全球最先进B平台技术打造的全新车型，新一代TIIDA集日产全球技术、品质之大成。新一代TIIDA采用了全新“Agile”跃式风尚造型设计，走在了汽车设计潮流的最前沿。独特的双腰线设计以及宽大低重心的车身布局，配合蜂窝状时尚前格栅，使新一代TIIDA整车外形充满张力、线条流畅；源于日产Modern Living现代家居内饰风格，设计的悬浮式钢琴漆面中控台、镀铬环状控制键，搭配大面积采用的高质感的饰板，让新一代TIIDA的内部在温馨氛围中更凸显出豪华与质感。

新一代TIIDA秉承日产人性化创新的“U-Room”理念，从提高室内空间、舒适性、静谧性等重要维度入手，营造出全方位的舒展宽适室内空间。同级最长的2700毫米超长轴距和同级最大的681毫米膝部空间，使每位驾乘者都能体验到倍增的舒适性；源自日产的360度环绕舒适技术，以丰富舒适装备全方位包裹每位驾乘者，打造了新一代TIIDA能与高级豪华车相媲美的舒适性；采用与天籁同级的周密领先三维超静音工程，实现在不同行驶状态下始终如一的超群静音性能。

新一代TIIDA搭载的HR16DE和MR16 DIG TURBO直喷涡轮增压引擎，采用DIS双喷射系统、双C-VTC连续可变气门正时智能控制系统等多项全新技术，其中集日产最尖端技术的MR16 DIG TURBO直喷涡轮增压引擎更具备了智能涡轮增压系统和DIG缸内直喷系统，以及创新低摩擦技术和全面优化的发动机冷却技术，实现了领先同级的澎湃动力输出，再配合智能XTRONIC CVT无级变速系统，让驾驶性能和燃油经济性的达到了最佳平衡。

同时，新一代TIIDA的“T-Box”超稳定车身与悬挂，通过一系列悬挂系统布局优化与技术升级，大幅提升行驶的稳定性和驾乘的舒适性，获得精确灵敏操控及出色弯道表现，带来更出色的畅快驾控。

在星光熠熠的颁奖现场，当颁奖嘉宾中国航空航天大学教授徐向阳和奥运冠军李娜，宣布东风日产新一代TIIDA获得“2011CCTV年度紧凑型车大奖”时，台下顿时爆发出热烈的掌声。伴随着新一代TIIDA缓缓驶上颁奖舞台，东风日产市场销售总部总部长助理兼市场部部长叶磊以沉稳、自豪的脚步走上舞台，从李娜和徐向阳手中接过了代表荣誉与荣耀的奖杯，并激动地挥手与所有在场的代表共享光辉时刻。

谈到新一代TIIDA，徐向阳表示：“东风日产新一代TIIDA延续了前代车型的宽大空间与丰富配置，在全面升级之后，在动力、空间、操控上更具优势，完全能满足新时代年轻人对两厢车时尚动感、动力强劲等全方位需求。”李娜认为，两厢车型在国外已深受年轻消费者喜爱，新一代TIIDA上市以来能获得国内消费者的追捧，足以说明其迎合了消费者的用车需求。

叶磊紧接二位嘉宾的话题，以“更快、更高、更强”的奥运精神为题，用“更时尚、更宽适、更强劲”来形容紧凑型车的发展趋势。同时，他还表示，TIIDA自2005年国内上市以来一直引领着两厢车市的发展潮流，新一代TIIDA以“更快、更高、更强”为目标，全面提升了产品实力，再次推动了中级两厢车市场变革，重新定义了该市场的价值标准。

与此同时，在新浪汽车举行的汽车行业评选活动中，新一代TIIDA在经历职业车手专业测试、专家评委深度驾车的基础上，还融合了网友评选、资深网友试驾等环节的考验，最终被评选为新浪汽车“2012年度两厢车”和“2012年度微博最受关注”两项大奖。

傲视群雄 强势引领两厢车市发展

2011年承载着新一代TIIDA的光荣与荣耀。截至2012年1月底，新一代TIIDA已获得权威机构和主流媒体近20项大奖。其中，有来自中国主流媒体汽车联盟颁发的“最受消费者喜爱的年度新车”大奖、中国强势媒体汽车联盟颁发的“年度风云人气新车”大奖。另外，还有北京、上海、广州及全国一线城市核心媒体、杂志颁发的诸多年度车型大奖。

除此之外，主流网络媒体及杂志也给予新一代TIIDA一致好评。网易汽车、易车网分别授予新一代TIIDA“年度紧凑车型”、“2012年全国年度十佳车”等多项荣誉，肯定了新一代TIIDA的品质和口碑。

不仅如此，在J.D. Power亚太公司正式发布的2011年中国新车质量研究（IQS）SM报告中，东风日产TIIDA获得了PP100分数（每百辆车的问题数）85分的卓越成绩，远远高于其所在中型车细分市场158分的平均得分，荣登J.D. Power 2011年中国新车质量研究SM中型车细分市场榜首。

在获得行业机构和权威媒体认可的同时，新一代TIIDA以“两厢车王”的姿态称雄中级两厢车市场，成为唯一一款上市7个月连续夺得中级两厢车销量冠军的车型，并刷新两厢车型上市以来单月销量最高记录和半年累计销量最高记录，创造了中国两厢车市的又一个传奇。

来自中汽协统计数据显示：2011年6月至12月，在中级两厢车四大主力车型中，高尔夫6累计销售69207台，两厢福克斯累计销售60618台，别克英朗XT累计销售23370台，而新一代TIIDA累计销售高达86680台，远远超越其他车型。

回顾2011年，新一代TIIDA荣获了销量冠军和诸多荣誉实现了完美收官。作为东风日产的战略车型，新一代TIIDA不仅通过超越同级的强势产品力取得骄人成绩，同时推动了中级两厢车市的发展，更帮助东风日产进一步增强在整个家轿市场的竞争力。

事实上，新一代TIIDA辉煌的背后更离不开东风日产整体实力跃升。不管是产品品质还是售后服务方面，东风日产都在努力提升自身全价值链体系竞争力，让企业向更高的台阶迈进。在孜孜不倦的追求下，东风日产在2011年不仅提前完成了年初制定的77.2万辆的销售任务，更是全年突破了80万辆大关，让人们再次看到了“东风日产速度”创造的奇迹。在这样良好发展态势下，东风日产除新一代TIIDA的其他产品也分别取得了不俗的市场成绩：全新天籁2011年全程领跑中高级车市场，一举摘得1月至10月该细分市场的桂冠；新逍客在日趋火爆的SUV市场，获得2011年2.0L级别的销量桂冠……

展望2012年，随着产能的逐步释放，东风日产将以更加饱满的精神状态、更加完善的产品阵容、更加优秀的服务，冲击更高的目标，作为主力军的新一代TIIDA也将向中级两厢车市继续吹响冲锋的号角。随着两厢车在国内得到越来越多年轻时尚人士的认可，有理由相信新一代TIIDA将以出色的产品力和良好的产品口碑，进一步扩大市场份额，继续引领两厢车市的发展，成为2012年销量奇迹的缔造者。　（李　念）