

《小时代》和《后会无期》同期 PK,不仅是电影娱乐界的营销大事件,而且是 80 后、90 后世界观隐秘内心的一次大曝光:未来中国究竟是小时代一样的浮华世界,还是永远在路上疲于奔命后会无期? 郭敬明是故事高手,韩寒是段子王。从票房上讲,《后会无期》超过了《小时代》;从品牌的角度讲,郭敬明更可持续。

韩寒 PK 郭敬明：中国 电影品牌营销的未来是小时代还是后会无期

■ 李光斗

郭、韩这一对先后加入电影圈的“80 后”导演,两个经常被媒体拿来比较的名字,都是少年得志的 80 后作家;从出道开始二者的“被 PK”就从未间断。如今,两人的战火已经从文坛蔓延到了电影界。郭、韩都是 80 后作家群中的佼佼者,深深地影响着 80、90 后年轻人,他们都拥有数量庞大的粉丝,小四和“国民岳父”各有自己的拥趸。然而,他们之间却有着迥异的文字风格,除文风之别外,两人的最大不同是行事方式和对社会的观点看法,以至于时常被媒体和读者拿来比较。更有甚者,二人粉丝之间大打口水战,为其偶像辩护,闹得不可开交。如果说当下中国最缺的是共识,而韩粉和郭粉则折射出 80 后 90 后分裂的世界。

纵观韩寒的小说,其行文中到处都充满着反讽、双关等文学手法,行云流水,充满幽默感。就像《后会无期》中出现的各种段子,让人毫不吝啬自己的笑声,例如:“小孩才问是非,大人只讲利弊”,睿智中透露出对社会现实的无奈。正是通过运用这种段子的方式将电影与影迷联系在一起,贯穿始终,可以说段子是韩寒《后会无期》中的第一大亮点。韩寒电影更像是一部“段子电影”。而郭敬明的小时代则杜撰了一个完整的故事。就像他自己所说的“电影就是用来造梦”,而造梦的过程其实就是一种故事形



式的讲述。

《小时代》从第一部开始就吸引了大量的 90 后群体去观看。《小时代》的纸醉金迷、精致华丽、对奢侈品的无限推崇以及渴望一夜暴富,这些原本是整个社会的通病。社会怎样,《小时代》便折射给你看。郭敬明抓住了 90 后群体的内心诉求,通过讲故事来为 90 后塑造现实外的梦境,在一个诞生了郭美美这样奇葩的时代,小时代大行其道不足为怪。《小时代》营造的浮华世界中帅哥美女云集:

名牌、名车、豪宅、唾手可得的巨额财富、财势通天的闺蜜好友……给观影者提供了眼花缭乱的感官刺激。但郭敬明的小时代宛如建筑在沙滩上的城堡;为了金钱,闺蜜可能随时背叛你,恋人可能不辞而别,就连你信赖的合伙人都可能陷你于不义……美轮美奂的城堡外边光鲜,但随时有坍塌的可能。宛若我们当下的中国社会,什么都不缺,唯缺安全感。而《后会无期》是韩寒首度试水电影导演的影片,他避开了灯火绚烂的都市,让年轻人远离高速

公路和星级酒店,另辟蹊径,走一条不出名的小路,去观望他们身边的另一个绮丽而又充满无奈的世界,明显与郭敬明渲染的纸醉金迷区别开来。《后会无期》更像是描写 80 后的一种现实状态,或迷茫或失落,疲于奔命但从未放弃追求,哪怕后会无期。但是韩寒的电影同样没有摆脱用成人的骗局来说诉情节,浩浩(冯绍峰饰)从小生活在海边,一直认为自己的父亲是死在海上的英雄,十几岁结识了自己的笔友刘莺莺(袁泉饰),久之产生了爱慕,结果到头来却是自己的亲生姐姐,并得知父亲健在,父亲借用姐姐与自己的笔友关系,来获知自己的消息。这是父亲与儿子之间的欺骗,是成人与孩子之间的欺骗。另外,阿吕(钟汉良饰)获得浩浩与江河的信任后,盗走了他们的汽车,这又是一场成人与成人之间的欺骗。

