

北京车展：吉利以“品质”体现价值



吉利控股集团董事长李书福(左一)出席吉利汽车北京车展发布会暨全球鹰GX7上市仪式

车展是一个没有硝烟的战场，也是企业实力的博弈，在聚光灯下，各大国内外汽车生产企业纷纷出招、亮剑，以求最大限度地吸引公众眼球。4月23日正式揭开帷幕的北京国际车展无疑又是一次国内外车企的大比拼，代表着2012年我国汽车产业和市场的竞争走向，其中自主品牌的表现颇受人们关注。

吉利展台又出新招 三大品牌布局亮相

吉利汽车这家近年来在北京、上海国际车展上标新立异、频频出招、广受赞誉的自主品牌企业，今年又以一种全新的形象和阵容亮相北京国际车展。吉利汽车携27款整车级产品，全系列动力总成及新能源、安全、动力总成三大主题公园，智能技术、BMCS两大体验中心和吉利GTSM全方位安全技术、GeTec节能高效发动机技术、DSI先进自动变速器技术等，其中吉利多品牌战略下推出的第一款SUV产品全球鹰GX7的全球首发成为吉利汽车此次参展的重头戏。

作为吉利首款SUV，全球鹰GX7有独立的整体设计理念，摆脱了国产自主品牌惯用的东拼西凑开发模式，不仅做工质量达到

新的水平，更重要的是在底盘设计和驾乘舒适性等方面优势明显，是一款有实力媲美合资品牌的高起点产品。全球鹰GX7装备名为JL4G18的1.8升CVVT发动机。这是一款技术成熟的产品，全铝材质，连续可变气门技术，最大功率102千瓦，最大扭矩172牛米，与之搭配的是5挡手动变速箱。不久还将会有2.0L、2.4L发动机和搭配DSI 6速自动变速器的动力系统的车型陆续上市。从2009年首次在上海国际车展亮相到这次北京车展正式上市，吉利GX7车型的瓜熟蒂落，标志着吉利车型发展已开始正式进入全面快速发展时期。据了解，吉利汽车将在今年加快新产品推出的频率，除这次在北京车展上市的首款SUV全球鹰GX7外，吉利今年还有6款新车将陆续推向市场，包括帝豪EX8、EV8和英伦SC3、SC6等。

吉利这次参展的车型较往届车展有了较大的改变，吉利旗下的全球鹰、帝豪、英伦汽车三大品牌所展出的车型各有7款不同款式的量产或既已列入量产的车型，基本代表了今后一个时期吉利三大品牌车型发展的布局，首次较全面清晰展示了吉利三大品牌的入市车型，是吉利实施战略转型阶段性

成果的完美体现。这样，吉利旗下三个定位和风格各不相同的品牌，都已具备了支撑自己品牌形象和地位的充足产品线，形成了三足鼎立之势。标志着吉利旗下的三大子品牌都已成功落地。

展示吉利核心技术的三大主题公园、两个互动体验中心是吉利此次参展的又一大亮点，其中动力总成主题公园与新能源主题公园共同诠释了吉利的“能源多元化战略”，即立足传统、储备未来，在开发并不断优化传统动力总成的同时，致力于纯电动和混合动力等多种新能源技术的研发，以应对未来汽车动力源可能发生的任何转变。安全主题公园展示吉利最顶级的安全技术，真实展现吉利汽车的五星安全技术；模拟爆胎全过程的BMCS体验中心，采用六自由度的全新模拟器，并配合180度的全角高清环屏，使体验者能亲身体验高速爆胎的危险性和BMCS技术的神奇；感受吉利汽车智能技术极致体验的智能化技术体验中心，展出一款由各项先进智能技术集于一身的帝豪EC8车型，同时辅以超大投影屏幕相配合，全面展示包括G-NetLink车载娱乐及通讯系统、语音识别系统、蓝牙免提技术、车内可变灯光及内饰亮化技术、大灯随动转向系统、感应式大灯开/关技术、指纹钥匙及无钥匙进入/启动技术、360°全景影像系统、倒车影像系统、道路偏离报警系统、抬头显示系统以及碰撞警示及自动刹车系统等在内的一系列主动安全及智能技术，让体验者置身于梦幻般的高科技享受之中。

