

## 北京“翰林阁”定义新居住理念 探究品牌公寓引发的思考



高品质的顶级豪宅往往地处城市的中央地带,占据天时、地利、人和的绝对优势。北京国贸CBD拥有整个城市经年累月的核心资源和配套设施,其得天独厚的魅力赢得了全球最大的服务公寓业主和运营商“雅诗阁”的青睐,翰林阁作为雅诗阁在中国开辟的首个可销售的“品牌公寓”,就地处CBD的核心地块。

所谓品牌公寓(Branded Residences)意为“酒店式服务,住宅的产权”,一般指拥有全球最具盛名的星级酒店管理的高端住宅,最早源于欧洲,上世纪90年代传入中国,是融合了酒店设施与家庭特色,采取全球顶级酒店的菜单式服务和先进管理模式,集住宅、会所多功能于一体的公寓。一般地处大都市的繁华中心,为高端客群提供豪华、舒适的居住环境,已成为一个城市国际化的重要表现。

当前,随着国民经济的迅速发展以及居民生活水平的逐步提高,人们的居住理念由原先的解决基本住宿问题发展到强调住宅平面布局和内部功能上,由注重社区内部居住环境发展到关注社区外部的周边环境。作为城市各行业的精英阶层,高端置业人群更加注重生活的

品质。翰林阁紧跟时代前进的步伐,以全新的姿态,将低碳、环保、健康等特有的绿色居住理念融入到项目当中,打造了一个令人身心酣畅的世外桃源。装修设计更是得到了LEED(绿色能源与设计先锋奖)的嘉奖,所有的精装均采用国际认证的环保建材,包括Grohe、Warendorf、Duravit、Miele等享誉国际的知名品牌,创造了一个健康舒适安全的居住环境。户型格局上,将生活的必需空间与享乐空间合理规划利用,更添了生活韵味。除此之外,以人为本,打造高品质的精致生活也是翰林阁的新型居住理念。翰林阁真正实现了以高端生活品质为基点的风格,它不只是一种居住环境,更是一种生活形态,所传递的是一种生活品质和生活态度。

优越的地理位置、设施齐备的居住环境让入住翰林阁的业主在工作、生活、休闲等各个方面都享受到了极致的方便体验。万达购物广场、新光天地购物中心供业主尽情购物。专属会所、瞰景健身房等休闲配套设施,则为业主提供了一个私密惬意的空中奢享地。周边更是聚集了如惠普、宝马、诺基亚等世界500强企业,直面国贸商圈,为业主提供了一个高端的办公环境。另外,朝阳医院、大北窑中医门诊以及青苗国际幼儿园、文汇中学等则为业主提供了全面的医疗教育服务,让业主放心安心倾心生活。因此,全方位的工作休闲、医疗教育服务也是翰林阁倾力打造的新

型居住理念。

作为品牌公寓,翰林阁完美诠释了其母品牌——雅诗阁“超凡尊贵”的生活理念,以全方位的优质服务,在占尽天时、地利、人和的绝对优势基础上满足了高端人群对于高尚生活品质的追求,更展现了高端人士追求精神领域的高级层次需求。翰林阁完美融合了星级物业服务项目,不仅为业主提供24小时前台及安保服务,日常维护服务,天气预报、火车时刻及飞机航班时刻的查询,附近餐馆咨询及订餐等服务,还配备了健身房和游泳池,供业主尽享惬意的品质生活。另外,公寓还可以有偿提供搬家、专人订票、豪华车辆租借、机场接送机、婴幼儿看护、医疗保健、美容美发预约、房屋维护、看管、客房打扫等服务等,让业主拥有一个更加愉快的旅程享受全方位的便利生活,省却后顾之忧。不仅如此,公寓更是贴心的准备了专门看护宝宝的服务人员,让有宝宝的妈妈们无后顾之忧。翰林阁以其独特的魅力展示着它的与众不同,与纯粹的住宅相比,更懂得享受,与纯粹的酒店相比,又更懂得生活!

翰林阁审时度势,在掌握社会的大背景下,紧跟时代前进的步伐,把绿色人居、高品质精致生活、方便舒适以及全方位的物业服务作为其最新品牌公寓的居住理念,实现了各界高端人士追求自我价值的心愿成为了北京高端房地产市场不可多得的产品。

(芳 芳)

