

合工大“越影II”赛车昨首露真容

10月出征上海滩再战学届F1,冲全国10强没问题

记者 李皖婷/文 倪路/图

越影,古代一良马,《八骏图》中一骏,相传能逐日而行。不过今天咱们说的“越影”,是一辆造型俊朗的方程式赛车。由合肥工业大学学生自主设计研制的“越影II”赛车,昨天首露真容。它将代表合肥参加10月17日在上海举行的有学届F1之称的第二届中国大学生方程式汽车大赛。



工大学子驾驶“越影II”首次亮相

“拉风”赛车合工大学生造

橙色和黑色相间的长相,轻巧的碳纤维外壳,专门从国外购置的热熔胎,以及只“喝”97号汽油的本田CBR600RR发动机,都让“越影II”成了全场最瞩目的焦点。“越影II”是合工大越影车队自主研制出来的

“宝贝”,这个完全由本科生和研究生组成的团队,将驾驶这台“拉风”的方程式赛车参加第二届中国大学生方程式汽车大赛。

“这是我们车队里最招小学妹喜欢的黄师傅。”“黄师傅”今年大四,是个国防

生,据说他大学四年获得的证书,堆起来有半米多高,有他名字的各类项目数十个,是车队里最具传奇色彩的人物,焊接技术一级棒,是发动机组组长,同时还参与车身设计。

小车手最爱舒马赫

于家盈是个胖胖的小伙子,笑起来眼睛眯成一条缝。“我喜欢赛车,最喜欢的车手是舒马赫。”

在这个30人的团队里,共有4名车手,于家盈是其中一位。他们要在比赛中参加

直线加速、八字环绕、高速避障和耐久赛/经济性测试。“我要参加的是耐久赛,12公里的赛道跑12圈,看谁能坚持跑完并且用的时间最短,同时还要考量油耗情况。”

昨天“越影II”的首发现场,于家盈穿

上定制的大红色赛车服,戴上头盔,开着“越影II”绕广场跑了两圈,引得在场女生惊叫连连。于家盈今年大二,他说希望有一天,自己能有足够的钱去参加职业赛车拉力赛。

合工大的汽车并不比清华差

赵强是越影车队的队长。今年研一的他去年就在队中做成本设计,对“越影II”和它的前辈“越影”都了如指掌。赵强告诉记者,在测试中,“越影II”直

线加速的成绩已经可以做到4秒内75米,“去年的第一名也不过如此。”

赵强和队员们至今仍对去年只拿到18名的成绩耿耿于怀,“今年我们冲

进前10名不成问题,说不定还能冲击更好的名次呢!”这些小伙子们说,他们要向人们证明,合工大的汽车并不比清华差。

星报追踪

合肥市公路管理局昨回复:合店路辅道二层沥青月底完成摊铺

星报讯(星级记者 徐涛) 昨日,本报就合肥市合店路二期改建工程工期延误,至今两侧辅道无法放行通车一事进行了报道。作为主管部门,合肥市公路管理局高度重视,并承诺全线辅道第二层沥青摊铺9月底全部结束。

对于目前改造道路两侧至今无法放行的问题,合肥市公路管理局有关负责人解释说,由于房屋拆迁进展缓慢,新建的供水、燃气、弱电规划位置部分段落被未拆的房屋所占,所以一直无法贯通,老供水、供气管道也就无法废除,尤其是道路南侧的燃气管道是从合肥天然气门站引出的全合肥市的主供气管道,不能有丝毫闪失。

老的供水、燃气管道埋在道路未拓宽前的人行道下方,道路拓宽后位于现在的辅道下方,埋得都比较浅,施工时稍不注意就被损坏,所以辅道及人行道施工一直无法开展。“在王岗大浴场、大店邮局等地段,管道摆放在路边都有几个月时间了。该负责人向记者举例说。

受拆迁不及时影响,供水和燃气管道依然不能全线贯通。“近期天气晴好,施工单位正在加班加点施工辅道水稳基层。”该负责人表示将确保9月底辅道沥青层摊铺基本完成。但因沿途杆线迁移工作没有结束,辅道暂不能通车。

五星电器新LOGO、新代言 开启国庆黄金周促销盛典



9月22日,南京,全球领先的消费类电子零售商百思买旗下品牌五星电器召开新闻发布会,宣布从这个国庆黄金周开始启用新的企业LOGO和品牌代言人,开始品牌转型。“五星电器希望借助新LOGO和新代言人,塑造一个专业、年轻、富有活力的国际化企业品牌形象。伴随品牌转型,五星电器将把百思买全球领先的零售理念、零售技术与中国本土实际相融合,将更好的模式、更好的体验带给中国消费者”,五星电器副总裁景星表示。