吉利汽车此次参展阵容诠释了吉利战略转型的新方向，从一个全新的高度树立起新吉利、新品牌、新产品的全新形象，树立起了中国汽车品牌的全新形象。

吉利诠释“品质吉利”参展主题

记者了解到，吉利这几年连续在北京和上海车展大获成功，而且是一年比一年精彩。在历届车展上，吉利的展品数量和品质都受到业界和消费者的极大关注，成为自主品牌自主创新和国际化发展的标志性企业，特别是吉利产品品质的大幅提高成为展会

品牌传真

LG L3 智能手机互动活动展开

采用L-Style全新设计理念的首款产品LG Optimus L3，堪称当下最受年轻消费者喜爱的智能手机产品之一，其入门级的产品定价和主流的软硬件配置让它迅速成为众多新新人类进入智能手机时代、开启移动互联体验的首选产品。不仅如此，人气组合Super Junior旗下3名成员始源、东海和银赫的倾情代言，更让LG Optimus L3成为Super Junior组合拥趸们的最爱。日前，LG擎天溢彩L3智能手机大型Super Junior粉丝互动活动全面启动，让粉丝们有机会对心中偶像尽情告白，更有机会赢取与Super Junior当面接触的难得良机。

Super Junior作为韩国超人气组合的突出代表，近年来市场热度迅速攀升，在凭借《Mr. Simple》等单曲拿下多项乐坛大奖的同时，更成为最受年青一代族群喜爱的组合之一。LG选择Super Junior组合进行产品代

言，是LG对年轻消费者深度洞察的直接体现，希望能够通过Super Junior组合这一桥梁，全面诠释LG智能手机的活力与魅力。

自LG Optimus L3智能手机上市后，就一直保持市场热销，其三种时尚配色更被粉丝们亲切的定义为银赫白、始源黑和东海红。LG Optimus L3在以3.2寸显示屏、Android 2.3等主流软硬件配置带给消费者移动互联时代全新体验的同时，更成为粉丝们表达个性、彰显个人崇拜立场的标志性符号。据了解，此次主题为“Super Junior I Love U”的互动活动，将通过人人网和新浪微博等社交平台全面展开。对于众多粉丝而言，一方面可以尽情挥洒自己对于心中偶像的热爱，另一方面更可赢取与偶像面对面的机会。在此基础上，LG L3智能手机负责人表示，还将继续在内容、技术、用户方面进行完善，为用户提供更加优质的享受。（王芳）

各大房企加紧保障房建设进程

住房和城乡建设部数据显示，2012年全年开工的保障安居工程，有望达到1700万套，保障房在建量将创下历史记录。政府在财政、用地等多方面向保障房倾斜的同时，保利、京汉等各大房企也开始加紧保障房建设进程。

京汉置业作为业内较早尝试保障房开发的民营企业，在去年积极投身保障房建设之后，其保障房项目于今年4月份进入到加紧拆迁阶段。此次京汉置业开发的保障房项目为石景山区第二水泥管厂定向安置房建设，项目共计用地面积3.2143公顷，可实现建筑面积9万平米，项目总投资约3.5亿元。竣工后将为1040户居民提供1040套住宅。

另一较早进入保障房领域的品牌开发商，保利地产在2011年两会闭幕后便向19个城市表示了保障性住房建设的意愿，目前已有10个城市在洽谈中。北京万科目前新建及在建保障房面积近100万平米，其中包括北京市最大的公租房项目郭公庄车辆段五期公租房项目。

对此，业内人士认为，鉴于保障性住房建设的微利，能够积极参与保障性住房建设的房企已实属不易。而京汉置业、保利等能够自觉加快保障房建设进程的房企，更是各大房企对社会责任担当的一大表现。另一方面，相关专家指出，品牌房企积极参建保障房的同时，也成为百姓心中值得信赖的地产业企业。京汉置业负责人也表示，

