



# 让爱不再沉默

## “爱家轩言 心动逸刻”爱家梦想感言火热征集中



日前,东风日产新一代轩逸“爱家轩言 心动逸刻”爱家梦想感言征集活动正在火热进行中。活动进行不到两周,便获得全国各地超过10万名网友的积极参与,让万千家庭的爱不再沉默。

### 爱传万家,线上踊跃互动

已有10万名网友通过官网或微博在“爱家轩言 心动逸刻”平台发表自己对家人的“爱家轩言”及“心动逸刻”的家庭梦想。这数万条爱家宣言,言语或华丽、或朴实,形式有诗词歌赋倾诉衷肠,也有短短一句胜过千言。尽管每条宣言风格各异,但字里行间饱含的爱都一样情真意切。

爱情是人间恒久的话题。但发生在身边的故事才是最真实的情愫、最真挚的表达。其中,一位即将步入婚姻殿堂的网友,在“爱家轩言 心动逸刻”平台向爱人表达了自己对婚姻的承诺以及对家庭生活的期盼:“亲爱的,不知道是上辈子怎样的缘分,让我今生有幸与你相识、相爱,我承诺我将尽全力爱你、呵护你,让我们去马尔代夫结婚吧”。

有时,最真的爱往往最难说出口,因此,“爱家轩言 心动逸刻”活动也给了千万网友在世人面前向爱人表白白白的机会。一位网友说:“你我相识已5年,多少次难得的机会我都没有勇气将我心底的话对你表明。今天,我愿借家轿王轩逸的机会,让全世界见证我对你的爱。在奔向未来的日子,我希望陪伴你身边的人是我。”

家,为每个人遮风挡雨;家,同样需要每个人默默付出。一位已经成家的网友,借“爱家轩言 心动逸刻”的平台,讲述了爱人长久以来对自己的包容,也表达了自己对爱人的感恩:“老婆大人,一直以来你辛苦了。为了这个家你付出得太多。也谢谢你包容我的坏脾气。你的好我默默地记在心里,虽然我不完美,但是我的爱只属于你。让我们一起为我们的家而努力,只愿和你到白头。”

据悉,7月19日至8月23日为本次活动“爱家轩言之有你有爱”主题征集票选阶段,8月24日至9月30日为“爱家轩言之有家有未来”主题征集票选阶段。票选过程中,网友均可登陆东风日产官网或微博,发表爱家

宣言,只要内容健康温馨,贴近生活,遵守评选规则,大声说出您的爱,说出您或者孩子的“爱家轩言 心动逸刻”,您就有机会获得以下奖励:

- 1.获得合家伦敦看日出或者同游马尔代夫的机会。
- 2.赢取iPad、SONY摄像机等各类数码产品、新一代轩逸车模等。
- 3.您的圆梦故事将由明星导演拍成《爱家》系列微电影。
- 4.您的宣言将通过媒体平台进行展示,接受亲人、大众的祝福。

此外,东风日产还将选取优秀“爱家轩言”,通过媒体平台、微电影等多种形式展现网友的爱家情怀,并最终评出前十名优秀“爱家轩言”获得者,帮助他们实现家庭梦想。

### 为家而生,越级款待家人

此次东风日产借新一代轩逸上市发布之机,同时宣布“爱家轩言 心动逸刻”爱家梦想感言征集活动正式启动,既从产品层面以越级产品力超越并满足了消费者的所有家庭用车需求,又以情感营销助推“越级款

待”情感主张深入人心,实现了双炮齐放、遍地开花的效果。

作为我国第一款定位于家庭轿车的车型,轩逸自上市之初便受到了消费者的普遍好评。轩逸上市6年来,品质不断跃升,不仅全面满足了主流消费者多重用车需求,更实现了累计销售突破50万辆的佳绩,书写了中国A+级市场价值进化的华彩篇章。

而新一代轩逸更是一款真正针对家庭消费者用车需求而打造的旗舰家轿,以“越级款待”为情感诉求,超越了消费者全家对高品质汽车生活的全方位需求,为广大消费者提供了更加精彩的人·车·生活。

