

# 菲亚特新车 派朗“驾到”

## 最低售价 8.53 万元,最快 9 月 15 日提车

消费者期盼已久的南京菲亚特“311”终于有了说法。9月3日在北京召开的南汽菲亚特新车发布会上,相关人士宣布,定名“派朗”的新车即日起隆重上市,最低售价仅 8.53 万元,第一批用户在 9 月 15 日就可以提车。市场人士表示,新车派朗上市将使得 1.6 升排量和 1.8 升排量的轿车市场竞争加剧。

### 价格极具杀伤力

今年早些时候,1.6 升排量的中级车平均价格在 11 万至 12 万元之间,其中伊兰特的最低配置报价是 11.28 万元,凯越 1.6 升最低报价 11.78 万元。而就在派朗即将上市之际,凯越最低降到 10 万元,伊兰特报价也就 8.9 万元,因此派朗究竟会是什么样的价格,备受关注,同时也有诸多的猜测。菲亚特经销商江苏雨田都灵汽车销售服务有限公司的李元源称,他希望最有杀伤力的价格应在 8 到 9 万元之间。昨天,他又兴奋

地对记者说,派朗现在的定价和先前的猜测基本吻合,同时也将给期待已久的消费者带来几分惊喜。

据介绍,刚上市的派朗 1.7MT 加速版定价为 8.53 万元;1.7MT 领航版为 9.43 万元。南京菲亚特 CEO 马思博先生信心十足地表示,南京菲亚特此次投产的全新车型派朗,是经过中意双方杰出工程师历经两年共同开发的全球首发车型,也是整个菲亚特家族中迄今为止首位在中国诞生的新成员。

### 新车肉搏竞争加剧

有过一定驾驶经验的车

主都知道,动力出色,如排量更大的 1.8 升车,可是刹车不好的话绝对不是好车。同样的,像 1.4 升或 1.6 升车,外形漂亮,配置齐全,只是在城市道路行驶顺畅,表现良好,在高速路段上却发轻发飘,这样后劲不足的车也绝不能让车主满意。而南京菲亚特 1.7L 排量的派朗其最突出的特点就是性能表现均衡。

行家分析认为,任何一辆新车上市都会对市场产生一定的影响,甚至是比较大的冲击,而竞争的焦点仍然是价格。目前的现状是,派朗的竞争对手爱丽舍,价格最

低的两款车分别卖到 8.58 万元和 9.38 万元,广本思迪报价 9.68 万元到 12.48 万元不等,有 3000 元到 5000 元的优惠,8 月 31 日刚上市的福美来,搭载原装进口的马自达 ZM II 型发动机的手动舒适型和自动舒适型售价分别为 8.98 万和 10.68 万,搭载同样系出名门的 TRITEC 发动机的 4 款车型售价在 8.18 万—11.18 万之间。由此可见,竞争对手之间的价格相对比较接近,在五一黄金周即将到来之际,只要有一家价格有所松动,都会引发市场连锁反应。

快报记者 夏天

## 苏宁山西路店 成全球家电艺术馆

□快报讯 (记者 杨坤)

经过数周紧张的施工,苏宁山西路店 9 月 9 日即将以崭新的面貌开门迎客。升级之后的苏宁山西路店将不只是一个家电连锁店,而是一座集购物、休闲、文化为一体的家电艺术馆。

代表最新家电科技的产品将集体亮相苏宁山西路店,从会唱歌的冰箱到带蒸气功能的滚筒洗衣机,从带刻录功能的平板电视到可以用手机遥控的电热水器等等。消费者在此可以感受到一种完全不一样的购物体验。

本周末,南京消费者将会率先目睹国家电业的多项第一。诺基亚将在山西路店首设品牌形象店,面积为华东地区最大,届时诺基亚本年度最新款的产品将集中展示。摩托罗拉也将在苏宁山西路店推出其全新的形象店,采用全新的出样模式。中国移动所推出的营业厅也是经过精心设计,与苏宁山西路店手机销售区域巧妙的融合在一起,实现了商场不同功能的过渡。

飞利浦彩电在苏宁山西路店推出了国内首个无线互联体验区,以平板电视作为数字平台,通过无线网络传输实现家庭数字化功能的整合,集影音娱乐、上网冲浪、家电控制显示终端等功能于一身,完全改变了传统生活的模式,可谓是一种数字生活革命。国际经典音响品牌 BOSE 中国首个家电连锁终端形象旗舰店也将登陆苏宁山西路店。TCL 在苏宁山西路店推出了华东首个剧场式影音体验区,西门子将一款最新式的纯进口滚筒洗衣机引入苏宁山西路店进行销售,新飞一款专用于出口的对开门冷藏展示柜也是首次在国内市场进行销售。

