

西湖小蔣舊居開咖啡館

其孫手創「橙果」將操刀空間設計

五彩中國

位於浙江杭州的蔣經國舊居即將「變身」成為一家咖啡館，而操刀進行空間設計的是來自台灣的團隊「橙果設計」，它的創始人正是蔣經國之孫——蔣友柏。據了解，咖啡館的建築裝修風格將體現民國建築的風格，並且計劃在其內部建立一個文化長廊，用以展覽蔣經國的歷史照片及西湖發展過往。

今年1月底，位於西子湖畔的蔣經國舊居或開一家麥當勞的消息曾引起社會熱議。杭州市園文局相關工作人員後來澄清，蔣經國舊居申報的經營項目不是麥當勞，而是一間大眾咖啡館。近日，有關此項目的最新消息顯示，來自台灣的「橙果」團隊將為這座咖啡館進行空間設計，而「橙果設計」創始人正是蔣經國之子蔣孝勇與妻子方智怡的長子，蔣經國之孫——蔣友柏。

據透露，此次橙果設計團隊將在咖啡館內建立一個文化長廊，把蔣經國的歷史事件及建築物的發展歷史進行文化展示，在餐廳內部增加蔣經國的歷史照片及西湖發展的歷史照片，不破壞建築物的外牆，及內部結構。整個建築裝修風格也體現民國建築的風格與現代建築融合。但是有關咖啡館具體裝修和開放日期，目前還沒有明確的消息。

蔣經國舊居的別墅建於1931年，背倚保俶，前臨西湖，西傍斷橋，依山勢而建。門牌為里西湖1號、2號，別墅佔地1333.3平方米，上下兩層。主樓344平方米，4個房間，完全西洋風格。抗戰勝利後，蔣經國攜妻兒來杭州，曾在1948年10月至11月期間暫住一個多月。2003年，杭州市園文局將其列為文物保護點。如今的蔣經國舊居長期大門緊閉，成為一處深宅大院。

記者了解到，蔣經國舊居的產權所有方為浙江省機關事務管理局，而杭州市園文局則對景區所有這些名居的利用有管理要求。杭州園林文物局負責人表示，對舊居的改造設計，要保持2005年舊居維修過後的格局，不能改變建築內部結構和外立面，整個建築裝修風格要體現民國建築的風格。



▲杭州蔣經國舊居藉改造咖啡屋「重出江湖」 網絡圖片



蔣經國



話你知

設計師蔣友柏

蔣友柏，蔣介石曾孫，漢族，1976年9月10日生，蔣經國之四子蔣孝勇與妻方智怡長子，祖籍浙江奉化，現居台灣。

2003年7月，蔣友柏與其弟蔣友常創立了橙果設計公司，蔣友柏擔任CEO，定位所屬公司為「解決方案提供者」。2008年5月，蔣友柏在上海成立了橙果的分公司——常橙品牌策劃諮詢（上海）有限公司。橙果這個名字，在內地已被人註冊。「常橙」則是取「長城」的諧音。他解釋說，歷史上建造長城的目的是抵禦外族，保護國土，而常橙要做的是詮釋中華文化。

蔣友柏為蔣家第四代八位中的一個，但因為自己的設計公司，和俊朗的外形，是台灣少有的同時在一天登上娛樂和政治版的明星。這並不僅僅因為他曾祖父是蔣介石，而是因為他創辦的設計公司，靠着創新的商業模式，讓外國設計公司都稱讚。



蔣道設計

▲出身政治世家的蔣友柏成為一名設計師，更出版《蔣道設計》(右上)論設計 網絡圖片



▼遊客在廊橋上雲端漫步 中新網

渝全球最長雲端廊橋開放

「來之前沒什麼感覺，但是真正踏上去的那一刻還是有些害怕。」李女士說，她是第一批踏上雲端廊橋的遊客。26日上午，世界第一玻璃懸挑廊橋——重慶雲龍缸雲端廊橋舉行開放儀式，來自美國的世界著名低空特技表演明星Miles和中國第一飛人徐凱現場進行了表演。

據悉，雲端廊橋建在1010米高的懸崖上，懸挑長達26.68米，比美國科羅拉多大峽谷玻璃廊橋懸挑長5米多，是當之無愧的世界第一玻璃懸挑廊橋。

【大公報記者 楊永琴】



戎裝佳麗演繹「三國八美」

4月27日，曹魏故都，河南許昌三國文化周中，八名美女佳麗身著鎧甲手持刀槍劍戟演繹三國八美，展三國文化。

中新社



消防兵圓癌妻婚紗夢

4月26日，在四川省人民醫院骨科病房裡，26歲的郭凱給22歲的患癌的未婚妻董慧帶來了驚喜，他請來影樓攝影師拍攝兩人的婚紗照，並帶上戰友提前一天為愛人慶祝生日。郭凱是一名四川汶川消防大隊水磨消防站的戰士，董慧是水磨鎮計生辦工作人員，兩人認識於2014年3月16日。董慧今年4月被確診為骨鉅細胞瘤，因此無法站立。

中新網

作為廣汽傳祺最新的扛鼎力作，傳祺GS4在北美車展首發亮相後一舉摘得雅虎財經「創新未來獎」，並被讚譽「具備與全球對手競爭的同等實力」，使廣汽傳祺成為2015年年初汽車市場最受矚目的焦點。

近日，傳祺GS4在上海車展前夕全球同步上市，再次引爆行業熱點。這個年輕的中國品牌——傳祺，憑藉強大的產品創新力和品牌感召力，正以引領者的姿態樹立中國品牌的國際基準。

