

世界斯诺克传奇大师携手博瑞国际汽车城诠释“斯诺克人生”

大师传递大爱 品质与责任同在

开赛前，大师们表示愿将所有奖金捐献慈善事业



希金斯

苏格兰籍世界职业斯诺克选手，4届世界斯诺克锦标赛冠军。击球以节奏稳定、走位精准著称，有台球界“巫师”之称，他是当今世界斯诺克界最优秀的选手之一。

丁俊晖

中国斯诺克选手，被国外媒体称做“东方之星”。他8岁半接触台球，13岁获得亚洲邀请赛季军，从此“神童”称号不脛而走。2009年12月14日，斯诺克英锦赛，丁俊晖10-8胜希金斯封王。

亨得利

被公认为历史上最好的斯诺克球员，他统治了90年代的斯诺克台坛。1990至1999年，他共获得七个世锦赛冠军头衔，并连续八年获得世界排名第一。

达赫迪

来自爱尔兰，他是第一个同时赢得U21世界青年锦标赛、世界业余锦标赛和世界职业台球锦标赛的球员。

吉米·怀特

英国职业选手。斯诺克台球界，他以其华丽的球风和令人钦佩的体育道德，成为球迷心目中的偶像。尽管在他的台球生涯中从来没有夺得过世界锦标赛的冠军，但每当提到他时，人们总是敬佩的称他为“无冕王”。

塞尔比

1998年，塞尔比荣膺英国15岁以下锦标赛冠军，并由此开始受到各方关注。塞尔比幽默风趣，个性张扬，心理素质超强，2011上海沃德大师赛夺得冠军后，世界排名升至第一。

希金斯、丁俊晖、亨得利、达赫迪……这些名字对于斯诺克迷来说肯定是耳熟能详，令人兴奋的是，9月30日至10月2日，这些大师们将齐聚郑州参加“博瑞之夜”世界斯诺克慈善精英赛。当大师得知主办方博瑞国际汽车城将向中华慈善总会捐献后，他们纷纷表示愿将本次比赛的所有奖金悉数捐献给中华慈善总会。

晚报记者 白贺



“做有社会责任心的企业”

据了解，“博瑞之夜”世界斯诺克传奇大师赛由博瑞国际汽车城主办，作为博瑞国际汽车城展会活动中的一道“大菜”，吸引了不少郑州市民的眼球，着实为9月24日即将亮相的国内中部地区首家“国际豪车城”增色不少。与此同时，博瑞“世界老爷车文化展”、“博瑞之星·2011中华美魅风尚国际（汽车）模特大赛”、首届“博瑞杯儿童遥控汽车争霸赛”、首届“博瑞杯·我心中的未来汽车创意设计绘画大赛”等主题活动也将于国庆期间举办。

用博瑞国际汽车城董事长曹自伟的话

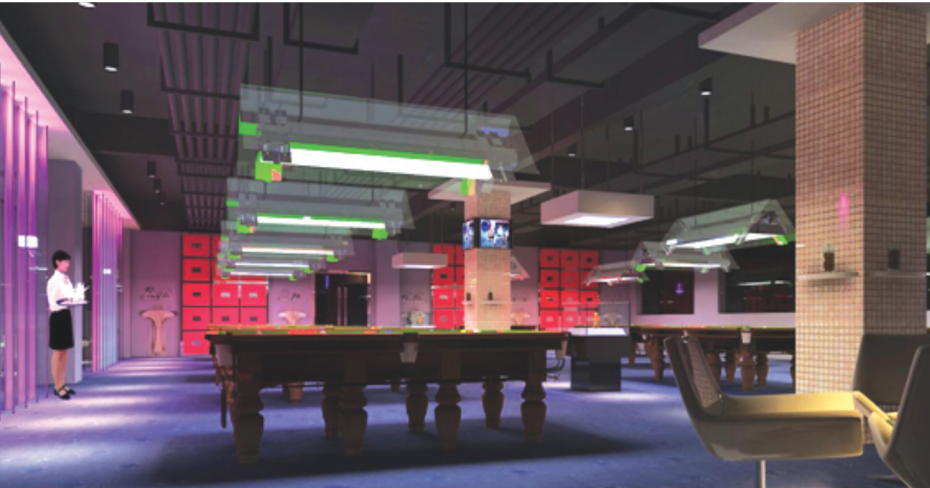
说，之所以为开业庆典准备了如此之多的特色主题活动，目的之一便是为引起行业内的高度重视。“博瑞的亮相必须是卓尔不凡的，所有



“推崇高品质的生活理念”

台球是一项高雅的运动，斯诺克台球更是引人入胜，一直为英国绅士们所青睐。世界大师们的精彩表演把它演绎的更加新颀玄妙。

一个扎杆，一个弧线球，一个大回环走位



的主题活动必须要与博瑞与生俱来的品质相契合。”

另外，得到大众的普遍认可也是博瑞所追求的。“做企业，市场效应是其一，更重要的是应该是社会效应。”曹自伟说，自博瑞国际汽车城立项前，他们就决心做一个有社会责任心的企业，立项后不久，博瑞国际汽车城就会向中华慈善总会大力捐款并推广行业慈善活动。