继苏宁新街口店售出一块 LG71 英寸黄金等离子之后,该款产品再次登陆苏宁山西路店。同时,松下首次量产的 103 英寸等离子彩电将率先登陆苏宁山西路店,售价在 40 万元左右,此款彩电全球首批仅生产四台,这次在苏宁山西路店上柜的是南京唯一一台。

## 欧洲之星嘉年华拍卖冠名权

### 冠名期限仅为一个多月,起价可能要 100 万

□快报讯 (见习记者 张曦) 记者昨日获悉,9 月 10 日上午,江苏省拍卖总行和南京古金拍卖有限公司将联合拍卖南京欧洲之星嘉年华的冠名权。

据了解,冠名形式为“××× 欧洲之星嘉年华”,冠名可以以企业名或产品名出现。冠名设置位置包括欧洲之星嘉年华公园出入口、大型设备周边围栏、建筑物遮阳棚、公园内部线路图标识、产品展示摊位、电视、报纸及广播语音等。冠名期

限仅为一个多月,起价可能要 100 万。

“这是欧洲之星嘉年华首次在国内的城市拍卖冠名权。”南京欧洲之星嘉年华公园总经理张永泰告诉记者,之所以做此尝试,原因在于南京的媒体众多,传媒发达,在南京拍卖冠名权应该有一定的市场。

记者了解到,欧洲之星嘉年华在南京绿博园举办期间将迎来两个重量级活动:9 月 22 日至 9 月 28 日 2006 年中国南京世界历史文化名城博

览会、9 月 26 日至 10 月 5 日中国绿化博览会,而参加这两个活动,南京欧洲之星嘉年华公园是必经之地。加上 9 月 15 日欧洲之星嘉年华亲善大使古天乐来宁、国庆十一黄金周等活动,其中的商业价值不可小视。

“这也是南京拍卖行第一次拍卖短期冠名权。”拍卖行介绍,一旦企业获得此冠名权,欧洲之星嘉年华无论在平面媒体或立体媒体上出现的广告,都必须以冠名的形式出现。

## 下星期去玩转农业嘉年华

□快报讯 (记者 都怡文) 玩过捉鸡比赛吗?尝过农家美食吗?9 月 16、17 日,“2006 中国南京第二届农业嘉年华”大型活动将在白马公园广场举行,“爱心助农招聘会”和“市民乐翻天”两大专题活动,不仅能让南京市民们亲身体验农趣的欢乐,还为进城务工的农民兄弟好好办一场实事。

今年新增加的“爱心助农招聘会”,是一项以帮助农民进城务工为主题的大型广场招聘会。届时,将有 40 家单位近 1000 个岗位现场招聘求职人员。另外还将对到场的应聘者赠送专门编制的《城乡就业服务指南》。

“市民乐翻天”则是本次嘉年华活动中的最精彩

的部分,以“参与、欢乐、互动”为宗旨,由主席台上的三场主题狂欢活动和广场游艺区两个部分组成,活动包括“民歌大家唱”、“亲子合家欢”和“速食大肚王”等。另外,在白马公园广场上还设有三个固定游艺项目——“一地鸡毛”捉鸡对抗赛、“丰收乐限时抢”和“钓鱼撞财神”。

## 一马当先“双冠王”

新技术、新产品层出不穷的今天,传统家电市场竞争越来越激烈,一款产品能火上一二年已实属不易,而能够连续三年保持领先,一直受到消费者的火热追捧,不能不说是中国家电的奇迹——

这个奇迹的创造者便是新飞的“超级双冠王”冰箱。新飞电器凭借自己的专业与专注,在制冷领域不断超越自我,书写着中国家电的传奇故事。

“双冠王”冰箱是 2004 年新飞推出的一款集节能、杀

菌双重功效于一身的高科技产品,自上市以来一路高歌猛进,创造了冰箱市场单品种销售的新高,使新飞品牌牢固地占领着市场前两强的位置。

“双冠王”冰箱已经连续三年独领风骚,作为“双冠王”的升级版,“超级双冠王”在继承、改进“双冠王”家族节能、杀菌“血统”的同时,以更加时尚动人的外观,再次受到消费者的广泛关注。这款冰箱代表着新飞最具竞争力的产品阵容,自 2006 年 5 月在全国

大规模上市以来表现强劲,纵然从制造到销售,从渠道到配送等环节采取各种措施,全力保证市场供应,各大城市还是相继出现断货。

据北京数字华夏家电研究所的一份调查显示:2005 年中国已有 13% 的城市家庭步入中产,达 2450 万户;2010 年将有 25% 的家庭步入中产,为 5700 万户。经测算,21 世纪初的 10 年到 20 年,是我国中等收入者形成的重要时期。当前,消费者对于产品的要求已经不仅局限在功能上,他们希望