两部电影中都有被成人世界欺骗的桥段。郭敬明是故事高手,韩寒是段子王。从品牌的角度讲,郭敬明更可持续。

从票房上讲,《后会无期》超过了《小时代》,会多卖一个亿,但两部电影都无法为 80 后、90 后的未来仙人指路。郭敬明的《小时代》虽然浮华无处不在,但在精致的外表下掩饰不住内心的空虚;韩寒的一路高歌虽然峰回路转,但也对未来充满焦虑。对 80 后、90 后而言,未来中国是仍像《小时代》一样奢华、空洞、拜金,还是像《后会无期》一样充满不确定性,郭敬明和韩寒都无法给出明确的答案。

安全贴心 乐享宝来趣动之旅



夏末秋初,又到了阖家出游的时节,不论是带孩子去郊外玩耍、邀好友自驾出行,还是陪父母外出散心都是不错的度假选择。作为家用轿车中最受欢迎的车型之一,一汽-大众宝来不仅以全面可靠的安全性能成为父母携子出行的最佳选择,其先进实用的科技装备、贴心智能的舒适配置更能满足广大车主的个性化驾乘需求,让车主尽享举家出游的乐趣。

全面呵护 孩子的安全座舱

杨女士总希望让自己四岁的孩子得到最好的呵护,驾车出行时也是如此。“安全性是我买车时考虑的第一要素,我希望自己和家

人,尤其是孩子有一个安全的出行环境。”杨女士表示,“一汽-大众的产品在品质和安全方面的口碑非常好,当时买车的时候,我也正是看重了这一点。宝来给我的感觉就是做工十分扎实,而且安全配置也非常丰富,八月末我打算开着它带孩子去森林公园玩。”

作为一汽-大众针对 A 级车市场推出的重要产品,宝来继承了一汽-大众“高品质轿车”的造车理念。其不仅拥有激光焊接技术、高刚性四门侧面防撞杆、先进的防撞和吸能车身,还搭载了全新升级的安全头枕、可溃缩式转向柱及燃爆预紧式三点安全带等主被动安全科技。另外,宝来全系标配 ISO FIX 儿童座椅固定装置,为乘车儿童带来可靠周到的安全保障,使其成为家庭用车的首选车型。不



仅如此,宝来的儿童安全座椅固定装置,可将安全座椅与底盘直接相连,使其成为全车的一部分。这样会使安全座椅随车直接减速而不是通过安全带间接减速,孩子坐在上面安全又舒服,父母也更放心。

灵活自如 惬意出行好伙伴

与杨女士不同,喜欢自驾游的方先生更看重宝来灵活自如的操控体验。“宝来搭载的操控配置先进又实用,出游时帮了我不少忙。有一次休假去玩,回来的比较晚,有段路弯道很多,非常容易出事。多亏了宝来的转向辅助照明系统,帮我顺利通过了这段路。”

正如方先生所说,宝来配备了更加智能的转向辅助照明系统。当近光灯开启且车速小于 40km/h 时,打开转向灯或转动方向盘,一侧的雾灯将自动亮起。凭借经过反射效果优化的灯腔,系统可为驾驶者提供侧前方 60°范围内的照明,这将有效减小夜间过弯时的近处盲区,在慢速急弯等复杂路况效果尤为出色。

与此同时,宝来还搭载了多项领先同级别车型的智能科技。如 EPS 电子助力转向系统,能实现全自动随速助力功能,帮助驾驶员维持对方向盘的稳定控制;贴心的自动防眩

目后视镜,保护驾驶者在夜间行车时不被车后的强光晃眼,提高行车安全,同时也极大地提高了夜间行车的舒适性;而同级车型少见的定速巡航功能,更能让车主在高速行驶时减缓疲劳,让假期出游惬意自如。

