

长安汽车 7 款新品闪耀亮相广州车展

11月22日，即将迎来150周年华诞盛典的长安汽车，携最新商用车欧力威、首款中高级轿车睿骋等7款新车型、两大技术品牌亮相第十届广州车展。长安汽车总裁张宝林、副总裁宋嘉、龚兵，研究院副院长兼总工程师赵会出席长安欧力威新车揭幕仪式，并为新车揭幕、致辞。

张宝林自豪地说道，今年是长安150周年华诞的荣耀之年。作为中国近代工业的先驱，150年来，长安始终与国家同呼吸、共命运，勇立潮头，自强不息，已发展成为中国最早、最开放，中国“军转民”规模最大、发展最好，落实“既开放又自主”国家战略方针最成功的汽车企业之一。今年也是长安汽车自主创新丰收之年。长安汽车依托中国最强大且持续领先的研发实力，密集推出了欧诺、逸动、悦翔V3、悦翔V5、CS35等多款自主品牌战略型、标杆级产品，在中国汽车市场形成了一道绚丽的“长安”风景。

张宝林介绍了长安商用旗下最新产品——长安欧力威。这是长安汽车精心打造



的一款全新跨界车型，是长安汽车向小型多功能车市场迈进的又一关键产品，预计明年3月上市。欧力威是长安汽车国际化设计团队，整合“五国九地”的研发资源，率先引入欧洲“纯正的Wagon文化”，创新设计而成的一款中国式Wagon车型。搭载长安E-Power高效动力，兼顾安全、舒适、大空间等优点，全面满足中国消费者多元化的用车需求。长

安欧力威的推出，将引领中国小型多功能车发展方向，将在全新的市场领域掀起一股中国式的Wagon风潮，开拓出一片中国汽车行业的新蓝海。

此次长安汽车共10款车型参展，除最新商用车长安欧力威外，还有即将上市的长安汽车首款中高级轿车睿骋以及今年新上市的5款新车——全球全时动感中级车逸

动、长安首款SUV车型CS35、经济型家轿新标杆悦翔V3、高品质经济型家轿悦翔V5、多功能商务舱欧诺，还有3款成熟车型——新悦翔、CX20和奔奔Mini。长安汽车车联网技术品牌In Call和动力品牌Blue Core也同台参展，专区展示长安汽车在车联网和动力总成技术领域的最新进步。

此外，长安福特、长安铃木、长安马自达也携多款新车重磅亮相广州车展。其中，长安福特全新福特翼虎公布预售价格区间，全新福特翼搏震撼登场并开始接受预订，全新福特嘉年华亚洲首发。同时，还宣布了全新的品牌承诺“进无止境”，表示将为中国消费者带来更多、更好的产品。一直致力于打造精品小车的长安铃木，此次展出了天语尚悦、天语SX4、雨燕2012款、新奥拓2013款等4款车型。长安马自达携新Mazda2系列、Mazda3星骋“新精英型”等合资新品及在长安马自达渠道销售的进口Mazda CX-5集体亮相。

(常轩)

沃尔沃 V40 Cross Country 越界车亚洲首发 北欧奢华浸染羊城



11月22日，源于北欧的豪华汽车品牌沃尔沃汽车携全新车型V40 Cross Country越界车与V40等车型傲然登陆第十届广州车展。车展前夜，“沃尔沃生命奇迹俱乐部”(Volvo Saved My Life Club)在中国正式成立，在见证生命奇迹的同时，与更多消费者分享了在严重交通事故中因沃尔沃汽车的保护而得以延续的精彩生活。

北欧风情登陆羊城 V40 Cross Country 越界车亚洲首发

在稍早前的巴黎车展上，沃尔沃V40 Cross Country越界车全球首度亮相，借本次广州车展，这款新车迎来了其在亚洲的首发。沃尔沃V40 Cross Country越界车是一款全路况全天候的5门5座豪华越界车，在沃尔沃V40的设计基础上注入了更多阳刚之气，优雅中饱含动感，时尚中尽显低调的霸气，运动感与舒适性完美结合。

同根同源的沃尔沃V40与沃尔沃V40 Cross Country越界车均为沃尔沃汽车在“以人为本”品牌战略下推出的首款车型，是完全基于客户个性化需求而打造的全新车型。

沃尔沃V40 Cross Country越界车在广州车展的亚洲首发，也印证了沃尔沃汽车对于中国这一第二本土市场的重视。与此同时，《中国好声音》重量级歌手多亮的献唱以及配合V40 Cross Country越界车揭幕的现场表演，也为在场观众留下了深刻印象。

简约奢华的北欧风情 勾勒沃尔沃汽车极致之美

源于瑞典的沃尔沃V40 Cross Country越界车，其富于阳刚的外表和内部剧院式灯光效果将北欧“酷于型，暖于心”的设计理念表现得淋漓尽致。从大自然汲取精华的车内外简约优美的线条也都蕴含着沃尔沃汽车设计师们对美与奢华的极致追求。

