



产业资讯

新生代骊威上市 售价8.58万元至11.72万元

本报讯 4月12日,东风日产乘用车公司副总经理任勇宣布新生代骊威正式上市。据介绍,新生代骊威分为“MPV风格造型”和“SUV风格造型”的新生代骊威、劲锐两大系列共8款车型,采用全新1.6L发动机和全新智能XTRONIC CVT无级变速器,官方指导价格为8.58万元至11.72万元。

在空间上,新生代骊威拥有2600mm轴距,584mm后排膝部空间,116mm头部空间及371-1536L宽敞多行李厢空间,带来前所未有的驾乘舒适。可扩展至1536L的超大行李厢空间,即使折叠自行车、钓鱼竿等大体积物品,也能尽收囊中。

在油耗上,新生代骊威应用日产优化改良的全新智能XTRONIC CVT无级变速器,应用全球先进变速技术,节油效率比传统的AT变速器提高了15%,带来绝佳燃油经济性的同时获得平顺自如,乐趣无穷的驾驶感受。

在动力上,新生代骊威采用日产高级车技术打造全新一代HR16DE发动机,提供同级最大91KW功率的充沛动力及最佳平衡的燃油经济性动力系统。全新配备通常应用于中高级车的双C-VTC连续可变气门正时智能控制系统,使发动机达到最佳的输出功率和扭矩表现。

据介绍,东风日产针对新车主,将“买车、用车”两大服务以创新思维进行整合,推出“包买包用,乐活即享”的全新购车模式——骊威直通车。选择这项服务的消费者,首款仅付1.7万元起,即可轻松拥有新生代骊威,而其它一切所需费用都可分期付款。3年保养保险套餐亦可自由组合,更享多重折扣,在实现至低购车门槛之余,畅享3年一站式用车服务。(周明喜)



新和悦RS即将上市

本报讯 据悉,定位“三车合一、全能商务”的新和悦RS车型将于上海车展隆重上市。新和悦RS在实现产品全方位升级的同时,兼具轿车的低能耗、MPV的大空间以及SUV的全路况三大核心卖点,将全面满足消费者多元化用车需求。作为江淮“双品牌”战略发布后,和悦品牌的首款新车,新和悦RS的问世将标志着“和悦”品牌运营正式进入2.0时代。

去年广州车展期间,江淮乘用车正式发布了以客户为导向的“瑞风+和悦”双品牌运营战略,这不仅是江淮“大乘用车战略”的深化与升级,而且改变了以车型品类划分品牌的传统模式,回归客户原点,重新构建以消费者为导向的模式。新营销时代“和悦”品牌根据产品性能、需求分析和差异化竞争的要求,重新进行品牌价值定位,“和悦”品牌主要面对大众化、家庭消费市场,为目标客户提供小型MPV、紧凑型SUV和家用轿车等系列产品,重点关注关于“时尚、舒适、进取”的诉求,成为“江淮汽车”这一“母品牌”在轿车市场上的战略性“子品牌”。

江淮新和悦RS,以现有市场多元化用车需求为导向,在造型、内饰、人性化配置等诸多方面实现全面升级,兼具低能耗、大空间、全路况三大卖点,成为集轿车、MPV、SUV“三车合一”优势于一身的全新产品。(熊欣)

华泰圣达菲 新推T动力2013款

本报讯 日前,韩系经典SUV华泰圣达菲2013款在北京宣布上市,这一分别搭载1.8T汽油及2.0T柴油的涡轮增压动力新品,在动力系统、外观内饰、配置、服务、价值等方面进行了5大升级23项优化,而价格仍保持不变:1.8T手动两驱售价9.57万,2.0T柴油手动两驱为9.97万,2.0T柴油手动四驱则是11.67万。华泰圣达菲2013款不但让广大消费者的SUV生活在强劲动力、经济节油和舒适操控等方面得到了全新价值体验,更有望成为国内中级SUV市场全新的价值标杆。(雪真)

北京欢乐谷关于破局的思考

主题公园,对于国人来说是一个既熟悉又陌生的称谓,熟悉的是人们似乎都知道其所指何物,而陌生之处在于,虽然目前中国有2500多家主题公园,但在大多数人眼中它们与传统的游乐园并无太多差别,不过是换了一个更流行的称呼而已。即便是北京欢乐谷这样国内首屈一指的主题公园也难免此困局。

2006年7月,北京欢乐谷正式建成开放,犹记得当年其开园之时的盛况,各大媒体争相报道,街头巷尾纷纷热议,在华北地区受关注度之高甚至不亚于迪士尼落户中国。

北京欢乐谷从开园至今算来已是第七年,“七年”这个字眼似乎总不免引人遐思。在北京地区北京欢乐谷并不缺知名度,但是受传统意识束缚,这个知名度在多数人的印象中还是那些华丽刺激的游乐设备,对于其主题文化人们依旧知之甚少。