巧合的是在得知博瑞汽车城向中华慈善总会捐款的消息后，参赛的6位世界冠军也纷纷表示，本次比赛的全部奖金他们也将分文不取悉数捐献给中华慈善总会。

世界上没有一盘相同的斯诺克，斯诺克是一种态度，其实也是一种人生，不仅是有品位的，也是更积极向上的。

博瑞国际汽车城就是看中了这项运动及赛事背后推崇高品质生活的真谛所在，这与博瑞的面世以及今后的发展有着理念上的契合点。

作为中原车市的新型集合体，博瑞将完全改变以往市场传统汽车经营的商业模式，它提供给人们一种全新的汽车消费方式——“汽车超级mall”的概念。博瑞不追求一时的辉煌，从细节上去彰显品质，让购车者感受到汽车文化、艺术、科技带来的生活享受。”

另据了解，“博瑞之夜”世界斯诺克传奇大师赛期间，河南省体育局、河南省台球协会将邀请河南球迷及冠军选手与大师同台比赛、花球表演等互动活动，让河南球迷与世界大师面对面。同时，他们将有幸与偶像合影留念，得到签名的台球以及比赛用服等。

上世纪80年代中期至90年代初，在计划经济向市场经济转型时期，汽车领域采用了“双轨制”的运行模式，汽车首先经过统一分配，解决单位的需求之后，余下的汽车将通过自由市场进行买卖。

那时候的销售渠道是以车厂建立的销售服务体系为主，由车企直接投资。国家为了对汽车销售进行控制，在全国一些大城市建立了

从汽车交易市场走向4S店

汽车交易市场。比如说，1992年郑州出现了河南第一家汽车有形市场——郑州汽车城，拉开了郑州市大发展的序幕。随后，洁云路汽车市场、北环中原汽车交易中心、陈寨汽车市场、107国道亿众汽车市场等几个对郑州市具有重要意义汽车市场也都在此阶段相继出现。

随着改革开放的逐步深入，“双轨制”模

式终被完全的市场经济体制所取代，汽车行业进入快速发展时代。这时候的汽车市场有了明显的变化，私人购车、乘用车市场的份额开始逐渐加大，受外资公司的影响，车企也逐渐使用各种营销手段，提高自身产品的竞争力。90年代中期，销售渠道又有所变化，除厂家的直营店意外，拥有代理权的经销商也开始发展起来。

4S店“革命”从繁荣走向桎梏发展

弊端也日益显现。

4S店的经营方式存在先天的弊端：占地面积大，前期投入多、品牌单一等。这些“先天不足”在市场红火中被忽略和掩盖，而一旦市场出现寒流，问题就会急速放大。今年郑州市自主品牌遭遇“危机时刻”，其深层原因就与此有关。

可以说，4S店的弊端桎梏了汽车商圈的快速发展，不仅在建设中需要大量投入成本，在交易中4S店也占据了强势，它对资源和成本的投入，直接影响了百姓购车的成本。



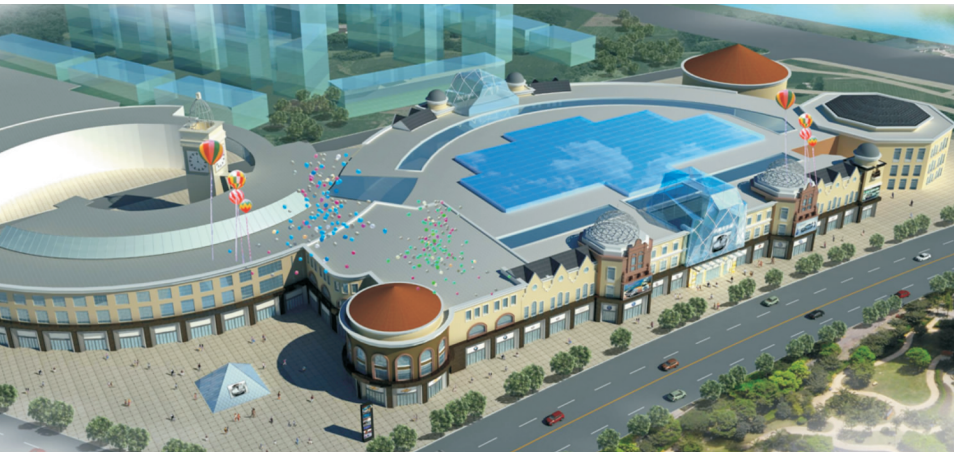
新一代“汽车mall”商业模式出现

占地3.2万平方米，地下一层中央展厅占地2.8万平方米。建成后，这里将汇集以汽车产业为基础，汽车文化、汇展、交流、销售为一体的室内最专业的会展中心。

在博瑞，将会聚集市场上大多数豪华品牌。而且众多的商业形态和巨大的商业体量中，还有工商银行以及与之合作的汽车金融公司、保险公司、税务局以及车管所入驻。更有斯诺克、高尔夫、红酒坊、茶艺室、珠宝、时尚用品展示区、咖啡休闲区、职工餐厅、商务

餐厅、儿童游乐园、古筝演奏区、车友交流俱乐部、交通广播直播室入驻。

汽车发展的趋势一定是和全产业化、专业化的大型综合性汽车城相互配合，也将涌现初更多的一站体验式的新型汽车消费文化。”专家认为，在汽车消费成熟的欧美，买汽车就像去超市购物一样，体会的生活的品质，而在中国购车，人们往往则是按照“事件”去处理，在不远的将来，随着汽车品味生活的逐渐提高，这种“事件”购车将会逐渐淘汰。



地址：郑州市农业东路与天泽街交叉口博瑞国际汽车城 热线：400-7178-999 网址：WWW.BSIMG.COM

从代步工具到品质追求
汽车，改变我们的生活

博瑞国际汽车城带来
全新汽车消费文化