沃尔沃V40 Cross Country越界车是沃尔沃汽车发布“以人为本”品牌战略后的首款车型，也是沃尔沃汽车全新设计风格的体现。完美融合了“简洁、多功能、人性化”的北欧设计元素。秉承一贯的安全、质量和环保意识，沃尔沃汽车一直在设计方面不懈努力。使用材料时，不仅考虑到质量还会考虑到环保的因素。“源于自然的形式和材质，这是沃尔沃汽车整个斯堪的纳维亚，尤其瑞典设计理念的一个来源。”沃尔沃汽车中国区产品设计副总裁冯帆(Lars Falk)先生说。

沃尔沃汽车的设计理念尤其体现在注重人体工程学、舒适度与超凡驾驶体验的设计上。宽阔的仪表盘和流动性车门的设计创造出宽敞大气的感觉，内饰有多种颜色选择，满足个性化需求的同时尽显高品质与工艺的奢华之美。坐进车厢内，透明大型全景

天窗，使得车内空间更显宽敞。灵感来自于智能手机的全新车内无边框后视镜更是车内设计的一颗闪亮明珠。集斯堪的纳维亚设计风格于大成的沃尔沃汽车，将品质与功能、美感与质感完美融合在一起。

给安全注入更多温暖 让“生命奇迹”永恒流传

如果说卖相是评定一款车的基础，科技与安全则是引发购买欲的决定因素。作为以安全著称的全球知名豪华汽车品牌，沃尔沃汽车每一款车型都具有一流的安全性，近期在欧洲NCAP碰撞测试中获得史上最高五星评级的沃尔沃V40便是最好的佐证。在此次广州车展启动的“沃尔沃生命奇迹俱乐部”也进一步印证了沃尔沃汽车对于安全科技的不懈努力。正是因为沃尔沃汽车对安全的承诺与保障，才得以让众多消费者在严重的交通事故中幸免于难，在享受生命奇迹的同时，继续体验更多精彩人生。

自创立之初，沃尔沃汽车便将保护驾乘人员的安全视为己任。85年来，沃尔沃汽车秉持打造“世界上最安全汽车”的承诺，从安全车厢结构、三点式安全带带到60年代的首个后向式儿童安全座椅，70年代沃尔沃交通事故调查小组的成立，80年代的SIPS侧撞保护系统，WHIPS头颈安全保护系统，到今天全方位的城市安全系统、行人安全气囊……沃尔沃汽车不断树立安全创新领域的新标杆。在儿童乘车安全领域，沃尔沃汽车也一直处于世界领先水平。以上种种无不体现出沃尔沃汽车对车主、甚至是所有道路交

通参与者生命安全的珍视。未来，沃尔沃汽车将继续在技术的道路上探寻更新，研发出更多更先进的安全保障措施，以逐步实现“零伤亡”的宏伟愿景。

逆势而上 沃尔沃汽车加快布局中国市场

在充满挑战和不确定性的2012年，整体经济形势的疲软使市场竞争环境更为严峻，沃尔沃汽车进取谋变，布局长远，坚定稳健地朝着全球品牌复兴的目标前进。在这一年，沃尔沃汽车的“中国成长战略”在新产品导入、工业化布局体系筹建和团队建设方面迈出了坚实步伐，取得了令人瞩目的进展。

沃尔沃汽车加快了新产品的引进速度，将“运动型多功能车”沃尔沃V60带入国内，备受消费者喜爱的沃尔沃XC60和S60也相应推出了年度新款车型。同时，以研发、整车和发动机工厂为核心的中国工业化体系布局已完成，筹备工作进展顺利。位于嘉定的研发中心已承担起新能源和未来中国市场投放产品的项目主导，同时也为采购供应链提供技术支持。目前，中国区整车及发动机项目正在紧锣密鼓地落实，以实现汽车全价值链在中国的落地。

伴随着更多行业精英加入核心管理团队，沃尔沃汽车正在开创一个富有远见和张力的新格局。在为更多追求安全、品质与品位的消费者带来独特北欧豪华体验的同时，将沃尔沃汽车打造成为世界上最具进取精神，最受尊敬的豪华汽车品牌。

(于丹 王倩 曹洪磊)