人们出游的动力,往往也是寻求刺激,而非常态化的生活娱乐。由此影响到的便是主题公园赖以生存的重游率。

改变人们的传统意识并非易事,想必所有主题公园都在思考如何破此困局。而

实力。“四部一基地”(魔术俱乐部、街舞俱乐部、极限运动俱乐部、明星俱乐部、动漫基地)的建设使其完成了对“北京文化创意产业基地”这一职能的完善,各类文化元素成为北京欢乐谷与人们连接的桥梁,游乐设备的高科技体验虽好,但没有人会几天不坐过山车就浑身不自在,相反,人们对文化生活的诉求却是时刻不停的。

“泛京”与主题公园这一行业的地域属性有莫大关联。北京有着复杂且深厚的地域文化特色,这一方面为北京欢乐谷提供了更多的机遇,另一方面也赋予其更多的使命。北京以历史文化旅游资源为主,北京欢乐谷可成为北京旅游资源的有益补充,这也是其获选“新北京十六景”的原因之一。同时,北京融合了不同籍贯在京生活人群的理念和生活方式,主题公园自然也要尽量保障不同个体都能够找到相宜的参与项目,这便需要“多元的思考维度”。因此,在北京欢乐谷的主题文化塑造及各类演艺资源和节庆活动的设计上,均体现出对世界文化的大融合。

如此说来,“欢乐6+1”源于北京欢乐

谷对经营环境的深刻思考和对自身的不断完善,意在以此引导人们的意识由对游乐设施的追捧转向对主题文化的关注、由体验性消费向常态化消费转变,通过不断融入百姓生活细节,为其生活提供常态化功能,进而寻求逐步打破人们传统意识的桎梏。北京欢乐谷对自身的界定甚至已跳出主题公园这一业态,战略意图可窥见一斑。

再以行业的视角审视,放眼华北,北京欢乐谷的竞争对手或是传统游乐园的代

表,老迈且难以跟上时代潮流;或是羽翼未丰,难敌其今日之盛。恐怕短期内很难有第二者有条件以此种方式突围。经此一役,北京欢乐谷也可在竞争中占领高地。

当然,北京欢乐谷为自己设下的也是一个错综复杂的课题,是否真的能够破局而出,还要看其末来这盘棋如何运筹。(魏勇)

产业亮点

北京昌平国税局推出“古今纵览话税收”主题活动

本报讯 近日,继2012年推出“导游讲税之‘十百千系列宣传活动’”取得成功之后,昌平国税局在2013年税收宣传月再次精心策划,依托昌平区丰富的旅游资源,在“北京十三陵明皇蜡像宫”景区推出“导游讲税之‘古今纵览话税收’”主题宣传活动。

此次活动以大明王朝16帝276年兴衰变换的历史故事为背景,挖掘赋税制度变迁与朝代兴衰变换过程的内在联系。

通过连日来的宣讲,此次活动在参观游客中引起了强烈反响。大家纷纷表示:“这一宣传形式新颖有趣,深入浅出,古今税制的鲜明对比令人印象深刻,既增进了对我国税法的了解,又获得便利实用的旅游税收知识,具有一举两得的作用。”总之,税收概念算是扎根在他们心中了。

(熊欣)

游戏本便携革命 华硕G46VW霸气登场

本报讯 相较于主流效能的笔记本产品,专业级游戏本在打造顶级竞技平台的同时,体积、重量上也往往更有分量。在勇夺世界首杀的征途上,什么时候才会出现擅长“轻功”的新式秘密武器?一向勇于创新的华硕“玩家国度”,集众望所归,携14英寸高性能便携游戏机皇——华硕G46VW震撼登场,为2013年的游戏鏖战再掀风云!

对于已经久久期待“轻量级”悍将的华硕ROG游戏本家族而言,君临14英寸游戏本世界的华硕G46VW,绝对是一款具有重要战略意义的强悍新品。作为在14英寸领域拥有顶级独显装备的神兵利器,其采用NVIDIA·GeForce·GTX 660M(2GB GDDR5显存)强劲独显和英特尔·第三代酷睿·i7-3630QM处理器,配备128GB SSD高速固态硬盘和750GB(7200转)海量存储硬盘、分辨率达1600■900的HD+高清屏,并融入华硕独家S.H.E. II超级混合动力引擎、美声大师音效解决方案,打造出横扫千军的卓绝战斗力。

如果之前高高在上的重磅级战神让一些玩家还心存怯畏,现在这款传承了华硕ROG家族高贵血统的G46VW,无疑是更具亲和力的选择。霸气外露的铮铮铁骨,傲视群雄的王者内核,震撼感官的生动音画,以及只此一家的人性化解决方案,统统在其14英寸的有限空间内无限澎湃。面对前所未有的14英寸便携游戏机皇,您做好准备接招了吗?(魏勇)