### 通用网址遭网民抢注“哈尔滨啤酒”失而复得

解决,在消耗了大量的时间和精力之后,一纸裁决书终于让百威英博哈尔滨啤酒有限公司拿回了属于自己的通用网址。

#### 发展网络市场 保护网址很重要

现如今早已经进入网络时代,蓬勃发展的互联网市场给企业带来了广阔的蓝海。而经过了通用网址之争的前车之鉴,百威英博哈尔滨啤酒有限公司对网络品牌资产加倍注重起来。在赢回了“哈爾濱啤酒、哈尔滨啤酒、哈尔滨啤酒”通用网址关键词之后,为了避免再出现网络品牌的纠纷,百威英博哈尔滨啤酒有限公司抢先注册了“哈啤”等通用网址,将自己的网络品牌牢牢地保护了起来,值得其他企业学习。

据了解,基于互联网的通用网址同基于移动互联网的无线网址一样,都是我国重要的互联网网址资源。因为网址具有唯一性、独占性和排他性等特点,因此在法律上具有商业标识功能。这一观点已经成为业界的共识,在近年来各地出现的网址争议案中已多有判例。相比传统商标实行分类注册的方式,通用网址、无线网址

均采取一对一的注册原则和先注先得的国际惯例,资源十分有限。同时,在法律上商标权无法对抗域名权,所以如果被其他人抢注,想要追回将面临较大的困难。

因此,无论传统商标品牌还是网络品牌,对于企业来说都是非常重要的无形资产,都应该及早进行全面的保护。业内专家表示,企业应当将自身的商标、通用网址、无线网址等品牌资产都牢牢掌握起来,构建起“全网保护”体系,为企业创建具有鲜明个性、高品牌忠诚度和高价值感的强势品牌扫清障碍。

(陆 科)



### 和悦A30上市首日实销破千辆



近日,江淮和悦A30于山东即墨正式上市,售价6.28万元起。而仅仅在一天之后,即上市首日,和悦A30就取得了终端实销超过1000辆的好成绩,引来行业瞩目。

早在此前的预售期里,和悦A30就显现出了车市新贵的潜力。自“爱上我的爱,一生520”全国预售计划全面启动以来,和悦A30在全国范围内已收获了超过4000辆的预售订单,得到消费者的广泛认可。凭借5年20万公里的超长保养期,和悦A30在全行业掀起“服务价值”的新风暴。

此外,在山东即墨的上市发布会上,江淮乘用车正式宣布:和悦A30全系产品提前实施3000元惠民补贴支持,加上和悦A30低至6.28万元起的上市价格,一举把和悦A30的购车门槛降低到6万元以下的水平。消息一公布,马上引发了现场来自全国各地的300名客户代表的热烈欢呼,充分说明和悦A30给消费者带来的价值冲击。

除了物超所值的价格与服务之外,和悦A30本身出众的产品实力也是其引发购买热潮的重要原因。作为江淮二代乘用车的代表车型,和悦A30在造型设计、空间构造、安全防护、节能科技等方面都有着过人之处。

和悦A30由意大利明星级大师团队设计,以欧洲前沿的设计语言阐释中国传统艺术和文化,塑造出和悦A30完美的比例和灵动的外形,获得新生代客户的好评;大面积地采用高强度车身材料,达成欧洲五星标准的高刚性车身结构,配合博世9.0版ABS+EBD、TPMS胎压监测等中高端车上常见的安全配置,为家人增添一份安心与保障;获得“中国芯”年度十佳发动机大奖的1.5L全铝VVT发动机,搭配操纵顺滑的CVT无级变速器,充分释放年轻内心的激情活力。

以5年20万公里超长保养和全系3000元惠民补贴带来的超值体验,加上和悦A30自身的出色表现,其上市首日实销千辆的成绩虽在意料之外,但也在情理之中。(小 雨)

### 全国百强县市汽车巡展 华泰汽车掀购车热潮

近日,由中国汽车新闻工作者协会主办的2013(第十届)全国百强县市汽车巡展活动在全国百强县市陆续开展。华泰汽车携旗下精品车型路盛E70、宝利格、圣达菲参展,以空前的优惠和服务政策,受到当地消费者的广泛关注和热烈追捧。

本次展会期间,华泰汽车经销商别出心裁,不仅用礼品箱、促销广告牌等装饰物将展位布置得十分抢眼,还通过“微信扫一扫”等活动,与现场观众进行互动,为参与观众赠送纪念品,掀起了活动现场的购车狂潮。(杜 威)

## 奇骏:“技术为王”成就“技术之王”

行驶时的性能。配合全新调校的麦弗逊式独立前悬挂和高速阻尼控制减震器,奇骏不仅能轻松应对各种路面状况,更带来与高档轿车同等的乘坐舒适性。

值得一提的是,奇骏经过全新升级的陡坡缓降控制系统,能实现自动调节车辆在下坡行驶时的速度,保证驾驶者在特殊道路情况的安全性。此外,奇骏还配备了偏航瞬间控制、上坡辅助、车辆动态控制等先进科技,为驾驶者带来更安心、安全的驾驶。

