

捷克

补药:枸杞

功效:明目安神



德国

补药:金银花

功效:通经活络



西班牙

补药:鹿茸

功效:强筋健骨



没有梅西，巴萨体系就只剩下在中场令人眼花缭乱的传接配合。460的创新阵型，暴露出的是西班牙的前锋无人。并不是每一场比赛都有机会让西班牙人把球带着带着就带进球门的。鹿茸来自鹿角，选取这味药，目的也是为了让西班牙人强筋健骨，开拓进取，多多进攻，多多进球。

八帖补药

八强补身

欧锦赛八强赛明天凌晨拉开战幕，更为残酷的淘汰赛开始了。给各队开上一味补品，为的是让他们之后的道路走得更稳当。

葡萄牙

补药:当归

功效:补血壮体



葡萄牙 6 次小组出线，6 次打进决赛，他们也成为欧锦赛历史上唯一从未栽倒在小组赛的强队。C 罗的状态，决定了葡萄牙的走势。给这个宝贝吃点补血壮体的补药，让他不要在关键时刻哑火。这样才能让葡萄牙走得更远。

希腊

补药:灵芝

功效:包治百病



希腊在最后一秒上演神话之役，制造了本届欧锦赛最大的冷门，也让世人重新领悟了“一切皆有可能”的深奥内涵。
灵芝经常被当做神药来用，号称包治百病。而对于如今的希腊人来说，无论球场内外，都需要这样一味灵药来治。

意大利

补药:百合

功效:清火解毒



从某种意义上来说，看意大利队，有时候看的就是巴洛特利的表演。巴神的世界，普通人不懂。时而天使、时而恶魔，谁都不知道下一刻，巴神的身上会发生什么。
嚼几片百合，清清火，消消气。意大利帅哥们若能学会在嘘声和逆境中保持淡定，在面对球门时冷静施射，那复制 2006 世界杯哀兵夺冠的辉煌也并不是不可能。

英格兰

补药:何首乌

功效:美发养颜



苦等 194 天，英格兰终于等回了自家头号球星鲁尼。去年年初，鲁尼就开始了自己的“植发之旅”，耗费一万英镑，“从头”开始，在外貌上找回自信。
给鲁小胖打包几支何首乌去，让他美发养颜再多顶进去几个球！

法国

补药:人参

功效:抗衰提神



天还没亮，高卢雄鸡还没叫，也难怪，看法国队的比赛总让人昏昏欲睡。本届欧锦赛，关于法国队，印象最深的一幅画面来自球迷，甜美的睡颜成为法国队状态最好诠释。
低迷的状态，急需人参来提精神。请法国队嚼几片人参吧，让比赛踢得精彩，让球迷看得有劲！
本报记者 厉苒苒

东风日产

为您呈现

欧洲杯射手榜

射手榜(前 12 名)

3 球

戈麦斯(德国)

扎戈耶夫(俄罗斯)

曼祖基奇(克罗地亚)

2 球

法布雷加斯(西班牙)

托雷斯(西班牙)

皮拉尔(捷克)

伊拉切克(捷克)

C 罗(葡萄牙)

舍甫琴科(乌克兰)

本特纳(丹麦)

克伦德利(丹麦)

伊布拉希莫维奇(瑞典)

15年飞速发展 上海通用领跑中国汽车业

一个成立 15 年的企业，能创造多大的奇迹？2012 年 6 月 11 日，上海通用汽车第 600 万辆整车在上海通用金桥北厂隆重下线。成立 15 年即形成 600 万辆的累积产能，上海通用汽车创造了中国汽车工业的新纪录。

速度领跑：前瞻布局，厚积勃发
作为中美最大的合资企业之一，上海通用汽车似乎为速度而生：创业之初，仅用了 23 个月就建成了世界级汽车制造厂，并迎来第一辆别克的下线；2005 年，上海通用汽车超越其他老牌的竞争对手，首夺年度新车销量冠军，此后又先后 5 次将年度销量冠军的称号收入囊中，创造了中国汽车工业界前所未有的速度和奇迹。

“上海通用奇迹”的创造，离不开企业的前瞻性战略布局。2002 年，上海通用汽车开创了中国汽车合资企业兼并重组新模式，在烟台建立了“上海通用汽车东岳汽车有限公司”；2004 年 8 月，上海通用汽车北满汽车成为第三个整车生产基地。从上海到烟台再到沈阳，上海通用汽车的精益生产体系在成功延伸，全国性布局在不断完善，为企业抓住市场机遇，实现快速发展占领了制高点。2012 年 6 月，上海通用汽车第四大生产基地在武汉江夏奠基，成为进一步开拓中西部地区市场的重要举措，同时也使上海通用汽车从沿海向内地延伸的全国生产基地的布局更加完善，并为实现公司“十二五”战略发展目标提供重要支持。

创新领跑：整合创新，体系制胜

推动企业高速前行的，是创新的力量。从创建之日起，上海通用汽车就通过不断创新整合全球及本土优势资源，锻造覆盖整个业务链的体系竞争力。
与上海通用汽车有限公司同一天成立的泛亚汽车技术中心有限公司是上海通用汽车研发创新的最直接体现。15 年来，泛亚从国内市场实际与消费者需求出发，坚持参与国际分工合作与自主研发“两条腿走路”。从最初的本土化调校到参与全球开发，再到拥有完整知识产权并获得市场认可的自主研发，泛亚目前已经具备国内领先、完整意义上的整车开发能力。

“多品牌战略”是上海通用汽车最成功的营销创新之一。通过精准的品牌定位、强势的品牌推广，上海通用汽车分别赋予了别克、雪佛兰和凯迪拉克三大品牌不同的品牌个性，以 20 多个系列、120 款车型的强大产品阵容，满足不同层面消费群体的需求。
除了多品牌创新，上海通用汽车还在营销全价值链方面进行了全面的创新：率先建立了单层次、拉动式的品牌专营销售模式；创立了国内第一家汽车服务品牌“别克关怀”；创立了国内第一个二手车品牌“别克诚新二手车”和二手车品牌大卖场；第一家引进汽车金融贷款服务；参与组建上海安吉安星信息服务有限公司，第一个为中国市场带来先进的车载信息通讯服务等等。

管理学上著名的“木桶理论”指出，木桶能装多少水，是由最短的那块木板决定的，而要装更多的水，必须保证每一块木板都一样长。全业务链的创新，让上海通用汽车在经营管理的各个板块都变得足够强大，从而获得了竞争对手所不具备的体系竞争力，这正是上海通用汽车不断取得成功的关键所在。

绿色领跑：节能减排，勇当先锋

2008 年 1 月，上海通用汽车在业内率先发布“绿动未来”战略，使其成为国内第一家全面绿色转型的汽车企业。
2010 年 6 月 11 日，上海通用汽车在上海世博会上汽集团—通用汽车馆内正式发布了企业

2011-2015“绿动未来”全方位战略发展规划，并确定了三条实施路径：不断改进提升传统内燃机动力效能；发展混合动力系统；积极引进、研发纯电动车，加快形成产业化的产品。

经过几年的推进，上海通用在三条路径上都取得了实质性进展。目前，三大品牌推出上市的绿色车型共 19 款，绿色车型占企业总销量的比例已高达 72%，其中最具前瞻意义的是已上市的新能源车型，包括凯迪拉克凯雷德 Hybrid 双模强混 SUV、别克君越 eAssist 中混轿车，以及雪佛兰 volt 沃蓝达增程型电动车。至 2015 年，上海通用汽车产品的整体平均油耗和 CO 排放要在 2010 年基础上再降低 20%，整体性能(平均升功率)再提升 14%。