通过产品能够体现一种生活态度,为现代家居环境营造一种时尚品位。”“超级双冠王”冰箱迎合了现代家庭的需求,其成功自然在意料之中。

对于冰箱企业而言,面对日益激烈的市场竞争以及越来越精明的“上帝”,不仅要开发出更新、更时尚、科技含量更高的冰箱产品,同时还要勇于实现自我超越,根据时下的消费趋势及时对已有产品进行必要的改进。新飞“超级双冠王”采用炫彩圆弧钢化玻璃面板,美感造型,内外兼修,简约中不失豪华,将河南新乡

厚重的中原文化体现得淋漓尽致。

营销大师菲利普·科特勒曾指出:企业要想成功,必须在满足顾客需要方面超越顾客期望。专家指出,正是因为新飞“超级双冠王”紧随市场趋势,贴近消费者需求,才使其当之无愧地成为现代家庭健康生活的首选产品。

(郭惠君)

## 每天 0.36 度电的小天鹅“A++ 节能双超王”冰箱

小天鹅新推出的“A++ 节能双超王”BCD—186J 是一款超级节能冰箱,每天只需 0.36 度电。采用超高压压缩机,完全低耗节能设计,根源上保证冰箱强力省电;超厚均匀发泡层,隔热性高,充分保存冷气;而它的气囊门封条,柔韧有弹性,吸附力更强,牢牢锁住冷气,有效防止外泄。更值得一提的就是它的密集蒸发管排布技术,使散热面积更大,加大了与空气的热交换面积,制冷效果更好更迅速,自然更节能。



## 十年磨一剑——科技孕育曲美的艰难之路

当肥胖症成为困扰人们健康的一大难题时,对曲美的研发,迅速摆上了科学家们的案头。80 年代末,曲美在国外被成功合成,并开始进行长期大量的动物毒理学、人体安全性试验。实验历时 10 年,临床研究病例达 6000 多例。1997 年 11 月,以对减肥药物安全性的审批谨慎和苛刻而著称的美国食品药品监督管理局(FDA),正式批准曲美上市。曲美成为 FDA 成立 30 年来率先批准的安全的减肥药。1998 年,曲美顺利获得了欧洲 CPMP(专卖药品委员会)的批

准,正式在欧洲上市。就在国外科学家对其进行科学研究的同时,中国科学家也在以自己的聪明才智对曲美进行着研究。太极集团对这项造福肥胖症患者的研究从一开始就予以关注,进入临床实验阶段后,太极集团更是一举注资上亿元,有力地推动了曲美的本土化进程。

1999 年 10 月,曲美得到国家二类新药临床实验批文——这是我国率先获得国家药品监督管理局批准的减肥药品。它标志着曲美,向市场迈出了关键的一步。

## 选购冷凝式热水器 万和教您一招

“节能”成为时下消费者对燃气热水器最为关心的话题,节能产品也随之应运而生。然而,面对琳琅满目的节能产品,消费者该如何辨别呢?我国燃气具专业制造龙头企业——广东万和集团高级工程师提醒消费者,除了要看厂家是否能提供国家权威检测机构检测报告,其实生活中有些简单的方法也能见证节能效果。目前,在燃气热水器产品领域中,最节能的当数冷凝式燃气热水器,被

称为真正节能的热水器。通过用手触摸机身等方法,可判断是冷凝式燃气热水器还是非节能的普通热水器。

为什么这样说呢?燃气热水器工作的时候,会排放出大量的烟气,温度高达 180℃,普通的水热水器无法利用这部分热量,被白白的浪费掉,同时,在排放高达 180℃ 高温烟气的过程中,热传递使机身明显发烫,用手触摸,无法在机身上停留。而冷凝技术的关键在于高效冷凝换

热器,热水器的进冷水管紧贴着冷凝换热器,排放的高温烟气经过冷凝换热器的时候,绝大部分热量被冷凝换热器吸收,旋即用以预热进水管内的冷水,相当于在普通燃气热水器加热冷水之前进行了一次预先加热,值得注意的是用以预热冷水的热量不是通过燃烧燃气获得,而是利用了原本无法回收的烟气中的热量,从而达到节能效果,兼具环保,这样最终排出的烟气温度只有 60℃ 左右,再传递到机

身时,温度更有所降低,用手触摸,只有些微温的感觉,手完全可以停留在机身上。这种现象被称为“摸得着的节能”。

据悉,自 2001 年万和研制成功我国第一台冷凝式燃气热水器以来,万和在冷凝式热水器领域已经经历了三代产品的发展,最新推出的第三代冷凝式燃气热水器 V100,热效率更高达 103.4%,比传统热水器省气 1/4 以上,这是中国燃气热水器首次在技术上走在了世界的前列。