

>>>详见 A5 版·综合新闻

创刊于 1929 年 · 飞入寻常百姓家 ·

www.xinmin.cn | 新民网 | 官方微博: @新民晚报新民网

2013年8月26日 星期一 农历癸巳年七月二十 今日32版 A叠16版/B叠16版

国内统一连续出版物号 CN 31-0003 第 18817 期 文汇新民联合报业集团出版 文新传媒 www.news365.com.cn

### “梦之声”总决选 李祥祥逆转登顶

>>>详见 A13 版·文娱新闻

### 贝尔加盟皇马 身价一亿欧元

>>>详见 B9 版·运动汇/风云人物

行人等公交 站到人行道下 骑车等绿灯 停到横道线上

# 你只“跨前一步”但已交通违法

业内人士呼吁:加强查处执法力度 保障道路交通安全

>>>详见 A5 版·综合新闻

## “情妇”举报公安局长“中石化‘非洲牛郎门’” 傅学胜涉嫌网上造谣传谣被刑拘

今年以来,上海公安机关已依法查处网络造谣传谣案件 380 余起,170 余人。从查处情况看,当前网络谣言主要呈现以下特点:

■ 有组织的网络水军、网络推手、网络公关公司通过发帖、刷帖、炒作、造谣,制造社会热点,借机谋取经济利益

■ 因个人问题编造谣言,打击报复、发泄私愤

■ 一些微博“大 V”为了博取眼球、赚取粉丝,不辨是非甚至捏造不实信息

■ 假借“网络维权反腐”编造谣言并恶意传播 >>>详见A4版·焦点

【短评】

### 网络不是法外之地

在网上制造传播谣言的傅学胜被上海警方依法刑事拘留,一些网络造谣者也被各地警方依法抓获。这些犯罪嫌疑人之前在网上“翻江倒海”,搅得网络世界乌烟瘴气,如今面临法律惩处,这说明网络空间并不是任人胡来的法外之地。每个网络使用者都遵纪守法,网络空间才能为个人和社会生活带来更多的正面作用。

网络的发言门槛低,传播效果广,为畅通表达渠道、监督政府作

为提供了便利的条件。然而,这一切都要建立在遵守法律的基础上,既不能干扰社会生活,也不可侵害他人权利。网络造谣者蓄意诽谤他人,必须依法惩处,作为“围观者”,也需要保持理性,多对来源不明的信息存个疑问,不给谣言推波助澜。

正常使用网络的人,都不会希望网络空间充斥谣言、谩骂等信息垃圾。不妨从“我”做起,尊重他人,尊重法律。



今天上午,一只由渡轮改造而成的装置作品“先知鸭”游弋在黄浦江畔,它的身体由几万份旧报纸糊裱,24 小时接力朗诵诗歌会在它肚子里进行……复旦诗社、同济诗社的社员与诗人、艺术家一起,在外滩渡轮开启“外滩艺术计划”,希望将艺术和诗歌的能量注入日常生活。“烤大黄鸭”造型暗喻现代文明有被过度娱乐化物质化“炙烤”的危险。

本报记者 易蓉 孙中钦 摄影报道

「先知鸭」开启「外滩艺术计划」

四大变革领衔, 小车开启“大”时代

## “YARIS L 致炫” 登场 吹响广汽丰田变革号角

8月23日,广汽丰田全新换代的YARIS L在广州发布。当天的发布会以“Now Is Future”为主题,倾情演绎了全新一代YARIS L带给广汽丰田的活力与变革。

在全国数百家媒体和广丰渠道内800多名经销商的见证下,全新换代YARIS L的中文名——致炫正式发布。据介绍,“致”,强调对梦想的至上追求;“炫”,指新车外形炫酷,并象征车主炫彩夺目的精彩生活。二者结合,寓意着年轻一代追求梦想、个性的生活态度。