会上,五星电器同时宣布从9月23日起全面启动国庆黄金周家电促销盛宴。五星将通过“单品价格直降+买赠”等促销活动,平均拉低价格30%。

斥资亿元启动LOGO变脸,品牌年轻化

回顾五星电器在过去的十多年中LOGO也曾经历过三次变化。1997年,五星电器前身江苏省五交化公司从面对批发客户转向直接服务消费者,在南京开出了第一家空调零售商场,启用了第一代LOGO——层叠的五颗红色五角星,寓意要成为五交化之星。1998年12月18日,江苏五星电器有限公司正式成立,全面进军江苏省内的空调连锁零售市场,启用了第二代LOGO——“江苏五星”,图标上以五颗小星环绕大星,寓意要成为家电行业之星,向消费者提供五星级的专业服务。2001年,五星电器第一家综合电器零售大卖场山西路店成立,迈出成为全国家电零售连锁的第一步,启用了第三代也就是五星电器目前的LOGO——“江苏五星”更名为“五星电器”,LOGO也进行了简化。10年过去了,五星已经走过第一个零售十年,如今已经成为了一家世界500强企业的子品牌,企业也有了新的品牌使命——借助百思买全球领先的零售理念和零售技术,将更好的模式和体验带给中国消费者,塑造一个专业、年轻、富有活力的国际化企业品牌形象。现在的消费者认为Simple is the best(简单就是美),第三代LOGO图形太过复杂,显得传统和保守。因此五星电器变换LOGO成为必然。

五星电器新LOGO由国际著名4A公司操刀设计,数十名品牌设计专家提交了几十个设计方案。经过在企业内部员工、外部消费者以及专业人士的16轮市场调研后,五星电器新LOGO诞生了。“年轻、

活力、专业、亲和、国际化、品质感”是新LOGO最大的特色。五星电器新LOGO相比旧LOGO有3处显著变化:首先是图标变化,在原有图形结构的基础上,对图形细节去繁为简,只保留了一颗大星。如此,既延续了品牌的辨识度,又遵循了“Less is more(少即是多)”以及“Simple is the best(简单就是美)”的现代审美理念;第二是字体变化。在英语中,Appliance专指彩电、空调、冰洗、厨卫等传统大家电,这与五星电器同时经营3C等数码产品的定位不相符,因此将Five Star Appliance 精简为Five Star。随着中国消费者受教育程度的普遍提高,以及越来越多的80、90后成为主力消费群,字母、拼音的辨识度非常高,因此放大英文比例,成为新logo的图案主题,在将中文“五星电器”比例缩小的同时对笔画线条也做了调整,使之更加简约清晰;第三是颜色变化。新LOGO在原来沉稳、厚重的邮政绿中加入了黄色调和,形成更加清亮的绿色,年轻而富有活力。

五星电器CEO王健表示,从2011年2月开始,五星电器成为了百思买在中国市场上最主要的竞争舞台,开始全面加速发展,并向3C消费类电子领跑者的角色转型,品牌全面年轻化。此次LOGO的变脸只是五星创新和变革的开始,更多销售渠道、销售模式的创新将在今后逐渐实现。

卡通形象代言家电顾问,引领国庆促销

与目前国内家电连锁聘请明星代言人不同,新闻发布会上,五星电器宣布正式启用3D卡通人物小

伍、小新作为品牌代言人。小伍、小新的设计原型来自五星电器家电顾问。景星表示,“五星电器品牌的核心价值和品牌承诺,以及对消费者和员工的广泛调研使得我们最终选择卡通五星人作为品牌代言人。在五星人中,又选择了五星最具特色、最专业的员工——家电顾问。”

五星电器的品牌核心价值是“品质生活,长久保障”,品牌对消费者有四点核心承诺:第一、以消费者为中心,提供一对一的3C及家电全面解决方案;第二、多样化商品选择,全面满足消费者个性化需求;第三、专业服务,全过程维护消费者权益;第四、合理定价,提供最具竞争力的市场价格。五星通过什么去实现这些品牌承诺,建立品牌独特优势呢?答案只有一个:五星人!对外,五星曾对消费者的需求进行过调研,在50种不同需求中,95%的消费者认为“诚实、值得信赖的员工”最为重要!每个五星人在面对顾客时就代表着五星,就是五星品牌的具体化身。对内,无论是百思买四十多年的零售经验,还是五星电器十多年的零售经验都发现任何在前台的东西都是可以模仿的,真正难以模仿的只有人。家电顾问服务是五星电器的特色服务,他们都是五星自有员工,致力于为消费者提供无偏见的专业家电解决方案,并提供全过程的服务,是消费者品质生活的贴心伙伴。家电顾问项目还得到了行业认可,获得了中国连锁经营协会颁发的“2009年零售创新奖”。

设计师从眼神、衣着、装备等细节上处理,赋予



了小伍、小新人性化的一面。戴着眼镜的小伍是一个新潮数码极客,有丰富的3C数码专业知识,只要他一出现,所有的问题便可迎刃而解。他诚恳、认真、执着,性格有些冷酷、冷幽默。而小新则热情可亲、古灵精怪,是生活电器万事通。她有用不完的生活巧思,只要有她的地方,惊喜总是随之而来。小伍小新男女搭配,一个精通3C,一个精通生活电器,从性格和专长上互为补充,能实现消费人群的全面覆盖。“我们希望通过小伍、小新这两个有性格的卡通人物,融入到消费者的生活和工作中,传递五星人的热情、贴心和专业;宣传五星电器品牌的亲和、专业、品质和年轻”,景星表示。

会上还首映了小伍、小新拍摄的第一支广告片,主打五星电器国庆黄金周大特惠。这支广告将于9月23日起在安徽卫视等各大电视台和观众见面,一系列平面广告也将在报纸、户外和五星电器各门店终端进行投放。