

北欧 style 经典设计引领时尚潮流



沃尔沃 V60 外观图

在“日韩风”、“英伦风”掠过之后,这个冬季最抓人眼球的应为“北欧风”。简约精致的设计,实用贴心的功能加上自然闲适的生活方式,构成北欧风格的典型范例。作为最熟悉的北欧代表,沃尔沃和宜家让中国消费者开始认识和了解这种北欧 style,而对其经典设计的喜爱和追捧在国内也愈演愈烈。究竟北欧风格魅力何在,这股来自斯堪的纳维亚半岛的时尚潮流是否将成为新的风尚标,对以下“北欧代表”的解读也许能成为最好的答案。

沃尔沃 V60

沃尔沃的 V 代表 Versatility,即多功能车。北欧居民习惯一到夏日,便携家带口前往度假住处享受闲适生活。如果没有一辆空间充足、动力强劲、座椅舒适的车,恐怕这趟“搬

家”过程会充满挑战,V 系列车型也因此应运而生并在北欧深得人心。沃尔沃 2012 年也将 V 系列的时尚代表之一 V60 T5 款带进了中国市场。这辆设计格外与众不同的车型从一上市便赢得了许多车主的青睐,也让在中国本不被看好的运动型多功能车细分市场吸引了更多厂商加入竞争。

仔细观察 V60,很难从它身上找出一根直线条,然而它的整体造型却显得简洁大方、力量感十足。压低的车身侧面线条从视觉效果上降低了车身重心,逐渐缩小的侧窗设计犹如运动型跑车。靠近车尾的车顶故意被压低,这不仅符合空气动力学特性,让车辆在高速行驶时获得更出色的稳定性,也让车身侧面动感十足。车轮与车身高度的比例被放大,车轮从视觉效果上看起来尺寸更大,使 V60 显得更时尚也更运动。

北欧风格也体现在沃尔沃 V60 对前脸

和尾部设计的一丝不苟上。V60 车头的“铁标”几乎从上世纪 30 年代起就从未变过,这并不是缺乏创意,而是希望向人们喻示沃尔沃 85 年来对安全一直不变的承诺。车头直立面的角度和发动机罩的设计角度都充分考虑到了对行人的安全保护,若说这是北欧风格的保守,倒不如说这是北欧风格中最值得人尊敬的坚持和倔强。而家族式的 L 型尾灯设计已经有 14 年的历史,经典时尚的设计使沃尔沃车辆即使从尾部也有超高的辨识度。V60 后示廓灯兼做刹车灯,刹车时整个肩部都会亮起,使 V60 具有了一种更为强烈的独特外观。

作为多功能车,V60 在内饰上虽然参照了四座豪华旅行跑车的设计理念,但实用功能没有丝毫妥协。符合人体工程学设计的舒适座椅,在长途旅程中能为身体提供充分支撑,部分车型还标配加热座椅,在寒冷冬季为乘坐者带来最贴心舒适的感觉。如果想携带一些长条状物品又想保证 4 人驾乘,车主可单独倾倒后排中央椅背,即可创造出 1 米 7 左右的空间长度。北欧风格中以人为中心的设计理念由此可见。

经久不衰的北欧设计

除了沃尔沃,可能国内最为人熟悉的另一个凸显北欧设计的品牌就是宜家了,然而北欧设计的经典之作却绝不仅限于此。北欧设计的精髓在于利用大自然简约完美的曲线,打造出实用性强的产品,而这种设计风格

早在数百年前就已形成,至今仍广受追捧。

Georg Jensen 的经典水瓶由设计师 Kenning Koppel 于 1952 年首次构思而成,其犹如天鹅般唯美而优雅的姿态,壶柄和壶身对称的曲线造型,使其在历经 70 年历史后仍为人所衷爱。而与该品牌合作的另一位设计师 Vivianna 在 1969 年设计的一款同名手镯手表时至今日仍是 Georg Jensen 的热销品。这款手表最大亮点是开口设计,意味着佩戴它应当是享受自由,而不是枷锁束缚。

类似的经典设计在北欧并不罕见。1943 年,瑞典设计师 Bruno Mathsson 首次打破传统巴洛克式思维,设计出一款名叫 Pernilla 的椅子,简单的线条设计,加上异常舒适的实用功能,使其沿用至今。