参与保障房建设是企业在地产业领域内的社会责任，同时也是企业在管理上的拓展和历练。

保障房建设开足马力、加紧建设进程之后，其质量能否也有所保障成为业界关注的另一焦点。事实上，参建保障房的大部分品牌房企都已经意识到保障性住房是长寿命住房，在工程质量方面并不区分保障房和商品房。“虽然京汉置业是首次参与保障房建设，但在户型设计、工程质量和园林绿化等方面，京汉置业一直本着商品房开发的要求来做二管厂这个项目的。”京汉置业品牌与客户总监赵四海强调，建设任何项目，京汉置业都一直遵循“盖好房子，做好人”的经营理念。

作为开发中小户型发展起来的开发商，京汉置业对保障房的小户型设计和综合社区开发，都具有能力和经验上的优势。据了解，京汉置业自提出主打小户型的“婚房战略”至今，已经积累了十余年小户型开发经验，对于解决社区生活、教育配套都有着丰富的实践经验。而这些经验对保障房的建造开工，将起到很大参考意义。“京汉置业等品牌房企在注重保障房建设进程、保障建设质量的同时，不断寻求施工技术和户型设计方面的突破创新。”全国经理人联盟秘书长杨永渝分析认为，在不断加速的保障房事业中，品牌房企将引领并营造以提效、保质、创新为主题的建筑氛围。（晓林）

联想A750开启千元智能机时代

伴随全球通信业全面进入3G时代，人们将目光聚焦在更为智能化、人性化的定制智能手机上。近日，联想与中国联通再次联手推出新定义千元智能机A750，超强的动能，W+G双卡双待功能，丰富的定制应用，将成为3G时代又一经典智慧之作。联想A750将黑珍珠高贵的光泽与跑车的卓越外形完美结合，简洁的触控按键布局，考究的磨砂质感后壳，4.0英寸1600万色TFT高清大屏支持多点触控。沿袭智能手机的“触”“控”特点，联想A750将网页缩放及多屏切换都变得轻松自如。

配置方面A750拥有1GHz高速主频与4GB超大机身内存组合，搭载Android2.3.6智能操作系统，预置新浪微博、人人、捕鱼达人等主流应用，即使同时运行多款游戏和应用程序也能够顺畅自如。还配备500

的一大亮点。

从吉利汽车这次参展的阵容来看，相比以往车展，一个很大的突破就是所展出的、归属吉利汽车旗下三大品牌的21款整车车型都是已实现量产或已列入量产规划的产品，无论在产品设计、性能和产品品质上都代表了吉利汽车在一个时期的产品竞争力。

据了解，自2007年吉利提出战略转型后，吉利的技术研发体系已完成了2015年吉利车型产品战略规划，并逐步加以实现，有序推进，此前在车展上展示的很多在研及预研车型已经陆续成为产品车或准产品车，此次北京车展吉利所展示的各款车型，就是吉利这种产品战略规划的一次市场检阅，真实展现了吉利汽车产品的竞争实力，这种产品的规模目前我国自主品牌中可谓独树一帜。尤其是吉利汽车在这次北京车展上所展示的吉利全方位安全技术、GeTbC节能高效发动机技术和DSI先进自动变速器技术和智能技术等，使“品质吉利”这个主题得到全方位的体现，吉利战略转型的新方向亦得到诠释。

据介绍，“安全第一”是吉利三大研发战略之一，也是吉利研发团队持续为之努力的核心目标和“品质吉利”的具体体现。2008年7月，吉利远景成为我国自主品牌第一款C-NCAP四星轿车。2009年吉利熊猫以45.3分的测试成绩，成为C-NCAP历史上第一款五星级A00级别小车；时隔一年，2010年第四批C-NCAP碰撞测试中，帝豪EC7以46.8分的高分荣膺五星安全桂冠。这一成绩不仅刷新了自主品牌的得分记录，还力压群雄将30多款合资品牌车型甩在身后；2011年12月29日帝豪EC8以49.6的高分，荣膺C-NCAP五星，并创下自主品牌最高成绩。这一成绩甚至超越了奔驰C200、宝马320、奥迪A6L、大众途观、丰田凯美瑞等著名外资品牌在C-NCAP碰撞中的得分。即使在C-NCAP累计组织的147款全部碰撞车型中，帝豪EC8列迄今最好成绩前六位。自主品牌的C-NCAP纪录不断被刷新，打造了吉利汽车的“安全之门”，标志着吉利汽车已具备与外来品牌一比高低的实力。