海尔“按需洗涤” 打造品质生活新体验

■ 本报记者 冉 荷

日前,在海尔洗衣机“完美洗护 超越期待”——2013洗涤产业“美好生活”全球趋势发布体验活动现场,记者了解到,海尔水晶滚筒洗衣机、复式滚筒洗衣机、变频双动力洗衣机、mini内衣专属洗衣机、热泵干衣机五大品类形成三种全新的洗涤组合,以洗衣+干衣,“多洗+专洗”、“洗衣干衣2+”为不同用户提供了差异化的洗衣、护衣解决方案,创造了品质化、高端化的洗护新体验。

海尔集团相关负责人表示,互联网经济时代的到来使用户资源成为整个产业的

稀缺资源,创新用户体验并最终赢得用户的认可成为企业发展的唯一真命题,而要实现这一目标就必须为用户提供差异化、个性化的解决方案。通过与全球用户进行虚实网互动后,海尔发现了这些需求,并将全线产品进行重新整合,为不同用户设计出不同的洗涤生活方式,为用户打造了“按需洗涤”的品质生活新体验。

对此次海尔提出的组合式洗护解决方案,家电产业专家罗清启认为,如果将此前机器洗取代人力看做行业的第一次革命,



那么全自动洗衣方式的诞生堪称行业的第二次革命,而当前海尔倡导的洗护组合理念必将掀起洗衣机行业的第三次革命,未来整个行业将进入用户按需“定制”洗涤模式的新时代。

科希曼亮相上海热泵展

计的科希曼辉睿产品也掀起了“低温热泵”领域的风暴,其COP值远远高于国家标准,且更加节能、高效。控制部件全部采用德国西门子产品,具有可靠的质量保障。此外,其智能除霜技术更加适应中国大部分地区,能量多段调节技术的应用也令人们在温度调节方面更加随心所欲。

科希曼技术人员介绍,以上两款产品分别针对家庭与公共设施,但是均采用低温热泵技术,即使在零下20度的低温环境,仍能可靠保障人们供热供暖需求,适应中国南方及北方的大部分家庭及用户使用。

科希曼低温热泵技术领先的意义在于真正体现出节能环保产品的价值,因为空气能产品本身就是节能环保产品,而科希曼“低温热泵”拥有更低温度运行的能力。也就是说与同类产品相比,在相同温度下,

产品+技术 东风标致升蓝计划差异化升级



2013年1月9日,东风标致3008在成都正式上市,同时东风标致品牌中期发展规划——升蓝计划也在此时发布。在这一发展规划中,东风标致将致力于实现到2015年全年销量相对于2012年倍增的总体目标。未来三年,6款全新车型将全面冲击国内汽车市场,面对整个汽车大环境,东风标致将通过开展差异化升级,进行有针对性的“输血”以满足全方位的市场需求。

在“产品升蓝”规划中,东风标致将推出更全面的产品系列,以更值得信赖的产品质量,强化公众对品牌及产品信息的忠诚度。据悉,东风标致预计在2013-2015年投产6款全新车型,产品覆盖中级、中高

级以及SUV车型市场。

近年,随着“8时代”车型的相继上市,东风标致实现了产品力、产品线的立体化发展。而今年东风标致3008的上市,也使东风标致品牌实现各车型全面覆盖。在产品升蓝规划中,品牌作出自2013年至2015年推出6款全新车型的承诺,而这6款车型也将以全新姿态面向消费者。同时延续刚刚上市的东风标致3008在独特、全新的内外部设计上的出众表现,以及人机工程学方面的创新,利用以“红点”设计大奖为代表的设计优势,通过家族元素形成产品联动,以差异化满足不同消费者的个性诉求。

“技术升蓝”基于“E动战略”,实现动力总成的全面升级及新能源技术的应用,践行高效、经济、环保的核心理念,通过安全技术的升级,智能科技的应用以及更加舒适便利的设计,满足用户对产品的技术诉求。“通过‘E动战略’的储备,东风标致将实现动力技术的推陈出新和更新换代,这不仅包括发动机、变速箱,

也包括未来新能源产品的导入和应用。

“技术升蓝”旨在通过动力总成的完善,提升东风标致品牌的理性形象,同时提升消费者选择产品的满足感。在过去的一年里,东风标致搭乘“E动战略”顺风车,以两款全新发动机——1.6THP涡轮增压直喷发动机及1.6LCVVT技术发动机的推出,满足消费者对动力需求。不仅如此,未来3年,在“技术升蓝”指引下,东风标致还将推出1.2T以及1.8T涡轮增压直喷发动机,以迎合、满足市场及消费者需求。形成产品互补,实行差异化技术覆盖。东风标致将持续推进以高效、经济、环保为核心理念的“E动战略”,推出一系列全新汽油发动机以及更加顺应时代需求的新能源动力。并进一步开发和推出胎压监测、盲区监控、电子智能科技等舒适便利的配置设计,从动力、安全、智能、人性化等各个环节完成全系车型技术升级。(魏勇)

产业平台

产业看点