智能舒适 为父母贴心护航

“宝来对我来说更像是我和父亲之间的纽带。”车主陈先生表示,“父亲年纪大,坐车久了就会觉得累,所以当初买车的时候,就特别关注车辆的舒适性配置。宝来的真皮座椅很舒服,坐久了也不会累。不仅如此,宝来在静音方面也非常出色,即使是高速行驶,车内也十分安静。而且宝来还配备了自动恒温空调,能实时调节车里的温度,老人坐在里面也会感觉很凉快。”

除此以外,宝来智能化的娱乐配置也让陈先生非常满意。“父亲很喜欢听戏,每次陪他出门我都会准备很多他喜欢的京剧放在 SD 卡里。”宝来的多媒体娱乐系统,采用全中文菜单,操作简单快捷,并拥有 Aux-in、USB、SD 卡等多种音频输入方式,6 喇叭立体声音响系统,为驾乘人员提供贴心全面的娱乐享受。

对于一款家用车来说,最重要的就是要满足家庭成员日常生活中的用车需求。车和生活本来就是息息相关的,在出行的一天中,宝来能让我们能感受到都市生活的繁华与便捷,又观赏到郊外的落叶景致,也能欣赏到田间小路那充满生活气息的和睦景象。生活离不开车,就像宝来广告说的那样,只有“时刻趣动生活”,才可以享受到乐趣生活的真谛。

(赵晨辰)

高端商务中巴碧莲(NISSAN CIVILIAN)伴你清凉出行



今年入暑以来,全国多地连续高温,但这也挡不住暑假旅游市场的火爆。特别是新学期将至,家长们也纷纷趁着最后的机会带着孩子外出旅游、亲近自然。随着旅游业的高端化发展及消费者对旅游品质要求的逐渐提

升,选择一款舒适的旅游用车对旅游市场来讲越来越重要。舒适人性化的车辆配置,也已成为旅游公司提高其服务品质所不可或缺的硬件要求。高端商务中巴碧莲(NISSAN CIVILIAN),凭借其优越的性能和舒适的驾

乘感受越来越受到高端旅游市场的青睐,为广大旅游爱好者提供了安全舒适的出行保障。

外出旅游,选择一款安全的交通工具非常重要,碧莲(NISSAN CIVILIAN)连续三年 JD POWER 评估为“全球最佳中型高端商务车”,质量可靠,每一台车出厂前都会经过严格的检测,包括鱼鳞路面的通过性、强降雨、侧翻翻等试验。另外较高的离地间隙、优良的底盘悬挂系统也是保证碧莲(NISSAN CIVILIAN)安全性的重要设计。

在旅游市场上,提供给客户舒适的游览环境一直是各大旅游公司的努力方向。同样在选择交通工具上,舒适性也是重要考量指标。碧莲(NISSAN CIVILIAN)作为国内高端商务用车的标杆车型,在舒适性方面自然有独到之处,优雅高贵的外观和宽敞舒适的内部空间,乘坐不拥挤,车内行走自如。碧莲的座椅更豪华,乘坐更舒适。装备动力转向,短距排档杆,同类车中转弯半径最小,仅有 6.6m;方便泊车的车后摄像头,配备横向稳定杆的全新改良悬挂系统,使得车辆易于操纵,

机动灵活,行驶平稳。全景封闭式滤光隔热防紫外线加色玻璃,给乘客一个安静舒心的乘坐环境。

另外,夏季旅游炎热的天气是一个不可回避的话题,怎样既享受游玩的惬意,又不至于被烤成人肉烧烤。“鱼和熊掌兼得”,至少在交通工具上碧莲(NISSAN CIVILIAN)能够完美解决这一问题。装备 13.5KW 强力空调系统,即使再炎热的夏天,碧莲也能保证凉爽的车内环境;整车空气循环系统、滤光隔热防紫外线加色玻璃有效提高车内空调的工作效率,使得车内温度恒定、稳定;同时,碧莲配备的 40L 超大车载冰箱让乘客随时可以享用清凉冷饮。

作为日产原装进口高端商务车,以其高品质的质量保证及舒适的乘坐环境得到用户的广泛认可。自 2010 年正式纳入郑州日产销售体系以来,每年销量成倍增长,市场占有率得到了飞速提升。随着越来越多的高端旅游公司、租赁公司的陆续采购使用,碧莲正在为更多的客户带去更加高品质的生活享受。