在设计风格、工艺品质、科技配置等多个领域引领小型车发展潮流,并树立行业全新标准的致炫,预订价格区间为6.98-10.98万元,从9月1日起在全国范围内接受预订。当天,以时尚和音乐为主线的盛大发布会,传递了广汽丰田的开放与自信。国内金牌制作人宋柯为致炫量身制作、由金志文本人作曲的新车主题曲《Beautiful Light》,并由“中国好声音”和“快乐男生”中脱颖而出的金志文、陈楚生、江映蓉等时尚新星倾情演唱。

### “大”势所趋 励“精”图变

定位“跨级时尚大两厢”的致炫,浑身上下散发着年轻、个性和时尚的气息。基于中国消费者对设计、空间、品质、油耗等诸多方面的需求,丰田研发工程师为致炫制定了“与首次购车者分享汽车梦”的开发理念,呈现出年轻人喜爱的炫酷气质及超越同级的品质感。

考虑到中国消费者对空间的需求,新车尺寸全面升级。其车身长度达到4115mm,轴距加长到2550mm,空间全面超越目前主流的A0级车型。基于此,致炫将竞争对手瞄准了骐达和福克斯等A级车,力求A0和A级上下通吃,尤其对A0级车型实现大尺寸、高配置的高压态势。

除了让人耳目一新的设计和空间之外,为了满足消费者对节能环保及操控乐趣的追求,致炫搭载了丰田全新设计、首次量产的“NR+ i-Super”全新动力系统。该系统最大的特点是:提供了同级NO.1的超低油耗、超级平顺性和非凡可靠性。

广汽丰田总经理小林一弘表示:“致炫无论是空间、技术,还是油耗、品质,都全面超越同

级别产品,树立了国内小型车的技术新标准,并在设计和科技配置上引领行业先河。”

### 四大变革领衔, 广丰步入发展快车道

为了传递致炫年轻、时尚、炫酷的产品理念,当天的发布会上,广汽丰田执行副总经理李晖宣布,将全面启动一系列营销活动。由金志文、陈楚生、江映蓉等7位YARIS L Seven的成员将在全国30个城市进行“7 Days YARIS L 音乐狂欢节”巡演。此外,广汽丰田YARIS L 致炫还将冠名赞助国际流行音乐小天王Justin Bieber中国区巡回演唱会。

这是广汽丰田在营销系统第一次大规模牵手流行音乐。这标志着广汽丰田“以品牌为导向”的营销变革正式开启。这些围绕年轻目标客户群展开的活动,不仅充分传递出致炫的时尚特点,也呈现出广汽丰田充满活力、赋有进取精神的新面貌。

从致炫开始,广丰进入产品的密集布局期。据介绍,从今年起广汽丰田每年将导入1~2款新车,并通过重点生产符合中国消费者需求的中小小型车产品,实现



产品重心的战略性转移。到2015年,广汽丰田计划总产能提高至60万辆,实现中小小型车40%以上占比。

在广汽丰田执行副总经理李晖看来,中小小型车肩负着为整个广丰品牌培养“粉丝”的重任。发展小型车既是现在提升销量的需要,也是进一步拓展市场的需要。按照广丰的规划,未来几年

内,数量庞大的中小小型车用户,将逐步转化为其旗下中高端品牌的车主,形成可以持续十年甚至二十年的深度消费用户群。

为了实现这一目标,广丰将全面加快渠道拓展速度,推出小型4S店、卫星店等新的渠道模式,实现三四线城市的全面覆盖。预计2013年底,广汽丰田销售店总数将达450家,同时会开业

50家卫星店,并计划在2015年将卫星店数量扩大至150家。广丰将用“随处可见”的经销店和“贴身式”销售渠道,来满足现阶段中国消费者对汽车产品的需求。

经过9年稳健发展的广汽丰田,从致炫开始吹响了变革的号角。它将以更加开放的企业文化融入中国汽车工业的发展,贡献自己的新力量。