据日产汽车公司商品规划总部商品规划室首席产品专家小沟彻介绍,新一代轩逸是中日团队共同参与设计与研发的。在商品规划时,东风日产就将新一代轩逸的目标客户定位为精英中产阶层,并对他们进行了家访,发现这一目标群体非常注重面子及工作与家庭的平衡,在用车上,他们追求“领先半步”,并十分重视车辆的舒适性。

为了满足精英中产阶层对“越级”和“面子”的深层次需求,日产汽车借鉴2011年度中高级车冠军——天籁的成功经验,在新一代轩逸研发上投入天籁级别的资源,并采用媲美天籁的产品技术,打造出全面超越同级、超越消费者期待的旗舰家轿。

据悉,在新一代轩逸的研发过程中,日产汽车组建了著名的“梦之队”开发团队。其中,统领新一代轩逸整体研发的齐藤雄之,曾主持多款日产全球战略车型的研发工作,在中国市场成绩卓越的新一代天籁的外观设计就是他的得意之作。担任新“梦之队”CPS要职的小沟彻曾获得众多设计奖项,对中国消费者的需求理解深刻。

### 史上最强,越级同级价值

彰显成功,款待家人是每位精英中产阶层心底的期盼。为满足目标人群的这一心理需求,新一代轩逸以“越级款待”为情感诉求,携四大领先优势,为家而生。突破国内中级车传统设计理念,新一代轩逸开创性地采用前后豪华晶钻LED灯,并汲取中高级车设计元素,以“越级力量”为设计理念,打造出超越

消费者期待、媲美豪华车的尊尚外观。

设计一款汽车就像是做一道日本料理,要有前味、中味及余味。新一代轩逸在设计中借鉴了日产Ellure概念车的元素。同时,车身侧面一条波浪形的腰线十分醒目,匀称流畅的车顶线条从A柱缓缓滑向C柱,上扬的后三角窗设计与天籁如出一辙,宽幅倒梯形镀铬格栅、“X”形前脸,使新一代轩逸看上去更加动感时尚。

新一代轩逸继承并发扬了轩逸以往的大空间优势,并以绝对领先的680mm行政级后排空间,760mm超宽车身宽度与2700mm超长轴距,超越奔驰S级,为精英中产阶层提供媲美中高级车的宽敞、舒适的专属空间。

考虑到家庭用车对经济性 & 节能环保的要求,新一代轩逸采用了由新一代发动机与全新智能XTRONIC CVT无级变速器组成的Pure Drive纯净动力系统,同时配备Eco Drive节能驾驶助手,实现领先同级的1.6L CVT 6.2L/百公里同级最低油耗,为精英中产阶层款待家人带来无微不至的关怀。

得益于日产高级车尊享的三维超静音工程技术,新一代轩逸能够为客户提供媲美中高级车的专属私密空间,让客户尽享宁静。同时,新一代轩逸采用的全新智能XTRONIC CVT无级变速器改变了车辆的变速线,并通过高齿轮运作变速器,使发动机转速达到1000-1500转时仍能正常行驶,这使油耗和静谧性获得了最佳平衡。

新一代轩逸以绝对领先的980Mpa核潜艇级超强钢,打造出的UHSS超高刚性车身与多通道式Zone Body区域车身结构配合,让家人在享受汽车生活带来的便捷时,为他们提供最为可靠、周密的全方位安全保障。

业内人士称,“爱家轩言 心动逸刻”爱家梦想感言征集活动之所以受到网友的广泛支持,还得益于东风日产对目标人群消费心理的精准把握。东风日产深知,新一代轩逸的目标人群平时忙于事业,少有时间陪伴家人,他们希望通过汽车为家人带来“越级款待”的生活,表达对家人的爱。该活动与车型上市同时启动,完美融合车型定位,产品、营销双炮齐放,树立了该细分市场的营销典范。(永琪)

