

# 广本雅阁 传奇仍在延续

据统计,广州本田今年9月销售雅阁轿车12466辆,在中高级轿车中排名第二,创下销量的新高。另有数据显示,全球30年累计产销雅阁车型1500万辆,而广州本田7年就累计产销雅阁车型达到50万辆,并且连续19个月取得国内中高级轿车月度销量冠军,而08款新雅阁还未上市就已经成为炙手可热的焦点。业内人士表示广本雅阁在国内市场缔造的传奇有望延续下去。

## 品质:树立典范形象

雅阁自1999年中国市场上市以来,走的是一条产量稳步提升、品质精益求精之路。作为制造企业,广州本田在国内车厂中打造了数个第一,而雅阁轿车就是这数个第一的见证与亲历者。当年,广州本田第一个全球同步引进车型,树立中高级车标杆的就是雅阁。率先将4S店销售模式引入国内;第一次主动公布国产化率,而让全国消费者

共同见证国产化率达到40%的轿车……

## 技术:时刻领跑车市

技术永远是汽车发展最核心的因素。无论发动机、操控系统还是整车配置,优异、可靠的技术始终是衡量汽车品质和性能的关键指标。在去年的J.D.Power报告中,雅阁在所有调查项目中均有上乘表现,在变速系统一项中更是获得最高评价,这正因为雅阁的血液里流淌着“技术本田”的基因。广州本田执



行副总经理付守杰不无自豪地说,在汽车领域,广州本田一贯以技术为重,将创新技术放在第一位。正是这样持续创新的意识和不断研发的精神,让雅阁时刻领跑车市。

## 服务:创新创造喜悦

广州本田的创新服务

为客户制造着持续的喜悦:“服务双周”,24小时紧急救援服务体制,率先向全国各特约店导入快修体制,建立并实施“早八晚八”连续12小时的营业时间的服务体制等。

此外,广州本田还建立用户投诉回访体制,更加

全面地收集用户对广州本田产品以及特约店服务的意见,并作为改善依据,开展提高用户满意度的改善工作。还在各特约店内将保养项目和价格展示于展厅和顾客休息室,让广大用户清晰、透明地了解维修价格。 刘瑞红

## [车市资讯]

### 卡罗拉中原动感之旅驶入古都

一汽丰田卡罗拉中原动感之旅系列活动的收官之作11月1日在古都名城——开封如期上演。

卡罗拉上市5个多月以来,以其动感漂亮的外形、激昂澎湃的动力、稳当实在的自重、美观踏实的宽胎、令人激动的6个安全气囊、华丽精美的内饰和稳定可靠的质量,成为众多车迷不二的首选,尤其是卡罗拉的省油性能,更赢得了工薪购车族的青睐,上市至今依然供不应求。正像几位资深汽车版编辑说的那样:卡罗拉的各项表现比较平均,既不追求强过别人,也不会落于平庸。真正体现了用最低的成本造出最实用的车这个“丰田造车经”。

此次卡罗拉的系列试驾活动是由一汽丰田郑州区域的富达丰田、豫中丰田、裕华丰田以及世纪鸿图丰田四家经销商联合发起,已分别在郑州、开封等地举行,本次开封站活动的举行标志着整个卡罗拉中原动感之旅结束。 陈娟

## 讲述

车主与“坐骑”总是密不可分的,相互的水乳交融,相互的荣辱与共。无论你的寂寞、悲伤、快乐、成功,他或其它总在第一时间与你分享,不离不弃……本期让我们一同走进本田雅阁与车主的快乐生活。

## 本田雅阁 我的“梦想之车”

**自述人:**秦华  
**年龄:**30  
**性别:**男  
**职业:**某公司管理人员  
**车型:**雅阁 2.4  
**购车时间:**2005年7月  
我的梦想是有一辆属于自己的车,能与家人和朋友分享我的快乐。而雅阁,正是我的“梦想之车”。

在购买06款雅阁前,我开的是公司那辆多年前原装进口本田雅阁,虽然进口雅阁的外形难以和现在街上一一些前卫时尚车型相比,但在驾驶的几年内,除了更换几次零部件外,没出现过一点大的毛病,其可靠的品质给全公司上下留下了深刻的印象,所以我毫不犹豫地再次选择了雅阁。

事实证明我的选择是对的,我虽然年纪比较轻,但性格比较偏稳重。雅阁的外形比较符合我的性格,它介于沉稳和活力之间,既有成熟气派,也不失动感,在大场合上显得毫不拘谨,甚至还有咄咄逼人的大气感。做生意的人就喜欢这种气质。而这辆车也不负众望给我带来了诸多好运,让我在事业与生活上获得了双丰收。

10月20日,第102届广交会一期落下帷幕。微波炉巨头格兰仕无疑是最大的赢家:合同达数亿元、100多款最新微波炉产品亮相、出口价提高5%-8%。比广交会意义更重大的是,格兰仕微波炉在全球市场占有率远远将追随品牌甩在身后,由其主导的产业向中高档升级正得到同行的跟进、大客户和消费者的认可,一场微波炉升级换代的盛事正逐渐步入高潮。

**一枝独秀跑赢广交会**  
“今年家电制造企业普遍向国外采购商发出了明确的提价信息,”在广交会第一期结束后,格兰仕微波炉电器有限公司外贸公司总经理李淑玲透露,“格兰仕今年的出口价格比去年提高了5%-8%,但是格兰仕带去的大多是高科技新品”。

微波炉龙头老大格兰仕,此次带来了100多款创新微波炉,其中包括能抽油

## 格兰仕微波炉全球布局

烟的微波炉等组合型产品,功能强大,且节省占用空间。随着产品提档,出口价格也上升。格兰仕方面表示,涨价的主要原因主要是产品升级,而且整个行业受到人民币升值、出口退税调整、原材料上涨等多种因素的影响使成本压力日益上涨。无疑,格兰仕开始率领行业出口由价格战转向

