快乐,算什么

雍和 图/文

浪花四溅。感觉就两字:快乐!

这快乐,马上要结束了。在“热带风暴”水上乐园,已快乐了近两个月,再过几天,便门可罗雀。业主准备歇脚,明年再会。

天转凉,但根本原因是中小学校开学在即,谁还来此快乐呢?没完没了的功课,等着你;门门要紧的补习,等着你;性命交关的考试,等着你。你敢,老师敢吗,家长敢吗?应试教育一天不改,学生就算有快乐,一年里也只有短短几天。

来戏水的孩子,是幸运的。君不见,在各式各样奥数班、英语数补习班、钢琴班、书画班里度暑假的孩子,少吗?“起跑线”观念一天不改,学生就算有暑假,那也只是多了个“第三学期”而已。现在,三班倒的单位少了,加班加点的学生却多了;三令五申假期禁补,可学生被圈进补习班,时有所闻。

差一分,就上不了大学,就当不了公务员,就评不上职称,就进不了大单位。分数是生命线,是紧箍咒,它决定命运,关乎利益,现状摆明着就是学优登仕。

所以,老板选择歇脚,是识时务的举措,否则的话,担个误人子弟拖人下水的责任,再弄不巧又有飞来横祸,罪名不小,何苦呢……

快门快语 雍和

生活所在 让“爱更多”

——全新梅赛德斯-奔驰B级豪华运动旅行车执爱上市

2012年8月30日的夜晚,全新梅赛德斯-奔驰B级豪华运动旅行车执爱而来。梅赛德斯-奔驰以成都为主会场,联合北京、上海、深圳,四地同庆,在来自全国各地用户的共同见证下,完成了全新B级豪华运动旅行车在中国的上市庆典。全新B级豪华运动旅行车通过完美的驾乘体验以及与都市人多元化生活方式的契合,将深入启发人们对生活的热爱,并全面彰显“年轻奔驰”所特有的活力与动感。

■ 奔驰中国管理层与B级豪华运动旅行车新老用户合影留念 (右四:销售及市场营销执行副总裁郝博;右三:市场营销副总裁毛京波;右二:公共关系及媒体传播副总裁王燕;右一:销售副总裁蔡公明;左一:副总裁兼西区总负责刘云良)

当位于北京、上海、深圳、成都四地的现场明星与观众的激情被点燃,共同喊出“B-Ready”时,万众期待的主角——全新B级豪华运动旅行车在最动感的音乐与最热情的欢呼中,唯美登场,惊艳夜空。

作为全新梅赛德斯-奔驰前驱平台的第一款力作,全新B级豪华运动旅行车融合了大量前沿的先进科技,在奔驰历史上,从未在一款车型换代时同时推出如此之多的新科技成果。无论是在运动性、安全性、舒适性还是实用性方面,全新B级豪华运动旅行车全面升级,成为梅赛德斯-奔驰的又一颠覆性杰作。集众多优异特质于一身的全新B级豪华运动旅行车,必将为用户带来崭新的愉悦驾驶体验并吸引更多品位卓越的成功阶层加入奔驰大家庭。

■ 全新B级豪华运动旅行车执爱上市,全面彰显“年轻奔驰”的活力与动感

“爱”,是世界性的语言,是B级豪华运动旅行车作为“年轻家庭完美座驾”定位的延续。而“更多”则意味着实用主义和时尚主义之间无需抉择,让生活变得更加完美。作为全新B级豪华运动旅行车的上市宣言,“Love More 爱更多”用最简洁、有力的语言彰示着现代年轻人热爱生活的鲜明态度,象征了在爱的世界里,全新B级豪华运动旅行车可以让用户拥有更多的包容,懂得更多的分享,承载更多的爱。

在上海分会场中,梅赛德斯-奔驰更多的让用户亲身参与到了表演与互动中。从在签到背板上写下自己“爱的宣言”,到在微博上与所有参与者互动,让所有参与者都感受到了包容与分享的快乐。范玮琪的现场演唱更是勾起了在场观众对于爱的美好回忆;现场首发的根据奔驰用户真实故事拍摄的微电影,无论是品牌使者陆毅、鲍蕾,还是来自郑州的李尧启与马静、东莞的李顺华、西安的刘一可、南京的陆海涛、鄂尔多斯的李琪瑶等B级豪华运动旅行车的车主,都完美演绎生活的最美所在。这场充满了温暖与关怀的盛会,让梅赛德斯-奔驰的用户更深刻的体会到,“心灵不在它生活的地方,而是在它所爱的地方”。

自2009年中国上市以来,围绕着“爱”的主题,B级豪华运动旅行车不断地深化着人们对爱的诉求。2011年,中国已经一跃成为B级豪华运动旅行车全球的第二大市场。全新B级豪华运动旅行车的上市,将继续彰显梅赛德斯-奔驰传承百年的造车工艺与持续创新的科技,为更多中国的年轻精英消费者演绎“The best or nothing.(惟有最好)”的品牌理念。

登陆梅赛德斯-奔驰官方社区,观看全新B级豪华运动旅行车电视广告