



# 莫文蔚 撒清涉“淫乱”派对 不八卦冯德伦舒淇分手传闻

早前海南三亚举办奢侈品展览会，有传闻活动后有富二代私下举行淫乱派对，有份出席展览会的明星纷纷划清界线。

在活动中，曾经担任珠宝展览会的表演嘉宾莫文蔚日前出席某牛仔裤活动，被问到有关传言时，她马上一脸愕然地透露只在当地逗留一天，对有关传闻全不知情，并强调出席的活动十分高档。对于有传闻在那些私搞的派对内被发现超过二千多个安全套，她说：“我不知道，也没有出席那些传闻中的派对，我不回应。我那天做珠宝晚宴表演嘉宾，唱完歌就回去睡觉。”莫文蔚又称表演时不觉得有异样，大家都投入。问有没有熟人一齐出席展览会？她直言遇见黄奕，是对方产后第一次见面。

而对于最近旧爱冯德伦传与舒淇的感情有变，冯德伦独自赴刘伟强的寿宴，而舒淇于微博亦暗示两人已分手，她表示并无留意，本身偶尔会与冯德伦有联络，但不会因为这些专程打给对方，不会八卦对方的感情事。

星报综合

## 赵本山二次“被死亡” 网友斥“太恶毒”

日前有一位经过新浪微博认证的网友爆料，赵本山已于3日晚在北京某医院因心脏病死亡。记者求证，这是年内赵本山第二次“被死亡”。

有媒体记者联系到本山传媒艺术总监刘双平。刘双平笑称，这太荒唐了，“十分钟前我还接到赵老师的电话。”赵本山徒弟王小利也证实近日正忙着和师父拍新戏。随后有网友质疑微博加V认证体系“这样的人都能通过认证”。更多网友表示这种行为“太恶毒”，“无底线”。

据《辽沈晚报》

## 张国荣摄影集闹版权纠纷 发行无期

星报讯 有媒体报道，张国荣(哥哥)逝世10年，生前经纪人陈淑芬为他筹办纪念音乐会、展览，却不断引发争议，先是预告哥哥离世讯息，竟是她个人的幻听，挨轰炒作；而她与摄影师好友夏永康原定制作999本《Miss You Much》限量摄影集，如今也因和出版社闹翻，被迫停摆，发行遥遥无期。

香港名摄影师夏永康计划推出的摄影集除有大量哥哥未曝光照片，还有哥哥生前挚爱唐唐(唐唐)提供的合影，当时唐唐预订了张国荣生日9月12日的第912号。未料夏永康因独家版权问题被控违约，陈淑芬所属的天星娱乐也成了第2被告。她昨说：“我现在不会回应任何事情了，谢谢。”

## 最不像特工的特工吕一： 排斥转型，不爱“忘年恋”

星报讯(记者 吴笑文) 惯常以温婉可人角色示人的女演员吕一，在安徽卫视热播的《X女特工》中，摇身一变成了女特工。看似柔弱的吕一日前在接受记者采访时却坦言自己很喜欢侠女的角色，动作戏是再多也不怕。

清纯、可爱一直是吕一形象的代名词，而在《X女特工》中角色个性来了个大反转，对于“转型”一词，吕一却直

言自己一直都排斥，“对于我来说碰到好的角色会尽可能去尝试，尤其是创作空间大的人物性格，相信观众也是更乐意看到我有不同角色的呈现。”剧中，吕一大谈“忘年恋”，采访中，她却表示这种轰轰烈烈的感情不适合自己，现实生活中更多的是希望平淡和简单，“我会倾向于年龄接近的，沟通起来会容易得多，彼此也都能尽可能

地去理解对方。”

说到因为极具古典气质，有不少媒体报道中把吕一称作“内地新生小花旦”，或者冠以“小刘诗诗”“小蒋勤勤”之类的称呼，吕一表示，虽然很多艺人会介意被说长相、气质类似哪位艺人而不开心，但自己却坚信这是一种缘分，“我觉得很高兴，让这种缘分更深一点吧。”

# 体系实力成就合资自主第一品牌 启辰开年逆市热销 累计销量破6万

开年以来不仅气温春寒料峭，车市也照例进入淡季，消费需求不旺盛、购买力疲软，各厂商销量与节前相比都有较大幅度下滑。东风日产启辰品牌却是个例外，3月份保持热销态势，各地都出现了供不应求的现象。自2012年4月底首款新车上市，至今尚不足一年，启辰品牌累计销量已突破6万台，继续书写着中国全新品牌销售速度。