傳祺「二代產品」實現智能化蛻變

互聯網進入高速發展階段，順應時代潮流進行產品創新成為車企制勝市場的關鍵。在這方面，廣汽傳祺作為先行者，其產品已全面邁入Generation 2.0。

廣汽傳祺Generation 2.0代表「互聯網+」下的原創性及高品質，2.0的傑作之一GS4先是在動力系統上表現得淋漓盡致。GS4搭載的全球領先的廣汽傳祺第二代200T發動機，不僅具備大扭矩、低油耗、噪音小等技術優勢，還實現了小型化和輕量化，順應節能環保大勢。此外，GS4配置更是順應智能化的趨勢，其智能配置讓駕駛更智慧。T-BOX手機遠程安防系統、PEPS智能無鑰匙進入及一鍵啟動系統以及多模式全維度智能駕駛記憶等創新智能系統都應用在車型上，彰顯Generation 2.0的智能化蛻變。

隨着傳祺GA8在上海車展的全球首發亮相，傳祺產品2.0的體系愈加豐富。作為傳祺首款C級轎車，GA8搭載300T發動機，匹配6速自動變速器，組成鑽石動控組合，代表廣汽傳祺最尖端的科技、製造水平及研發水平。傳祺體系競爭力確保世界品質，繼成爲首屆「軒轅獎」唯一獲得者後，傳祺還蟬聯2014年J.D. Power新車質量中國品牌榜首，躋身合資前列，在品質一致性上領先合資品牌。不僅如此，傳祺全系車型均獲C-NCAP五星評價，成爲唯一的全五星安全家族。傳祺屢獲國際權威品質安全認證，每款車型均締造同級車標桿，助力傳祺搶佔市場制高點。

銷量「四級跳」拉動自主品牌增長

中國是全球最大的汽車市場，爲自主品牌營造出機遇無限的發展空間，同時也對自主品牌提出更高的要求。



創享未來 廣汽傳祺GS4上市发布会 國際新派SUV

扛鼎巨作傳祺GS4 樹立中國品牌國際基準



廣汽集團積極調整發展戰略，一改過去日系、歐系、自主的發展側重排序，實施以傳祺品牌爲核心的「大自主」戰略，彰顯廣汽集團發展自主品牌的決心和誓將自主品牌拉上合資高度、邁向世界的使命感。

廣汽乘用車總經理吳松曾表示：「中國品牌在汽車合資時代積累了資源、技術與管理方法，爲走向世界打下基礎。整體而言，中國品牌在合資汽車佔據大半壁江山之下，充分發揮國人智慧，苦心鑽研技術，提升品牌競爭力，在全球化大機遇大挑戰下走出了一條中國汽車品牌路。」

在「大自主」戰略的指引下，傳祺以讓業界驚艷的發展速度站穩車市。2014年以11.68萬輛的輝煌戰績實現了銷量「四級跳」，讓中國車市再次見證傳祺速度。傳祺車型一直有口皆碑，品牌轉介紹率高達30%，讓廣汽傳祺更有底氣完成2015年16萬輛的銷售目標，甚至衝擊20萬輛。

而2015年一季度，乘用車市場銷量超500萬輛，同期增長11.5%，其中自主品牌銷量198.51萬輛，同比攀升31.3萬輛。在此高增長走勢下，廣汽傳祺憑藉高品質的世界級品質、良好的市場口碑與完善的「加分服務」，一季度終端銷售近3.3萬輛，同比增長35.95%，成功拉動自主品牌銷量持續增長。

走向世界第一中國汽車品牌

廣汽傳祺一直着力於打造世界級的第一中國品牌，從研發生產到營銷推廣都立足於國際視野。傳祺精心打造了國際領先的世界級生產體系、全球化研發體系、模塊化平台以及系列高效動力總成，通過創新實踐，構建了領先行業、具有世界水平的全球研發網，保證傳祺的每一款產品自孕育之初便具有國際水準。

最值得一提的是，廣汽傳祺始終不遺餘力造好車，堅持與博世、西門子、麥格納等全球排名前十的國際頂級供應商合作。日前，世界頂級安全系統零部件供應商——美國天合汽車集團、世界頂級汽車全系統解決方案供應商——德爾福紛紛走進傳祺，探討進一步技術合作與共同發展策略。這一切都確保傳祺

的卓越品質，也奠定傳祺在業內乃至國際領先的地位。

在聚集世界智慧的同時，傳祺逐漸在國際舞臺聲名鵲起。傳祺兩度以唯一參展的中國品牌亮相北美車展，深獲全球媒體及消費者關注，國際範形象深入人心。此外，2014年傳祺系列車型亮相荷里活大片《變形金剛4》，與各大豪華車同台競艷，備受矚目。同年，廣汽傳祺爲「2014人文使者——亞歐萬里行」保駕護航，以全程零故障的完美表現使其國際化形象進一步響譽海內外。

市場表現是最好的見證，2014年傳祺的終端銷量、出口量位列科威特市場中國品牌雙第一。近期，傳祺在國際市場的突出表現獲得全球著名財經雜誌《福布斯》的好評，稱讚傳祺已不再是一個只面向中國市場的新興汽車企業，而是一個具有全球競爭力的國際化汽車企業。

至今傳祺已進軍東南亞及中東市場，未來將進一步擴展歐美市場，逐步推進傳祺的品牌國際化進程。企業爲船，產品爲帆！廣汽傳祺在一次次精品車型的推動下，慢慢駛向國際舞臺，將「中國好車」的形象傳播到全世界，這不僅是廣汽傳祺的驕傲，也是自主品牌的榮耀，傳祺憑實力樹立中國品牌的國際基準，並成爲閃耀世界第一中國品牌。



創享未來 廣汽傳祺GS4上市发布会 國際新派SUV