而拥有百余年历史的 Orrefors 水晶制品则是北欧风格的典型。作为供应瑞典皇室水晶礼品和工艺品的制造商,1923 年为了庆祝王储大婚,Orrefors 精心设计了一套水晶酒杯,作为哥德堡王献给这对皇室夫妇的礼物。87 年后,瑞典国会和政府送给新一任瑞典王储维多利亚公主和丹尼尔王子的结婚礼物依旧来自 Orrefors,礼物的设计灵感来自瑞典冬日的冰霜,呈现了最纯粹的北欧设计。

不同于日韩的甜美、英伦的贵族、德系的刚硬、美式的散漫,北欧风格在追求简约自然的同时,又充分考虑实用功能,这使得其设计能够历经百年仍引领时尚潮流。随着时间的沉淀,这种北欧“style”在日益浮华的城市生活中越发赢得人们的青睐和喜爱。追逐北欧风尚,也许是这个冬季最值得的选择。

(王倩 沈阅)

双星耀沈阳 法拉利玛莎拉蒂沈阳展厅盛大开幕

2012 年 12 月 18 日,沈阳——享誉全球的意大利豪华汽车品牌法拉利和玛莎拉蒂在沈阳的首家展厅盛大开幕。当天,法拉利大中华区高层及玛莎拉蒂大中华区董事总经理克里斯先生(Mr. Christian Gobber)、法拉利玛莎拉蒂经销商尊荣亿方集团沈阳汽车销售有限公司董事长孔繁海先生及众车主、嘉宾和媒体朋友们共同出席盛大的展厅开业典礼,尽情享受源自意大利的跑车文化与激情。作为法拉利和玛莎拉蒂品牌进入沈阳的首家标准展厅,新展厅的开幕标志着法拉利和玛莎拉蒂在华市场战略的又一个重要里程碑。

法拉利玛莎拉蒂沈阳展厅地理位置优越,位于青年大街金廊沿线首端,是沈阳最繁华的路段。展厅总面积逾 1000 平米,展示了目前在售的法拉利及玛莎拉蒂现车车型,包括:法拉利 FF、458 Italia、Ferrari California;玛莎拉蒂 Quattroporte 总裁系列轿车及 GranTurismo 系列跑车。

展厅内的法拉利展示区域延续了品牌的赛道传承、经典和纯正意大利设计,展示的车型包括:12 缸 GT 跑车 FF、8 缸运动型跑车 458 Italia,及 8 缸 GT 硬顶敞篷跑车 California。在这里,客户不仅可以享受由法拉利授权经销商与其售后服务部门共同提供的各种优质服务,同时可以在舒适的 VIP 客户休息区通过陈列的历史图片、赛车模型、品牌画册等体验法拉利悠久的历史、赛道的辉煌及品牌独有的激情。展厅还专门开设了 Atelier 个性化定制区域,客户可以在这里充分根据自己的喜好和品位挑选车身颜色、真皮内饰并配置相应的缝线、材质、地毯、配饰和装备,确保其爱车与众不同并充分彰显独特个性。在专业人员的协助下,客户可以运用高科技设备对其车辆外观、内饰等进行虚拟配置,并通过电脑屏幕即时欣赏到 3D 效果的车辆配置图,从而打造出其专属的法拉利跑车。

玛莎拉蒂展示区充满了优雅尊贵、浪漫

灵动的意大利气息,室内采用简洁经典的白蓝格调,设计细节中处处流露出纯正的玛莎拉蒂风格:尊贵却不张扬的时尚优雅、诞生于赛道的运动精神以及激动人心的驾驶乐趣。玛莎拉蒂一直坚持为每位鉴赏家打造独一无二、个性独具的专属座驾。通过展厅内的玛莎拉蒂个性化定制中心,任由客户的想像随意组合,用户可以随心定制个人专属座驾,多达 900 万种的个性化定制项目可将每辆玛莎拉蒂都打造得与众不同,创造出有着与众不同的美感与尊享独特的气质的玛莎拉蒂车型。