在保持既有的越野技术优势基础上,奇骏多年来通过不断优化升级智能科技配置,为消费者带来“智酷全能”的产品价值,以智观、智驱、智享三大优势产品力,引领城市SUV智能技术风潮。

除智驱带来的强势越野性能外,智观方面,为保证消费者在行车和泊车时的安全,奇骏综合了多项高新技术,为消费者带来开创性的AVM全景式监控影像系统。这一智能影像系统可通过4个超广角摄像头,合成车辆周围环境的鸟瞰图,为泊车提供极大便利。同时,在倒车的时候,AVM全景式监控影像系统更可呈现360°全方位的车身周围情况,这对于新手和复杂情况来说还是比较实用的。

智享方面,奇骏则通过领先的人性化设计,全面提升驾驶的舒适性与便利性,让拥有奇骏的人们能够充分享受智能科技带来的休闲生活。奇骏搭载了东风日产享誉全球的“CAR WINGS智行+”智能全方位行车服务,它能为消费者提供强有力的后台支持,为消费者提供“一站式”信息顾问、“三重”安防系统等无微不至的贴心服务,通过智能配置给予消费者更便捷和轻松的汽车生活,享受科技带来的舒心体验。

#### 实力:全球首款登陆“地球三极”量产乘用车

凭借多年来在越野技术上的坚持和智能科技的优势,加之先进的环保清洁技术,奇骏先后登陆地球最南端——南极、最高极——珠峰和最北极——北极,是全球首款同时登陆“地球三极”的量产型乘用车,为后来者创造了一座难以企及的坐标。

2009年初,奇骏作为人类历史上首款登陆南极的量产乘用车,随同中国第25次南极科考行动,克服了南极极限环境,助力科考队完成了在南极内陆冰盖最高点——海拔4083米的DOME-A(冰穹A)地区的

直想换一辆通过性好且舒适性也不错的SUV。

时机出现在2008年,当时他接到东风日产的邀请,参加了奇骏的媒体试驾活动。经过一番深入的试驾之后,奇骏阳刚的外形、强悍的性能、宽大的空间以及丰富配置给他留下了深刻的印象。回到北京之后,他马上到东风日产4S店预订了一辆顶配版本的奇骏。

5年来,这辆奇骏陪伴他跋山涉水,行驶里程超过了20万公里,良好的通过性、脱困能力和品质从没把他丢在半路上。在他的力荐下,杂志社的3位同事也先后购买了奇骏。他告诉记者,在30万元以内的城市SUV中,奇骏绝对是“技术之王”,而且优势非常明显。

#### 销量:超百万级销量登世界之巅

截至2012年底,奇骏全球累计销量突破百万。自奇骏2007年在欧洲上市,仅仅用时5年,全球销量就超过百万。在中国,东风日产奇骏同样深受懂车、爱车一族的喜爱。时至今日,奇骏以其卓越可靠的产品、无可比拟的性能和不断创新的精神,赢得了业界一致褒奖,并受到全球消费者喜爱,当仁不让地成为城市SUV巅峰车型的佼佼者。

奇骏对技术的不懈坚持,为城市SUV树立了技术实力派的典范。我们期待即将换代的新一代奇骏能够传承其在技术性能领域领先的传统,也期待更多的主流城市SUV能补足在技术方面的缺失,为消费者带来更多惊喜,而不是让奇骏继续专美。

(张 伟)



长期以来,在众多城市SUV中,东风日产奇骏是数一数二的一直坚守“技术为王”道路的车型。从诞生之日起,奇骏对越野性能的坚持就从未妥协。同时,在进入中国多年来,还一直通过不断优化升级其智能科技配置,为消费者带来“智酷全能”的产品价值,满足了消费者日益重视越野、兼顾舒适的双重需求。

在这条“技术为王”路上耕耘多年的奇骏,不仅成为全球首款登陆“地球三极”的量产乘用车,也收获了城市SUV“技术之王”的良好口碑和全球超百万的傲人销量,为已经在海外亮相的新一代奇骏打下了固若金汤的口碑基石。

#### 技术:“智酷全能”之路

2000年面世的X-TRAIL奇骏是日产一款享誉全球的经典中高级城市SUV。2007年,更具科技含量的新奇骏在欧洲上市,立即掀起一股SUV技术热潮,并席卷欧洲各国和日本本土。2008年,新奇骏在千呼万唤中被东风日产正式引入中国,毫无意外地,它在中国也迅速成为城市SUV市场的技术标杆。尤其在越野性能上,奇骏堪称是30万元以内城市SUV中的最强车型。

为了确保超越同级的越野能力,奇骏全系标配了四驱系统,这在城市SUV市场绝对是“独一份”。现款奇骏搭载的是一套智能全模