## 中国网游借鉴《功夫熊猫》模式拓展海外市场

2008年,好莱坞动画电影《功夫熊猫》成功打入国际市场,并在熊猫的故乡——中国大受欢迎,在全球获得了超过6亿的票房。这部充满中国元素的动画片被认为是好莱坞对中国文化的一次完美吸收和借鉴,这部片子将熊猫、功夫等耳熟能详的中国元素完美地融入美国主流价值观,并且受到了世界观众的普遍欢迎,堪称一次跨文化传播的典范。

《功夫熊猫》无疑为我们上了一堂生动的教学课,很快,在国内新兴的、最富创新精神的文化产业——网络游戏产业,就出现了类似的实践。2011年,完美世界与世嘉展开合作,针对全球人气漫画《圣斗士星矢》进行网络游戏改编开发,在充分尊重原著价值观的前提下进行中国式改造,这被认为是中国网络游戏产业借鉴《功夫熊猫》模式成功拓展海外市场的一次有益尝试!

如同好莱坞善于调动全球的资源,将全

世界最好的电影技术及人才吸引来为我所用一样,近几年,为了拓展中国网游的海外发展之路,许多中国游戏开发商不仅尽可能借鉴国外的技术和经验,更直接通过收购的方式将国外公司现成的产品、人才甚至是渠道收归到自己旗下,进行更有力的全球资源整合。以中国网游出口领军者完美世界为例,从2010年开始,完美世界就相继在日本、美国、欧洲开设分公司,直接进行本土化的运营。其次,在产品研发方面,完美世界还采取全球化开发的方式,比如在研发《神魔大陆》时,不仅采用了西方魔幻题材作为游戏开发背景,更采取多国研发团队联合开发的模式,成功打造出了符合西方主流玩家需求的作品。在开发武侠网游大作《笑傲江湖》时,也邀请全球多支高水平开发团队不同程度地参与。另外,从2010年开始,完美世界先后收购了日本网游运营商C&C Media、北美知名研发团队Runic Games游

戏工作室和Cryptic游戏工作室,直接掌控海外优质技术和人才资源。上述种种全球资源整合的方式,不仅保障了游戏更符合国际化潮流,更能通过各国研发人才的文化背景进行资源融合。这显然是好莱坞模式的一次巧妙借鉴,在利用海外知名IP开发中国网游产品时,这种方式也更利于将中国文化以外国人更熟悉的方式融入产品中,推动中国网游的海外拓展。

要从真正意义上实现中国文化的全球化发展,不仅要坚持走原创的精品化之路,开发大量体现中国传统文化的游戏,更要善于借助国外文化形象载体,巧妙融入中国文化特色。在这方面,以《功夫熊猫》为代表的好莱坞大片无疑给了我们积极的借鉴意义。中国的厂商,在具备原创精神的同时,更需要有一种创新的借鉴精神,以《功夫熊猫》为鉴,借力打力,将更多代表中国形象的符号传播给全世界!(黄仁缓)

## 索尼电脑今夏送惊喜 时尚个性轻松带回家

型,可满足消费者对配置和尺寸的多样化需求。目前,E系列的售价在3500-5500元之间,优惠后,最低3299元就可以将一款时尚个性的笔记本带回家。心动,不如马上行动!

外形上,新的E系列整体体现“环抱式”设计,通过机身上的基本色和重点色相互呼应,配合笔记本的翻盖折叠,使笔记本电脑在开合间犹如一个外形精美、色彩丰富的包裹,寓意索尼E系列笔记本是将精美外观和舒适便捷功能包裹在一起的一份贴身礼物。

E11小巧轻便,仅重1.5kg,小巧的身材加优越的性能,可以满足全家人的移动化娱

乐需求。目前,E11市场售价3499元,优惠后价格为3299元。

E14与E15都采用了Intel最新的第三代酷睿处理器,主频最高可达2.5GHz;配备的AMD新一代高清独立显卡,可流畅运行高清视频内容,带来更为出色的图形表现能力。这两款机型在索尼电脑中属于性价比较高的产品,适合学生和职场新人购买,不仅能够满足日常的学习和工作需求,还能带来完美的娱乐体验。特别是E15配备的15英寸高清大屏,是喜欢玩游戏和看电影的朋友的绝佳选择。