法拉利大中华区总裁兼首席执行官范艾闻先生(Mr. Edwin Fenech)对沈阳展厅的开幕表示热烈祝贺同时对法拉利品牌在中国的发展充满信心:“2011 年,法拉利在大中华地区共交付汽车 777 辆,成为法拉利全球第二大市场。我们非常高兴能与在豪华汽车销售领域有着丰富经验的尊荣亿方集团

展开合作。法拉利沈阳展厅的开幕将进一步完善法拉利在中国市场的销售和服务网络,为更多沈阳地区的消费者带来法拉利独特的品牌体验和全方位卓越的客户服务。”

“与尊荣亿方集团精诚合作,为本地客户带来极致的玛莎拉蒂品牌体验以及全方位的尊贵售后服务是我们首要的工作重点。”玛莎拉蒂大中华区董事总经理克里斯先生(Mr. Christian Gobber)表示,“2011 年,玛莎拉蒂向中国市场交付了 785 辆汽车,一跃成为玛莎拉蒂全球第二大市场,销量仅次于美国。2013 年,玛莎拉蒂将跨入一个强势战略转折和品牌转型期,我们期待有着丰富豪华汽车品牌经销经验和专业的销售服务团队的尊荣亿方集团能将沈阳展厅打造成整个玛莎拉蒂中国销售和服务网络的高品质标杆,更为品牌在即将迎来的空前成长期打下坚实的基础。”

(高飞)

四十年磨剑非等闲 行业引领谱新篇

上世纪 60 年代,承载着振兴民族工业的使命,大江迈克车桥应运而生,该公司隶属于中国兵器装备集团下的大江信达车辆股份有限公司,位于重庆市巴南区大江工业园,重型汽车桥生产区占地面积达 22 万平方米,生产性建筑面积 6 万平方米,固定资产 4.3 亿元,员工 1800 余人,具有年产重型汽车桥 80000 套的生产能力,是西南地区最大的重车桥生产基地。

重庆大江车桥公司着力打造“大江迈克”为中国特种车桥第一品牌,践行“专注特种车桥,引领行业发展;为用户创造价值,为公司和员工带来回报”的使命,不断推进科技创新体系的建设,已初步形成一个技术领先、管理科学、结构合理、素养一流,在同行业中独具核心竞争力的特种车桥企业。

谱系齐全 铸就经典

大江“迈克”车桥,始于奔驰技术,在历经近四十年的各种市场环境匹配、使用经验积累的基础上,经过二次开发和全新设计,车桥技术日臻完善,产品可靠性高,谱系齐全,广泛运用于国内外特种专用车和工程车辆领域。该公司以中、重型特种车双级减速结构桥为主,以单级减速桥、承载轴、空气悬架桥为辅,结合传动系统集成匹配技术,形成了自己独特的产品谱系。

该公司按照“进口车桥国产化、细分市场引领者”的产品谱系原则,构建了宽幅的车桥产品谱系,建立了两大平台(单级减速车桥和双级减速车桥)、三大产品谱系(工程类、运输类、特种类)。在原有的四大板块(起重机、矿用、自卸车、特种车)的基础上,着手进军湿式制动器车桥板块。

该公司始终遵循特种差异化、品牌专业化的产品定位,致力于各市场需求的研究和开发,在现有产品平台基础上,为用户提供了 ABS 防抱死系统、CTIS 充放气系统、自动间隙调整臂、制动方式选择、差速器选择等各种

不同配置的选择。

资源聚焦 追求卓越

凭借雄厚的技术力量,尖端技术人才的聚集,大江迈克车桥致力于将企业打造成为国内传动系统集成供应商、国内差异化特种车桥主流供应商、国外车桥进口替代供应商、国外特种车桥出口供应商。

公司技术力量雄厚,现有工程技术人员 200 余人(工程师、研究员级高级工程师 100 余人)。并以建设国家级技术中心为契机,加快车桥技术中心的组织架构和内部流程的建设,成立了车桥技术中心,集研发、产品、工艺一体的三所一室的机构组建,为技术机构、人员细分向专业化方向发展奠定了基础,全面提升车桥产品的研发设计能力和产品体系竞争力。

