



消费资讯

广汽三菱:发挥专业优势 守护绿色地球



社会责任,而且进一步明确了广汽三菱未来的发展方向。这一理念也与三菱汽车“Drive@earth(驰骋地球、关爱地球)”的品牌理念契合。拥有最先进技术的三菱汽车,不断从全新角度关注汽车行驶与环境问题的关联,通过开发出独特的兼顾驾驶乐趣和关爱地球环境的汽车,实现人类、社会和地球的共存。广汽三菱在自身事业的开展进程中,也将把这一理念逐渐变成现实。

产品环保 用专业引领绿色未来

选择一款节能环保、性能优异的车,既能有效减少燃油支出,又能为保护生态环境尽一份力量,这已然成为消费者的普遍共识。源自“SUV世家”的广汽三菱坚持“专业创造愉悦”的企业口号,通过导入三菱汽车高品质的低油耗、低排放车型,受到了广大消费者的青睐。

新劲炫ASX作为广汽三菱为消费者带来的第一款SUV车型,其2.0L车型采用了世界著名赛车三菱EVO的动力系统,功率和扭矩均领先于同级别车型。基于此动力系统,新劲炫ASX 2.0L综合工况百公里油耗两驱版为7.5L-7.8L,四驱版为8.3L,油耗远远低于同级别车型。新劲炫ASX还专门推出了低油耗、小排量的1.6L车型,综合工况百公里油耗6.4L,远远低于1.6L车型的平均油耗7.5-8L,彻底打破了SUV就是“油老虎”的传统认识,其节约的能源与降低的排放相当于一亩种植六七十棵树木所达到的效

果。同时,配置三菱MIVEC技术和EPS电控助力转向技术,亦能兼顾充沛动力和经济燃油性,使其更经济、更环保。

广汽三菱致力于全面应用环保材料,更见广汽三菱的环保决心。以新劲炫ASX为例,创造性使用了MASTER树脂翼子板,这种树脂比钢材轻50%,大大减轻了部件的重量,进而帮助减少燃油消耗和二氧化碳排放,有利于回收再利用。

工厂环保 从源头保护绿色环境

对于广汽三菱来说,节能环保是全方位的行动。广汽三菱厂区坐落在一片绿色之中,厂区改造时尽可能保留绿地,遍植四季风景树,使厂区绿化率超过30%,可有效吸收二氧化碳,吸附灰尘,厂区空气清新宜人。

同时,从企业成立开始,广汽三菱就以工厂生产线升级为契机,建设拥有专业制造体系的绿色环保工厂,系统而完善地解决了综合能源供应系统、废水回收处理、降低能源消耗和可挥发性有机气体排放控制等重大环保课题,使多项节能减排指标达到国内领先水平。在生产工艺中全面开展节能减排的同时,广汽三菱还注重增强员工的环保意识,企业车间及办公楼放置电池及污染物回收箱,将产生的生活与生产垃圾分类,通过无害化处理,最终实现废弃物的零填埋。

广汽三菱以“专业”立身,致力从理念、产品、工厂三方面构筑企业低碳发展模式。今年,广汽三菱会进一步把环保节能意识融入到日常工作中,把环保节能提升到新的高度,发挥专业优势,用心守护我们共同的绿色地球。(何 园)

无边新视野, LG商显惊艳InfoComm2013



日前,中国专业视听业界的年度盛事InfoComm China 2013在北京国家会议中心隆重拉开帷幕。作为国内领先的专业视听设备与集成技术展览会,此次展会吸引了多个国家及地区的国内外优质视听厂商参展,为渠道分销商、系统集成商、各应用行业的最终用户提供了最先进的视听技术与解决方案。作为大屏幕显示领域的领军品牌,同时也是国内商用产品线完整、技术含量高的厂商,以“3D超窄边拼接”为今年主打产品的LG商用显示,携豪华阵容亮相本届展会。LG商用显示不仅带来了创新的无缝拼接技术以及大尺寸、超宽的多元单屏显示器,也同时为娱乐、酒店、监控等行业提供最优秀的终端显示设备与解决方案。

无缝液晶拼接 创新不断

大屏拼接作为商用显示领域的核心应用市场,同时也是LG商用显示的重要战略市场,在此次Infocomm展会上,LG商用显示为与会者带来了大屏拼接领域的最新科技产品。由LG超窄边拼接显示器55WV70MD组成的3X3拼接墙成为全场的亮点之一。5.3mm的全球最窄的拼缝,近乎无缝的巨幕显示墙把IPS屏幕优势发挥得淋漓尽致。加上其3D的显示功能,现场体验过后的每一个人都称赞其完美的视觉显示效果。