### 逆市热销 启辰供不应求累计破6万

启辰堪称2012年度最抢眼的品牌，这个全新的品牌在4月和9月先后推出D50和R50两款新车，年内销量就达到4.2万台，创造中国全新品牌上市首年销量纪录，更揽获70多项权威媒体年度车大奖。进入2013年，启辰品牌的市场表现持续升温。在春节前的汽车消费旺季中，启辰表现非常抢眼，1月份销量达到10629台，而终端实际交车则达到11646台，供不应求的苗头已经初显。

“因为历来春节前、节后市场都是‘冰火两重天’，节前越热，节后就会越冷。”本地启辰专营店总经理介绍，“所以虽然1月销量非常好，但我们对节后的销售原本还是没有太大信心。2月份大家都在过节，销量低是预料之中，市场冷热闹不出来。但进入3月，启辰的销售一直都很火，跟节前差不多，因为我们的计划做少了，所以有些供不应求。”

东风日产启辰事业部部长叶磊在接受采访时表示：“节后适当减少排产是业内普遍做法，但启辰节后持续热销让我们始料未及，所以短期内出现了供不应求。我们已经在调整排产，尽快满足消费者的需求。”据介绍，启

辰生产所在的东风日产郑州工厂产能充沛，在调整排产计划和零部件供应后，启辰的供应有望在4月份恢复顺畅。

### 体系制胜 启辰登顶合资自主第一品牌

启辰在传统销售淡季的逆市热销，让人们看到启辰作为新品牌已经成功树立了主流品牌形象。业内人士评论认为，启辰的成功，首先是因为找准了市场需求的重心。随着“微增长”的到来，中国汽车市场进入全面普及时代，车市需求重心悄然发生变化，价格亲民、功能实用、品质过硬的“普及型车”成为最大的刚需市场。启辰洞察消费需求趋势，因时而动，抢占5-10万元的普及型车区间，以“空间之王、能效之王、可靠之王”的实力，一举奠定其主流品牌地位，抢占新时代“国民车”高地。

启辰的强势表现，更源于东风日产强大的体系实力。以两款新车的上市为轴心，启辰的研发、制造、服务体系全面铺开，并在规模化效应的推动下迅速发展壮大，为启辰品牌的未来发展奠定了良好的基础。

在研发方面，启辰研发团队对市场的研究、对消费需求的洞察、对全球资源的资源整合能力、自主开发能力，在启辰D50和R50两款新车上得到检验。而启辰在新能源领域不断突破，2012年先后推出概念车e-Concept和首款量产电动车e30，则让人看到启辰的先进技术实力。在制造方面，启辰将供应链整合为“品质联盟”，与供应商联合开发、统一品质管理标准，从每一个零配件开始实施严格的品质管控，而整车在全球标杆工厂与NISSAN品牌共线生产，在新车上市第一年就在用户

群中树立了良好的品质口碑。“做工好、小毛病少、皮实耐用”成为用户对启辰D50或R50的一致评价。

在服务方面，依托“专属销售·共网服务”的独有模式，启辰向消费者提供媲美合资品牌的高品质服务，迅速扩展经销商网络。至2012年底，启辰专营店数量已扩充至120多家，并与NISSAN品牌的600多家专营店实现全网互修认证，二级网点数量已达千余家。“20公里服务圈”已然成型，为越来越多消费者提供安心便捷的服务。

在强大体系力支撑之下，启辰在2012年与NISSAN品牌同步推行“安全保障承诺”和“品质无忧承诺”，在购车、用车全过程免除客户后顾之忧。尤其是以“新车7天包换”为核

心内容的“品质无忧承诺”，此前多见于服装、家电，在汽车行业尚属首例。在强大体系力支撑下，启辰虽然是一个全新品牌，但已展现出主流大品牌的实力与气度。

当前车市竞争已非单纯的产品力竞争，而是体系力竞争。凭借创行业纪录的销量成绩和无出其右的体系实力，启辰已然成为合资自主阵营的第一品牌。

经过2、3月份的调整期，整体车市有望在4、5月份逐步回暖。经过3月份现车紧张的“狼烟”，本地启辰专营店总经理对启辰的销售更有信心了：“在淡季表现不‘淡’，说明启辰这个品牌确实起来了，有了品牌力的支撑，D50和R50这两款非常有竞争力的产品，进入旺季想必能更‘旺’。”

