



宝马7系是宝马公司顶级的豪华轿车系列，他在1977年取代了“New Six”车型，也是宝马汽车的前驱车型，而且只有轿车形式。

外形方面，传统的双肾形格栅被进一步加宽和加高，发动机舱格栅也更加突出，进气格栅成为饰面，格栅也经过了重新设计，与前格栅的宽度和比例，新7系前大灯被降低到发动机盖的高度提高了20毫米，使车身线条更加柔和流畅。

宝马7系最大的特点就是搭载了宝马第1代的“iDrive”系统，这个系统的外显示器是一个位于传统轿车换挡杆位置的旋钮显示器控制的一个LCD显示屏，这个旋钮的操作类似于电脑鼠标，通过推拉、旋转和上下移动，可以控制显示屏上的多级菜单，对8个主菜单下数百个功能进行控制。

作为强调运动能力的豪华豪华轿车，宝马7系的动力系统相当强大，326马力的双涡轮增压3.0升直六5档是740i的标配型。



BMW 740i

资深车主的时尚车生活

本报记者/李琴

王先生是位才刚满40年车龄的资深车主，就像很多入门车友一样，当年购入的第一辆也是摩托车，从摩拜雅维引到黄阿剑公司，90年代初期，口味的改变带来了王先生对轿车的兴趣，继而重庆长安、天津夏利；再到日产，到如今宝马740i，可以说，王先生这辆座驾也是其个人家庭史。

“宝马7系百年世界大品”问及为何选择宝马，王先生回答得很干脆，“大气的外观，一流的性能，乘坐舒适空间宽敞，都说‘开奔驰，坐宝马’，而选择宝马7系，也是看中了其高端的品质。”虽然身为公司中高层，相若与自己一身，但在颜色方面，王先生还是选择了相对低调的绅士米灰色调，“人，无论做什么职业到什么高度，还是需要保持自己内心的自然。”

身为汽车行业的高端人物，王先生对汽车的保养就没有任何吝啬，“定期保养肯定是必修，但没有像其他人一样视车如性命，今天跑出来，明天就开去，当然，平时的车身美容方面还是很有讲究。”

虽然公司业务多，但王先生目前的生活安排却还是很规律，每周会有至少2天的“私人时间”，定期还会和专业音乐人士请教钢琴、切莫山提琴，另外，品茶也是王先生每天要做的事情，和其他公司老板不同的是，王先生定期和员工之间的沟通都会在轻松愉快的“茶时间”进行，这也是王先生目前依然保持年轻状态的原因之一。

谈到下一辆座驾计划时，王先生会像很多年轻人一样兴奋，“我的下一辆也就是最后一辆车，应该选当地最顶级的车。”而当笔者问到原因时，王先生不变了个调子，“总会是很微妙的感觉。”



集名品于长廊 汇品质于沪杭

——沪杭总经理话“名品廊”——

文/林德兵

“上海欲求风潮”，汽车后市场风潮骤起，假冒伪劣泛滥成灾，恶意竞争无节。低质劣质的诱惑，良莠难辨，为财富而来却偷得与高档交易，鱼目混珠？我们该如何鉴别？

面对错综复杂，六神无主，亦航决然人用前瞻的目光，成熟地思考，义无反顾地决定走上品牌之路，即“名品廊”。集名品于长廊，精品源于沪杭，让品牌“宁边宁木萧萧下”，却坚持“不关KJ滚滚来”。

因为我们生活在符号盛行的时代，从个体到国家，从乡村到城市，从传统到网络，从一包香烟到立立奇丹顿——仿佛少了自己性格就无法生存，世界上大多数人想方设法用各种形式和手段来宣告自己的存在，彰显其与众不同的人格。于是品牌这个有效的符号就走到了我们面前，充当起展现我们外在价值舞台上不可或缺的角色。

这时，我们才真正知道，品牌是制造商的身份，是待“品牌为什么能让人们如此疯狂地崇拜也不疲？”

品牌名品

3M

3M美国明尼苏达矿业及制造公司，因3个单词的第一个字母都是M，所以简称为3M。该公司创建于一九零二年，为世界多元化跨国企业，也是世界五百强企业之一。他的产品种类繁多，在一百多年的历史发展中，开发出六万多种高品质产品，在现代社会中全世界百分之五十的人都会每天直接或间接地使用3M产品。从一九一五年生产出全世界第一张砂纸，改变了汽车表面加工工艺开始，3M和汽车工业有了近一个世纪的联系。在后来的历史发展中，3M创新从未停止，被公认为车界楷模，行业福音“有车就有洗车店，有店就有3M”。



WÜRTH

伍尔特

德国伍尔特集团是全球工具、紧固件和汽车养护产品的领先供应商，业务遍布全球八十多个国家和地区，一九九四年进入中国，伴随着中国经济的快速增长而高效增长。



杜邦

美国杜邦公司是世界上最大的涂料生产商，成立于八零八年，是历史悠久的国际企业之一。杜邦在汽车方面产品繁多，在知名汽车品牌的涂装上担任重要角色。

集汽车美容、装饰、护理、音响、改装于一体的户汽车用品公司选择世界级的品牌，这仅仅只是寻找到了方向，而我们所做的当务之急就是消化大公司的先进理念，秉承科学护理、人文关怀的原则为客户提供需要的协助及咨询服务。



海拉

海拉(Hella)品牌在汽车领域是无人不知的。100多年来的悠久发展历史让海拉成为汽车照明技术的代名词，成为汽车照明行业的光彩夺目品牌。

沪杭协助篇

汽车后市场的市场分析，市场的定位，入行准备，选址、装修、开业准备、人员配备、培训、收费项目的设定、形象树立的方法等一系列协助。

沪杭咨询篇

汽车后市场酒店改造中如何改变思路与老板交流；怎样解读收费瓶颈；如何是销售业绩；与销售培训师沟通的沟通；实战案例。

威翔汽车用品有限公司 +86 28 85030946 15928083028