单屏商用 多元新体验

大屏商用显示展示墙中,LG 84WS70采用3840*2160的超高清4K分辨率84英寸的LED超大屏幕,具有世界上最高的对比度

(500000:1),搭配超薄超窄的边框时尚外观,为与会者带来了超乎想象的视觉震撼。
解决方案 无限应用更精彩
除了拼接与单屏显示器的展示外, LG行业解决方案也备受瞩目。展会中, LG带来了更加人性化和智能化的产品与高品质解决方案,涵盖零售、酒店、娱乐及监控行业。由4块47WS50和12块47WV30B组成的监控中心显示墙备受瞩目,突出展现了窄边框、低功耗、高画质的产品特点,同时显示墙通过上方的摄像头直播展会的各个角度画面,让与会者有更直观的视觉体验。

通过此次Infocomm展会, LG对商用显示产品与行业解决方案进行了全面深入的展示讲解,清晰地向观众分享了商用显示行业先进的重点以及最新的商用显示前沿科技,使与会者对LG商用显示产品有了更直观、更深入的了解。在用户对商用视听多样化需求的趋势越来越明显、定制需求逐渐增加的大趋势下, LG商用显示无疑会在未来斩获更多的荣誉和认同,继续巩固自身的领导地位。(叶 子)

上汽通用五菱一季度销量同比增7.5%



日前,上汽通用五菱宣布今年3月销量为156232辆,同比增长11.5%,环比增长40.6%;第一季度销量为421198辆,同比增长7.5%,创同期新高。

继1月整车销量突破15万辆后,上汽通用五菱3月销量又创新高,达到156232辆,再次刷新企业最高单月销量。其中,MPV车型五菱宏光销量同比劲升90.3%,达到50032辆,再次创造了乘用车市场的销量纪录。宝骏品牌汽车的市场表现依然不俗,3月份销量同比增长39.8%至7007辆。

在商用车市场中,上汽通用五菱延续了“微车老大”的领先者地位。除了经典车型五菱之光继续畅销之外,五菱荣光和五菱宏光3月销量都突破了5万辆。刚刚被中汽协纳入MPV品类的畅销车型,五菱宏光更是在上汽通用五菱3月整车销量份额中突破30%。这也标志着,五菱宏光在上汽通用五菱产品中,占据了越来越重要的地位。据悉,五菱宏光的升级款车型,即将在年中面世。相信庞大的保有量,将为此款车型的入市打下十分坚实的市场基础。同时,无论是外观,还是内饰品质都大幅提升,也让钟爱五菱宏光的消费人群,对于新款车型充满了期待。(小 路)

中小企业发展助推MPV市场 艾力绅乘势全面起航



作为新商业时代的主力军,中小型企业正日益发展壮大。这种趋势在汽车领域的表现就是商务用车的刚需提升,尤其对具有商务性、多功能性等优势的MPV车型表现得最为明显。东风Honda ELYSION(艾力绅)不

仅凭借舒适性、经济性、驾控感等的优化升级力拓MPV市场地位,更乘势全面起航。

中小企业助推MPV市场

随着中小企业的崛起,商务汽车市场的主流车型MPV的需求量大增。面对这一趋势,目前市面上MPV车型选择有限的劣势越发凸显,产品布局亟需完善。同时,随着新精英阶层的不断崛起,只以满足公商务需求为主、偏传统的MPV车型已成为过去时。

时代在不断改变,MPV市场也急需调整。在这种市场背景下,多功能MPV的新生代表——艾力绅凭借“全价值”的产品实力顺

势而生、乘势而飞,对MPV的固有商务印象完成了一番革新,重新诠释MPV的全价值。

对处于事业上升期的中小企业来说,艾力绅不仅符合其商务身份的气派形象和舒适性,还充分兼顾经济性和实用性,照顾到中小企业创业者对支出的把控,凸显出多功能用途。

一位业内专业人士评论,“艾力绅所推崇的‘全价值’理念为MPV‘多功能车’的定义正名,尤其是对驾趣理念的强调,在商务车领域更为鲜见,实属东风Honda对这一细分市场的开创之举。”(小 西)

上市周年荣耀钜献 启辰2013款全新上市 5大标杆树立紧凑型家轿价值新典范



4月10日,东风日产宣布启辰2013款D50、R50正式上市,新车共推出四大全新级别,售价区间为6.88万-8.48万元。即日起,全国各启辰专营店全面开始接受2013款新车预订,实车将自本月中旬陆续到店。

作为东风日产倾力打造的全新品牌,启辰自2012年4月首款车型上市以来,一直保持热销态势,不到一年已拥有6万多名忠实用户。据介绍,2013款新车根据市场反馈进行多项改进,价值更加突出,以能效、时尚、品质、服务、空间五大标杆,树立了紧凑型家轿价值新典范。特别是在能效方面,凭借引擎优化和外形的空气动力学改进,启辰2013款D50和R50新车的综合工况油耗降低到仅6L/100km,成为史上最省油的主流家轿。