吉利产品品质继续领跑自主品牌

有媒体专业人士认为，从这次车展期间自主品牌的展台规模、参展车型就能看出，自主品牌将迎来两极分化，竞争力较强的品牌将会更强，而实力较弱的品牌将会在下一个十年中逐渐退出汽车界，其中一个标志性的分界线就是产品的品质。品质已成为自主品牌的生死线。在这方面，吉利汽车通过战略转型所发生的巨大变化和将在这次北京车展上重点展示的“品质吉利”，将佐证这种观点。

根据各上市车企日前公布的2011年年报信息，吉利汽车2011年汽车销量虽然同比增长只有1%，但其净利润增长却高达13%，说明吉利汽车产品单车利润空间日益提高，以及吉利汽车盈利能力持续得到改善。行内专家指出，当一家汽车企业的利润增长超越销量增长时，说明这家汽车企业的品牌溢价能力已经有所提升，而这恰恰是汽车企业的产品品质出现了质变的开始，吉利产品品质的大幅度提升，已成功摆脱了整个汽车产业低迷状态的影响，也许这也是吉利汽车在这次北京车展上高调打出“品质”牌的底气。

吉利汽车这次参加北京车展最能吸人眼球的不仅是它参展车型的数量和规模，而是这次展出的车型和自主创新技术所表现出的品质和竞争力，不少当时的概念车和研发技术都已变成了量产车和准量产车及吉利汽车目前核心竞争力。吉利汽车不论是车型设计、车型性能还是安全、节能、动力、智能技术等，在本次车展中都是很大的亮点。其中这次展出的吉利卓越GE车型非常具有代表性，这是吉利早在2009年上海车展推出的第一款富有中国韵味和吉利特色的全新吉利顶级旗舰车型概念车，且一炮走红、备受关注，经过吉利研发技术人员这几年的不断研发和改进，这款屡在历届上海和北京车展亮相的研发车型，这次以全新形象出现在今年的北京车展上，并正式列入帝豪品牌车型序列。（沈海燕）

派克精英系列上市



本报讯 日前，派克在上海举办了派克精英系列及全新书写科技上市发布会，宣布了书写行业具有划时代意义的革命。派克亚太区总裁David Miller、派克中国区总经理孙卫群出席了发布会。时尚名模佟晨洁小姐、著名编剧与制片人汪远等也应邀出席活动。

发布会上，派克中国区总裁孙卫群介绍了这款创新推出的全新书写科技：“派克精英系列是时尚与高档书写领域的完美结合。它所使用的Parker 5TH派克第五元素创新书写科技，将彻底颠覆人们对书写的理解和感受，我们希望以此激发并获得新一代人群对高端书写的关注。”孙卫群还表示，派克将在中国市场加大投入，建立全新的派克品牌形象，满足中国消费者对书写功能及生活品位的追求。（张玲）

低碳扶贫开发项目发布会举办

本报讯 4月15日，中国扶贫开发协会、国龙(天津)股权投资基金公司和山西省晋中市扶贫开发协会共同在北京举办了“中国扶贫开发协会支持贫困村大学生村官成长工程——低碳扶贫开发项目发布会”。该项目已于4月9日在山西省晋中市左权县石匣乡上会村正式启动。

低碳扶贫开发项目是中国扶贫开发协会实施的“支持贫困村大学生村官成长工程”中的一个重点项目。主要建设内容是在晋中市左权、和顺、榆社、祁县、昔阳五个县的115个贫困村中栽植100万株杨树经济林。项目所需的1000万元资金，由国龙基金从企业自身经营收入中无偿捐赠。该项目是中国扶贫开发协会与捐赠单位和地方政府合作扶贫模式的积极探索，由晋中市扶贫开发协会用两年的时间具体组织实施。（军伟）