该公司以国内重型特种车桥领先水平的试验验证能力建设为抓手,建立适应中国国情重型车桥独有的设计核心数据库;完善了企业标准,逐步实现参与行业和国家标准的制定。

创新研发 夯实基础

该公司拥有重车桥产品专利 20 项,另有多项产品荣获重庆市级新产品奖,通过技术创新,利用自己的专业技术研发优势,为国内一汽集团、二汽集团、中联重工等著名汽车厂家相继开发了带 ABS 及充放气的小吨位越野车桥、带圆柱齿轮防滑差速器的独立悬挂车桥以及大吨位用三桥贯通式第一中桥等一系列新产品填补了国内重型车桥市场多项空白;自主研发设计的 60 矿用自卸车桥荣获兵装科技进步二等奖,受到了用户、市场和行业专家的高度肯定;《载重 40 吨自卸车》、《矿用自卸车桥》、《25 吨起重车桥》荣获了 2011 年重庆市国防工业职工优秀创新成果二等奖;该公司自主研发生产的“双曲面锥齿轮贯通

式驱动桥”获得中华人民共和国国家知识产权局发明专利授权,填补了国产多轴重型汽车贯通式驱动桥领域的空白。

该公司不断强化核心技术研发,截至目前,已申请专利 37 项,其中授权 26 项,受理 8 项;同时发明专利申报和受理 9 项获授权的专利 26 项,拥有了相关项目的自主知识产权,形成了独特的核心技术,为该公司着力打造“中国特种车桥第一品牌”奠定了强有力的技术基础。

为适应市场需求,该公司不断加快产品技术创新速度,仅 2012 年 1-10 月就实现了固有市场 53 个新品种桥型的拓展,新开拓了 13 个主机厂用户,实现了新品销售收入 5383 万元。

细分市场 行业领先

该公司不断追求卓越,发挥车桥产品的固有优势,逐渐由越野、自卸车向特种工程车和非公路自卸车市场发展,专注于特种差异化、品牌专业化领域及细分市场,车桥产品系列多、覆盖广,产品设计制造切换速度快,满足了特种车桥领域小批量多品种的需求,全力打造“中国特种车桥第一品牌”。

该公司不断加快产品升级换代速度,积极推进研制替代进口高端车桥,如门式客车桥、轮式挖掘机及高端装载机车桥的进程。目前,已完成轮式挖掘机及装载机车桥调研,正式进入研发阶段。该公司不断拓宽“迈克”车桥的产品谱系,成功开发越野轮胎吊车桥、湿式制动器车桥、全地面起重机车桥,为公司的发展提供了新的经济发展增长点。

大江奔腾 驰骋五洲

大江迈克车桥已与国内多家大型整车企业形成稳定的配套关系,在现有产品平台基础上衍生出多种不同用途的汽车桥,广泛用于起重机、自卸车、矿用车、越野车以及各类

特种车辆,并能根据用户的不同需求,全新研发设计,定制生产。

起重机领域 在竞争激烈的起重机市场中,大江迈克车桥由于宽广的产品谱系和优良的产品性能,得到了来自国内众多知名企业的青睐。主要配套企业有:徐州重工、三一重工、中联重科、安徽柳工等。

特种、越野车领域 大江迈克特种车桥以国内领先的转向驱动桥技术,具备了系统的匹配集成手段和为用户量身定制及模块化供货的能力,成为了特种车桥的首选供应商。广泛应用于油田钻修车、沙漠车、机场摆渡车等特种车及越野车领域。主要配套企业有长春一汽、北方奔驰、陕西重汽、江汉四机、泰安航天等。

宽体矿用自卸车领域 宽体矿用自卸车桥是大江迈克车桥专门针对中国市场矿山用户特殊研制的重型车桥,承载能力强,输出扭矩大,经过不断的完善与提升,产品日臻成熟,在国内处于技术领先地位。主要配套企业有:中国重汽、同力重工、宇通重工、厦门重工、青年汽车等。

轮式装甲车领域 在追求高越野性,高通过性的轮式装甲车领域中,大江迈克独立悬架车桥以成熟的结构、优异的可靠性被广泛应用,所配置的产品在国庆 60 周年阅兵大典中为公司赢得赞誉。主要配套企业有:重庆铁马、一机集团、东风二汽、三江航天等。

多年的积累技术与经验沉淀造就了大江独特的专业车桥公司;差异化细分市场的探索奠定了大江车桥在行业中的引领地位;多年军工精神的陶冶与历练铸就大江迈克车桥专业品质!大江车桥专注特种车桥,引领行业发展!