至高能效领衔五大标杆

启辰2013款新车震撼登场

启辰品牌在2012年先后推出D50和R50两款车型,凭借在空间、能效、品质等各方面超越同级的优势,深得消费者喜爱,月销量迅速破万,更在年底赢得权威媒体机构颁发的“年度最受关注自主品牌”、“年度家用轿车”、“年度两厢车”等大奖共计70多项。距离首款车型上市不到一年时间,启辰品牌以迅雷之势推出2013款新车,基于先进的技术平台,根据市场反馈进行了多项升级改进,在能效、时尚、品质、服务、空间五个方面,成为普及型家轿市场的新标杆。

尤其在能效方面,启辰2013款新车再次让市场震惊。2012款启辰D50和R50在能效方面的表现本来就非常突出,6.4L的百公里综合工况油耗已是同级最低。而此次启辰2013款新车的能效表现再次突破极限,百公里综合工况油耗史无前例的进一步降低到1.6L排量车型为6.0L。

据了解,启辰2013款新车的至高能效来源于两大升级:其一,启辰2013款在赫赫有名的HR16DE冠军发动机基础上,针对用户驾驶习惯进

行全新调校,在保持充沛动力的前提下,有效降低油耗;其二,启辰2013款全系车型均装备了运动尾翼,进一步优化了车辆的空气动力学表现,带来油耗的降低。

在时尚方面,启辰2013款延续了家族的“羿”概念整体设计风格,全系标配运动尾翼使得整车看起来更加动感。2013款启辰D50还增加了一个全新的车色——翡丽灰,新车色把D50大气沉稳的特点发挥得淋漓尽致。与此同时,2013款新车全系装备电动调节后视镜,方向盘采用新的镀铬设计,进一步提升了用户的使用感受。在空间方面,启辰2013款D50和R50拥有可媲美中高级车的超大宽适空间,“空间之王”的表现始终未变。

在品质、服务方面,启辰虽为新品牌但造诣非凡。凭借东风日产强大的体系实力,启辰新车上市首年就赢得消费者认可,成功登顶合资自主第一品牌。经过一年的实战锤炼,启辰2013款在制造与服务方面的造诣更加精湛,将赢得更多消费者的青睐。

年销6万领航合资自主

周年献礼诠释客户至上

“启辰2013款新车是我们对消费

者的献礼之作,过去一年,非常感谢广大消费者对启辰品牌的关注与厚爱。”东风日产启辰事业部部长叶磊表示,“我们一直强调‘客户至上’,就是要将最好的价值带给客户。所以在听取大量用户反馈之后,我们迅速推出了2013款新车型。”

启辰品牌在其“上市元年”让市场为之惊喜,但实际上,启辰品牌的狂飙之路,从2010年9月就开始了,一个个里程碑事件在中国车市书写着“启辰速度”。2010年9月启辰品牌诞生;2011年4月联合各大供应商成立启辰“品质联盟”;2011年11月发布首款量产新车;2012年3月工厂下线;2012年4月首款新车D50上市、百家专营店开业;2012年9月第二款新车R50上市,至此,仅仅用了两年时间。

此后,D50与R50双星闪耀,启辰销售步入垂直上升通道,2013年1月,启辰月销量突破1万台,至3月底,启辰累计销量已然突破6万台。在这个过程中,启辰品牌还先后推出了首款EV概念车e-Concept和首款EV量产车启辰e30,显示出其在新能源领域的技术实力和以节能环保为

己任的行业责任感。

启辰的合资自主品牌领袖地位,不仅来源于以往的发展速度,更来源于未来的发展潜力。2012年4月D50上市时,启辰品牌发布了未来5年的发展战略“V立方”,提出了每年至少推出一款新车、5年实现100万辆的累计销量等一系列令人信服的发展计划。在东风日产强大的全价值链体系支撑下,战略清晰、目标远大的启辰品牌展现出其他同类品牌难以企及的“成长力”。不论从当前成绩还是未来愿景上来看,启辰都已是合资自主领域名副其实的领袖品牌。

启辰2013款新车上市,意味着启辰在去年广州车展发布“领航2013”后,在“技术领航”方面又向前迈进了一步。在当前环境压力加剧的背景下,汽车节能减排是每个厂商与消费者的责任所在。启辰通过传统引擎的技术升级、能效改进,为消费者提供更节能环保的汽车,不久前率先达标北京市第五阶段排放标准(京五),必将越来越受市场欢迎。

(高 洁)



附:启辰2013款新车售价表

车型售价(万元)	时尚版 MT	豪华版 MT	时尚版 AT	豪华版 AT
启辰2013款D50	6.88万	7.58万	7.78万	8.48万
启辰2013款R50	6.88万	7.58万	7.78万	8.48万