玛莎拉蒂全系鼎盛阵容闪耀 2012 广州车展



2012年11月22日，广州——“引领方向·驾驭未来”第十届中国(广州)国际汽车展览会如期而至，源自意大利的世界著名豪华汽车品牌玛莎拉蒂携旗下“三叉戟”全系车型系列——奢华典雅的Quattroporte总裁系列、极速激情的GranTurismo跑车系列以及浪漫优雅的GranCabrio敞篷跑车系列盛大登陆车展舞台。展会开幕首日，玛莎拉蒂全新升级版豪华旅行跑车——GranTurismo Sport跑车运动版首度亮相中国市场，全面更新的造型设计及新型技术装备进一步提升了该款跑车的优雅亮丽外观及卓越运动性能，势必成为玛莎拉蒂GT跑车家族的新一代旗舰车型。与此同时，刚刚完成了玛莎拉蒂Trofeo MC世界锦标赛2012赛季的赛车——玛莎拉蒂GranTurismo MC Trofeo赛车也亮相车展，极致诠释玛莎拉蒂运动、激情与卓越的品牌精神。

玛莎拉蒂 GranTurismo Sport 跑车运动版

玛莎拉蒂的GT跑车系列将豪华旅行跑车概念赋予了全新内涵，作为这一成功车系中的最新成员，全新玛莎拉蒂GranTurismo Sport跑车运动版的出众之处在于全面更新的造型设计和一系列新型技术装备，这些装备进一步提升了车辆的运动性能，并强化了外观及内饰设计的运动特性。

强劲的动力
动力强劲的4.7升V8发动机现在可产生460 HP(338 kW)的最大功率和520 Nm的最大扭矩，且没有增加油耗和排放。这些数据与带有MC Shift快速换挡技术(换挡时间降至100毫秒)的电子控制变速箱结合在一起，可使玛莎拉蒂GT跑车运动版的最高车速达到不可思议的300 km/h,0至100

km/h加速时间仅需4.7秒。配备自动变速箱和MC Auto Shift换挡模式(该模式也应用于玛莎拉蒂GranCabrio Sport敞篷跑车运动版和Quattroporte总裁系列运动版)的玛莎拉蒂GT跑车运动版同样拥有非凡的性能，最高车速为298 km/h,0至100 km/h加速时间仅为4.8秒。

在悬挂系统方面，全新玛莎拉蒂GranTurismo Sport跑车运动版配备了运动型Skyhook悬挂系统，这是连续可变阻尼控制系统的升级版，可使车辆的响应更加敏捷，驾驶乐趣进一步提升，同时提高了乘员舒适性。在“运动”模式下，车辆对驾驶者的响应极为敏锐，在“常规”模式下则对阻尼进行连续调节，以吸收路面的颠簸，提供更加平顺柔和的行驶品质。所有这一切意味着该车具备的卓越操控能力，无论在何种驾驶条件下，都可将运动性能与舒适性结合在一起。

创新的车身造型
在车身上的一系列改款设计进一步强化了本已十分鲜明的运动天性。重新设计的前保险杠改善了气流和前制动器的冷却效果，同时强化了车头的美感，这要归功于一种新的造型元素：将新型前大灯和经典的椭圆形格栅之间的空间联系在一起。带有红线装饰的镀铬三叉戟标志傲然居于前格栅中央；三叉戟标志带有红线装饰是玛莎拉蒂车系中动力最强车型的专有特征，这是玛莎拉蒂品牌的一项传统。

在过目难忘的20英寸Astro造型合金车轮后面，是同样令人印象深刻的制动系统，全新玛莎拉蒂GranTurismo Sport跑车运动版采用Brembo双材质铸造制动器，前制动器配备6活塞制动卡钳，后制动器配备4活塞制动卡钳。带有开槽和钻孔的制动盘由两种材料制成：铸铁和铝材，重量减轻了15%至20%，具有更佳舒适性、更少的腐蚀与磨损以及卓越超群的部件性能。

玛莎拉蒂和Brembo公司为制动卡钳提供了一种全新颜色：氧化蓝，这种颜色具有亚光效果，强化了该车型的超级运动风格，再次印证了玛莎拉蒂对细节的格外重视，以确保最高客户满意度。这一理念甚至延伸至最微小的设计细节，充分体现了玛莎拉蒂的“个性化定制”理念。

玛莎拉蒂在中国

玛莎拉蒂通过法拉利玛莎拉蒂汽车国际贸易(上海)有限公司在中国进行运作。合资公司成立于2004年8月，总部设在上海，负责管理与市场开拓和销售网络开发有关的各项事物，以及提供技术支持和零配件服务。自2012年起，玛莎拉蒂中国同时管理香港及台湾地区市场，统称为玛莎拉蒂大中华区。

中国已成为玛莎拉蒂全球仅次于美国的第二大市场以及亚洲第一大市场，2011年全年玛莎拉蒂中国共向最终用户交付新车近800辆，实现了在中国将近翻倍的业绩增长。同时，品牌在成功延续中国战略的基础上，进一步加速了销售和服务网络的建设和扩张，并积极开拓更多的潜在消费市场。目前，玛莎拉蒂已经建立了全面的销售和服务网络，遍及中国20个主要城市，包括北京、上海、广州、杭州、温州、大连、天津、青岛、武汉、昆明、南京、厦门、成都、深圳、重庆、西安、沈阳、呼和浩特、哈尔滨、郑州。