价值战。  
据了解,在第102届广交会中,家电巨头依然是成交大户,格兰仕更以得到约6亿美元的订单数遥遥领先。**全球升级,甩远“老二”**  
比广交会意义更重大的是,由格兰仕主导的微波炉产业向中高端升级在全球范围内正得到同行的跟进、大客户和消费者的认

可。由此带来的直接结果是,格兰仕在全球市场占有率远远将老二甩在身后。  
据了解,格兰仕一家的产量占据全球1/2产量,远远将第二甩在背后。早在上个世纪,就有200多家跨国公司委托格兰仕为其供应微波炉,格兰仕微波炉制造中心除机器检修日外,每天24小时高度运转。据权威统计,微波炉市场格局早已是一家独大,格兰仕一家市场份额超过50%,独占全

球市场半壁江山,超过排位第二的企业20多个百分点。  
更值得关注的是,格兰仕一边做规模,一边掌控了核心技术,开始向日本、韩国、欧美输出技术。事实上,以格兰仕为主导开发的一代微波炉不仅在中国取得了非凡的成就,在欧美更是以超乎想象的速度普及。一场全球范围内的微波炉升级换代正以不可逆转的趋势进行。 刘金林

## 异军突起 三星 MP4 明星选拔赛

自10月10日舞动音画-三星MP4网络明星选拔赛开始至今,已正式启动一周。随着时间的推移,参赛选手和赛事影响力正逐步升温:据三星MP4和新浪网联合统计的数据显示,截止到上一周,明星选拔赛页面访问量早早突破百万,参与和报名的网友数百人。  
在选秀节目盛行,大众口味难调的今天,三星MP4明星选拔赛又缘何异军突起,火热全国呢?细细分析不难发现,首先,三星具有广泛的民众基础,相信大家对于三星的产品并不陌生,领先的技术、时尚的设计、创新的功能,让三星品牌在中国消费者中根深蒂固。  
其次,相比国内选秀节目,此次三星联手韩国JYP经纪公司,不仅为更多有着“星梦”的观众又提供了全新的机遇,重要的是,将获得韩国JYP公司为

你量身打造的造星计划和一个跨国平台。  
最后,新鲜的事物总能夺人眼球。网络急速发展的今天,所有的事情网络都可以为你效劳。三星之所以选择网络,也在于电视选秀的无情和残酷。而网络的便利也为广大有着“星梦”的选手提供更多的快捷和便利。  
多才多艺的你如果想一试身手,那没有比这个更好的舞台了。在活动专题页面 [http://music.sina.com.cn/samsung\\_mp3](http://music.sina.com.cn/samsung_mp3) 展示你的才艺,一切都将因此而改变。



鄂尔多斯,在蒙古语里意为“宫殿成群”。  
这个有着令人向往的含义的概念并非仅仅是广袤中国大地的边疆内蒙古的一个地区,它的闻名遐迩更是来自于一个羊绒服装品牌所创造的传奇。  
2007年的金秋十月,这个传统的服装品牌在其27年的征程里赋予了一个边缘小城显赫声名之后,正在试图创造新的里程碑:通过品牌的力量,进一步把这个城市的地位置于世界舞台,而不再仅仅是中国影响力。  
而横亘在中国服装品牌面前的一道国际化鸿沟,也正在为这个品牌所跨越。  
于是,10月28日这天,业界震撼性地领略了一个品牌集团的傲人风姿。不仅

仅是一个羊绒品牌的队列,而是聚来了主品牌“鄂尔多斯”、羊绒顶级品牌“1436”、生活方式系列服饰品牌“ERDOS鄂尔多斯”、原创设计品牌“LTYNL莱茵奈”等四位鄂尔多斯王国内的诸侯设计总监们。而负责企划统筹的李杉林先生所代表的已不单单是一个集团公司传播部门主管,而是鄂尔多斯国际文化传媒公司总经理。  
而同时,鄂尔多斯也宣告了“ERDOS时尚创意园”——一个涵盖时尚品牌服务体系与传媒体系的创意基地的落地上海。  
为表示对鄂尔多斯的的支持,上海市府、市经委及其他相关机构也派出了代表到场祝贺。  
鄂尔多斯羊绒顶级品

牌“1436”,以规格平均在145μm以下、长度达36mm以上的世界极品羊绒纤维为原料,以“半时尚”的欧陆新风潮及简约奢华的新主张,解构“极品”生活主义,锐意塑造中国顶级奢侈品品牌。  
羊绒主品牌(经典品牌)“鄂尔多斯”,使用纯正的原料,赋予经典的设计和精湛的工艺,以卓越品质和尊贵气质展现羊绒高贵风格及穿着者不凡的气派。  
因为鄂尔多斯实在堪称中国最具代表性的服装品牌之一。  
这家公司不仅赋予中国以产业尊严与地位,它甚至被许多人认为伴随着共和国整个迄今为止的改革开放事业波澜的最佳代表企业。

而为了品牌进军世界这一刻,鄂尔多斯已经准备得太久。  
事实不为很多人所了解的是,鄂尔多斯的起步就是国际化的。  
值此中国经济腾飞、民族气概强盛之际,耐心守候了27年的鄂尔多斯实现了凤凰涅槃,欲火重生。一旦决定国际化,则气势磅礴地推出了一系列的战略部署。进军中国最国际化的城市上海、建立上海时尚创意园、推出国际顶级奢侈品品牌“1436”、聘请国际化设计师团队、与上海国际服装服饰中心及上海时装周结盟……  
有着羊绒王国之称的鄂尔多斯就如数百年前的成吉思汗一样,铁蹄踏向世界。