(刘艺)

兵器工业集团北奔重汽 借力精益营销 拓展国际市场

近日,中国兵器工业集团一机集团北奔重汽公司销往南非的 120 台 SKD 散件正在紧张准备中。像这样的散件出口,2012 年已经不是第一次,但以散件批量出口替代传统的整车出口,这种销售模式的转变,在北奔重汽营销史上却是实实在在的头一回。这种转变要得益于公司的“精益营销”理念。

2012 年以来,受世界经济增长放缓影响,全球重卡市场销售形势不容乐观,国内重卡市场更是跌入了前所未有的低谷。销售业绩的大幅下滑让商用车行业的前三强东风、中国重汽和一汽都叫苦不迭,更让北奔重汽压力巨大。如何挺过重卡市场的“严冬”是摆在公司面前的一个难题。

为解决这一难题,北奔重汽公司从开展的“精益生产精细化管理合理化建议”活动入手,眼盯市场,苦练内功,从生产经营的全过程中找问题,在持续改善中获利益,向管理要效益。该公司结合精益思想,通过长时间对市场的跟踪研判,确定了针对国际市场的、以降本增效为核心的“精益营销”。所谓“精益营销”,就是通过化整为零的营销办法,将整车化作散件出口,通过散件组装降低车辆运输费用、进口关税等成本,大幅降低终端销售价格,让利于客户的销售方式,以达到小投入、高产出、降成本、提销量的目标。为此,北奔重汽公司将非洲、中东、南美和东南亚地区定为散件重点出口地区,并先后在南非、埃塞俄比亚和肯尼亚筹建了北奔重卡海外散件组装基地。

组装基地的建立,降低了整车成本,大大吸引了更多当地用户的眼球;降价不减质,提升了“北奔重卡”品牌的美誉度;提车快、备件全、维修方便,快捷的服务,让许多当地的传统用户满意,更使许多新用户青睐不已,大幅度提高了北奔重卡的销量。与此同时,该公司还以国际化营销战略为核心,以国际营销网络为平台,针对不同国家、不同客户制定了不同的商务政策,根据不同国家的市场特点有针对性地制定了独立的外贸价格体系,以适合的产品满足不同客户的差异化需求;以大公司、大项目、大合同为切入点,提高单笔合同签订量,保证订单高效履约。

截止到目前,北奔重汽公司散件出口与 2011 年同期相比,增长近 5 倍,累计签订有效外贸合同 2321 台,同比增长 10%;发车 2000 台,同比增长 20%。该公司还在已有的阿尔及利亚、马来西亚、印尼等 20 家经销商基础上,新发展泰国、也门等 4 国经销商。新的营销理念的建立和实施,极大地加快了公司向国际市场进军的步伐。

(高扬)

好的心情就在海尔品质里

我才迁新居,家里的很多家电都还可以再用,当务之急是换置一台冰箱,因为以前的冰箱早没有作用了,一直拿来当碗柜使用,看见整洁明亮的新居,没有适合的冰箱,真的是很不如人意。为了选取满意的冰箱,我和爱人来到商场,在琳琅满目的家电里,我们选取了一台口碑很好的海尔冰箱。

海尔送货和安装师傅在约定好的时间里带着冰箱准时地来到了我家。冰箱很大很沉,他们小心翼翼地很费力地把冰箱搬运下来,在师傅们进门的那一刻我就感到了海尔的细腻和用心,是那么的真诚和人性化,他们来到我家里从衣袋里拿出随身携带的鞋套,仔细地套在鞋上,小心地抬起冰箱,放到安装的位置。在师傅精心细致地安装的同时,还为我家属详地测量了用电的环境。并且细致地给我们讲解了冰箱的保养和使用,这样的服务,让我真正感到了海尔和消费者之间的融洽,更是心与心之间的交流,是海尔服务消费者的细腻和真诚,我感谢海尔,带给我的不仅是好的产品,还有难得的真诚。

(文文)