(李晴)



柳燕女士升任 沃尔沃汽车（中国）销售公司首席运营官

沃尔沃汽车集团中国区近日宣布,其下属沃尔沃汽车(中国)销售公司销售与市场执行副总裁柳燕女士自 9 月 1 日起升任销售公司首席运营官,她将在公司业务发展新阶段的战略规划和执行中担当更大职责,并继续向销售公司总裁兼首席执行官付强先生汇报工作。

柳燕女士于 2012 年加入沃尔沃汽车,两年来带领销售市场团队圆满完成了沃尔沃中国成长战略中的阶段性销售目标,让沃尔沃这个“以人为本”的北欧品牌在第二本土市场获得销售和品牌影响力的双突破。柳燕女士的营销策划能力也切实提升了沃尔沃汽车以“安全健康、人文环保、自动驾驶和智能汽车”为核心的品牌魅力,助力品牌以高速增长的气势发力“精彩中国年”。2013 年沃尔沃汽车中国市场实现销售同比增长 45.6%,2014 年上半年同比增幅达 34.3%。

沃尔沃汽车(中国)销售公司总裁兼首席执行官付强先生表示:“对柳燕女士的任命也是沃尔沃汽车对中国区销售团队工作的认可,我们有信心在清晰的战略、坚实的团队和经销商伙伴支持下再接再厉,在赢得市场的同时,更好地为消费者提供独特的北欧豪华体验。”

(陈瑜 胡晓丰 张乐)

蒙唐杂粮 强化销售网络做市场

赤峰蒙唐商贸有限公司成立于 1996 年,是一家集粮油存储,收购,生产,产品深加工,产品研发和产品销售为一体的知名企业。

该公司自成立以来始终秉承“诚信为源泉,品质为生命,服务为保障”的经营为理念,在社会各界的大力支持下,经十几年的不懈努力使公司不断发展和壮大,并拥有了自己的品牌产品—“蒙唐”系列产品。

该公司严格执行国家有机农业的相关标准,生产的小米、荞麦米、荞麦面粉、玉米、玉米糝、大豆、绿豆、红小豆、芝麻等杂粮,远销东北、华北、华东、华南、华中等地区,是现代人士追求健康、养生保健的佳品。为了使企业能够持续、健康、稳定地发展,公司将所获利润的较大部分投入到了产品研发之中,在自主研发与合作开发的理念指导下,与国内众多大专院校、科研机构及企业有着密切地交流及技术往来,并建立了科研试验基地,该公司有着稳定的种子生产基地、严格的试验筛选及生产加工流程。销售方面,公司经过多年的探索和创新,开发出了一套惠及各方利益的市场运作方案,建立起销售服务网点,使公司及产品在当地都形成了良好的口碑。

目前“蒙唐”牌系列产品有五大类别:“蒙唐精品小米杂粮礼盒”、“蒙唐五谷杂粮精品礼盒”、“四色小米精品礼盒”、“蒙唐精致荞面”、“蒙唐精致杂粮小包装系列”。公司以市场为导向,坚持自主创新,以“健康、营养、品质、原生态”为根本,打造出为百姓健康生活为理念高品质产品。

人无信不立,其有信则久,诚信是赤峰蒙唐杂粮商贸有限公司带给客户最大的承诺,该公司在市场经营过程中,不断地丰富其内涵,使企业的诚信更具有了人格化的魅力,质量和诚信的保持,优质化的服务,使企业的销售量稳步增长。

为了减少中间环节,降低销售成本,让利给消费者,该公司走终端市场,加大力度组建销售网络,网络覆盖北方地区,已和多家超市建立了联营合作关系。加大横向联系,与有实力企业合作,战略合作伙伴有中粮米业(无霜有限公司)、葵花阳光米业、盘锦北道田有限公司、内蒙古永华面粉有限公司、山东鲁昌面粉有限公司等,共同启动市场,面向未来。

(明月)