“今天，玛莎拉蒂正处在一个前所未有的战略发展和工业成长的边缘。而这—成长得益于玛莎拉蒂在百年发展史中备受赞誉和认可的核心价值观：风格、优雅、品质和性能。明年，玛莎拉蒂将跨入一个令人兴奋的发展期，为此，我们已经做好了充分准备迎接挑战。”玛莎拉蒂大中华区董事总经理克里斯先生如是说。(左晓瑾 许波)

首批中国制造 IVECO 牌重卡出口海外



熊竹

由上汽依维柯红岩商用车有限公司(以下简称“上汽依维柯红岩”)生产的红岩杰狮重卡，将第一次打上IVECO商标，出口到非洲、中东等国家和地区。

根据上汽依维柯红岩海外出口战略和IVECO海外产品规划，作为中外合资企业的上汽依维柯红岩与股东方意大利IVECO商用车公司于2012年9月份携手启动了代号为“682”的整车出口计划，全面迈开了合资产品红岩杰狮走向世界的步伐，标志着红岩杰狮品质获得IVECO官方确认，丰富了出口产品线，实现了上汽依维柯红岩出口和IVECO出口渠道差异化，上汽依维柯红岩合资项目再结硕果。

据悉，“682”车型与国内红岩杰狮其他车型一样，严格按照欧洲重卡标准进行生产、装配，车辆采用全英文操作平台，完全符合国际市场需要；车辆下线后均接受IVECO专家现场逐一检测、验收，反复调试，确保符合欧洲统一的质量标准，与依维柯全球体系接轨，授权贴“IVECO”产品铭牌。

据上汽依维柯红岩透露，杰狮出口车与国内杰狮车统一标准生产，配置无明显变化，可靠质量是获得IVECO官方确认的有效前提，目前已接受IVECO订单1000多辆，其中660辆车已完成生产并成功通过重庆市商检局检测，将于12月发运至上海港口装船，销往东非、北非、西非、中东等国家和地区，车型主要包括6x4牵引车、6x4自卸车等，匹配源自菲亚特技术的上菲亚特红岩动力总成有限公司生产的科索C9 380发动机。

据透露，2013年，红岩杰狮682车型订单将达到4000辆以上。

品牌实力领驭体育营销，努力推动中国食品行业 and 大众体育事业的健康发展

伍田牦牛 “给力”全国排球联赛



本报记者 何沙洲 特约记者 王辉

近期，2012~2013年度全国男、女排球联赛正在激烈比赛中，那些一边吃着伍田手撕牦牛肉一边看比赛的“伍田食品粉丝们”，发现比赛场有熟悉的伍田食品品牌形象标识，在为比赛激动的呐喊中又多了一些兴奋。

近年来，随着众多本土体育赛事的兴起，以及越来越多的大型国际赛事落户中国，中国人的体育热情被极大地点燃；众多赛会的品牌效应为企业提供了极佳的营销平台，对企业展示实力和风采、树立开放、国际化的企业形象，实现赛事与企业共赢发展的目标帮助极大。依据赛程，2012~2013年度全国男、女排球联赛从11月10日拉开大幕。由于明年是全运会年，因此，联赛的赛程将采用每周双赛，历时4个月，于明年2月结束。

这么长时间激动人心的比赛，不仅运动员需要精力充沛来拼搏，观众也需要精力充沛来助威。畅销全国的伍田食品选用来自雪域高原半野生牦牛肉为原料，制作出了与众不同的牦牛肉制品，受到广大消费者的喜爱，低脂肪、高蛋白的产品特点，成为了运动营养食品的首选。为此，“为国人提供优质的食品，提高国民体质”为经营目标的伍田食品公司，这几年赞助排球联赛以及为熬夜观看南非世界杯足球赛的球迷大优惠提供能量等，分别从不同的侧面把自己的品牌、产品与倡导健康和积极拼搏精神的重大赛事衔接起来，与广大消费者形成共鸣。

“伍田的社会使命是为社会创造更多的财富，提高全民生活质量。”成都伍田食品有限公司总经理范正海说，做好食品是提高全民生活质量的保证，也是企业实现持续发展为社会创造更多财富的基础，为国人提供更多健康、营养的肉制品，提高国民体质，伍田人将不懈努力。

范正海表示，伍田食品作为赛会指定赞助商，鼎力支持2012~2013年度全国男、女排球联赛，为伍田的体育营销之路，谱写了新篇章；未来，伍田将继续以更高的目标、更专业的服务，努力推动中国食品行业 and 大众体育事业的健康发展。