(于东德)

## 多功能车型逆市而上 FUV逸致后劲十足

近日,中汽协公布上半年车市销量报告显示,上半年国内车市增长率仅为2.9%,开始步入“微增长”时代,而FUV时尚多功能车逸致,以每月环比30%左右的销量增速持续看涨,市场后劲十足。

首先,逸致在外观上一改传统多功能车(MPV)的方正形象,融入了更多SUV的动感元素,而进气格栅、车门把手乃至后视镜上的转向灯,都采用了全镀铬及镀铬装饰条设计。空间上,逸致轴距长达

2780mm且采用了“5+2”座椅模式,拥有宽敞的车内空间,第二排座椅与第一排之间,最大可调间距达到975mm,极大地提高了乘坐舒适性,同时,有多达32种的座椅组合。动力油耗方面,逸致搭载了“双VVT-i+CVT”铂金动力组合,不仅动力澎湃,还具有出色的燃油经济性以及平顺的操控,确保低油耗。安全性能上,逸致采用丰田独有的GOA车身,而180G车型以上等级更是配置了包括“窗帘式安全气囊”在内

的7个空气囊。同时,全系标配了“ABS+EBD+BA”、“VSC+TRC+HAC”等主动安全系统。

目前,逸致共有包括1.6L、1.8L、2.0L三种排量在内的11款车型,丰富的细分区间让消费者能够根据自身需求,选择适合自己的价位和配置。这11款车型中,五座版和七座版车型分别占到了6款和5款,对于偏好七座车型的多口家庭来说,拥有更多可选空间。(周召华)

## 不让“大体重”压垮 华硕X301A轻薄超值首选



都会让体温急速升高,这时,选择一款轻薄如华硕X301A的笔记本,就绝对是你的出行良品啦!

华硕X301A笔记本不仅外观设计简洁时尚,在配色上还为用户带来了星夜黑、珍珠白、紫灰拉丝三种靓丽选择。再加上极具质感的雾面LCD边框点缀,以及2.6cm与1.7kg(含6芯电池)的纤美体态,时尚、轻薄、便携,你还有更好的选择吗?

在选购笔记本电脑时,

我们都会面临轻薄与高效的取舍,华硕X301A强力搭载的Intel酷睿i3处理核心,不仅在显示与处理效能方面有了显著提升,更为用户带来更加畅快的游戏体验。

无论是极致轻薄的制造工艺,强劲的配置性能,还是2秒随开即用的便捷体验,华硕X301A笔记本都有着令人满意的综合表现。想时刻享受出行无负担的便携用本,那就赶快锁定华硕X301A吧。(景颖)

## 北京汽车E系列“三包三免”强势来袭



为1710元。即便是刚步入职场的毕业生,购买E系列时也会感到毫无压力。

方案二:购买E系列即可免费获得全车险。8月1日起至10月31日,购买北京汽车E系列的客户可享受包括车损险等在内的多项免费保险服务。

方案三:购买E系列即可享受3年或6万公里的免费保养(以先到为准)。这条对为汽车使用成本居高不下而发愁的用户来说相当实惠。

### “三包”钜惠 独一无二

消费者购买北京汽车E系列还可享受全国独一无二的“三包”政策,北汽是目前国内唯一一家承诺“三包”的汽车厂商。

拥有爱车的梦想并不遥远,北京汽车E系列“三包三免”活动的强势来袭,会在这个令人心动的夏天,让您的梦想照进现实!(筱冬)

### “三免”重礼 量身定制

北京汽车提供“三免”优惠方案,消费者可根据自身情况3选1。

方案一:两年期贷款利息全免,日供仅需57元。该方案的日供仅需57元,单月仅

自8月1日起至10月31日,北京汽车E系列将在全国范围开展盛大的促销活动,在此期间购买E系列即可享受“三包三免”优惠政策。