

“墓主应是我，写上我的名字吧”

朝鲜一军舰执行任务时沉没，约30名官兵身亡 金正恩前往墓地抚碑哀悼



据朝鲜《劳动新闻》日前报道，朝鲜人民军海军790部队部分官兵10月中旬在执行战斗任务时身亡。朝鲜最高领导人金正恩近日前往烈士墓祭拜。



朝鲜领导人金正恩前往墓地，向牺牲的朝鲜海军将士献花。

执行战斗任务时身亡

报道说，今年10月中旬，朝鲜人民军海军790部队233号猎潜艇指挥官和士兵在执行战斗任务时身亡。金正恩接到报告后，要求找到全部烈士遗体进行安葬，并办好葬礼。

朝中社于上月中旬报道了朝鲜一艘海军舰艇10月在东部港口城市元山附近海域训练时沉没，但具体内容没有公开。考虑到最近没有特别交战，推

测朝鲜海军将士是在训练过程中死亡的。有分析认为，朝鲜方面可能是企图藉由隆重追悼阵亡将士，来提升军队对最高指挥官金正恩的向心力。

金正恩亲自参拜

报道说，金正恩和陪同前往烈士墓祭拜的劳动党和军队负责人向烈士墓献花并肃立默哀。金正恩强调，烈士们为守卫祖国海域不惜献出宝贵生命的革命精神将永垂不

朽。全体人民军官兵都要学习勇士们在自己的岗位上坚守到底、誓死完成战斗命令的崇高精神。金正恩还指出：“墓碑上应该有墓主的名字。这些同志们的墓主应该是我。墓碑上写上我的名字吧。”

报道没有具体说明该舰当时正在执行何种战斗任务及具体死亡人数。根据朝鲜中央电视台播出的画面，烈士墓大约有30块墓碑，墓碑上的日期为10月13日。

■据新华社

连线

韩俄峰会 拟发涉朝声明

韩国政府官员11月3日说，韩国总统朴槿惠与俄罗斯总统弗拉基米尔·普京下周会谈后将发表联合声明，重点为朝鲜半岛无核化和俄韩经济合作。

普京定于12日至13日对韩国进行国事访问。韩国总统府青瓦台发言人金奎11月1日说，两国领导人届时将就韩俄关系发展现状以及今后两国关系发展方向、朝鲜半岛及东北亚地区和平与稳定、韩俄实质性合作方案、促进人文交流等进行磋商。

韩联社报道，就扩大两国经济合作，韩方希望俄东部城市喀山至朝鲜罗先港的铁路项目可延伸至韩国境内，从而加强韩朝俄三方物流领域合作。另一名韩国官员说：“现在三方展开全面合作不太可能，所以，即便在喀山—罗先铁路项目上开展局部合作，也将很有意义。”

■据新华社

美澳联手监听亚太

澳大利亚媒体披露，澳驻外使馆为美国全球间谍网络服务，利用代号“特等舱”的情报系统参与窃听、截取亚太地区通信和重要数据信息。

澳大利亚媒体援引“棱镜门”曝光者爱德华·斯诺登和澳前情报人员提供的消息报道，“特等舱”监视系统由澳最高秘密机关国防通信处暗中操纵，主要监控广播、电信和互联网。

国防通信处在澳大利亚驻外机构指派少数人员操作小型秘密设备。这些设备非常隐蔽，可藏在伪装建筑物或屋顶保护层中。使馆其他工作人员大多不了解这些设备的真正用途。

新华社驻悉尼记者王小舒说，目前并不知晓监听开始的确切时间，但这应该不是新近出现的事件。王小舒说，与其说是澳大利亚帮美国监听，还不如说是澳大利亚与美国共同监听。因为澳大利亚从监听中也捞到“好处”。

■据新华社

法国两记者遭绑架命丧马里

两名法国电台记者11月2日在马里北部重镇基达尔遭武装人员绑架后杀害。法国今年1月军事介入马里冲突至今，已有3名法国公民丧命马里。

基达尔镇一些官员说，两名记者遭绑架前正采访图阿雷格部族武装“阿扎瓦德民族解放运动”领导人安贝里·阿格·里萨。结束采访出门后，两人遭不明身份的武装人员带走。两人的遗体随后在镇外通向蒂娜萨克区的一条公路上被发现，遗体遍布弹孔。马里政府军中校奥马尔·西猜测，是“阿扎瓦德民族解放运动”自己人所为。

■据新华社

家有儿女，新轩逸领衔 80 后的“中级”之选

人说岁月如刀，曾经放荡不羁、年少轻狂，沉浸在追求自我的80后也渐渐成为上有老、下有小的顶梁柱了。80后青春犹在，更多了责任和义务，特别是在从为人子女到为人父母的角色叠加后，购车选车这么大事儿，必然也要考虑孩子的因素，因此他们对中级车的选购有了更高的要求：不失帅气个性的外观，又要有家一般的温暖感受。受其影响，倍受80后主流消费人群欢迎的中级车也必须随市场需求而革新了。



家有儿女，80后购车选择日趋理性

正所谓“三十而立”，连最小的80后也走在了“奔三”的路上，随着他们经济实力的大幅度提升，他们对社会消费结构和价值取向的影响也越来越大，必然成为主导市场的消费群体。而他们经历了市场经济、全球化、互联网等社会进程的“洗礼”，在消费观念、消费行为上呈现出与其父辈迥然不同的特征，极为超前，颇富时代特色，在选车购车方面亦是如此。

随着80后日渐成为中国汽车市场的主力消费人群，他们对车市的影响不容小觑，车企也越来越重视对80后消费心理的触

动，于是，“取悦80后”成为近年来众多车企营销的主题，无论是昂科拉的“年轻，就要SUV”，还是标致3008的“活，该快乐”，无一不企图敲开追求个性、崇尚自由的80后的心扉。

厂商的响亮口号自然迎合了很多人的消费心理，也获取了部分芳心，但这种方式并非放之四海而皆准，且不具有持久生命力。孩子已经两岁的张先生说：“作为父母，我们选车时，更多地还是会考虑它能否为我们抚养孩子带来便利，以及孩子乘坐时是否舒服，比如大空间能满足孩子玩闹的天性，高舒适性能否带来如家的乘坐感受等，这都是我比较看重的。在这两个方面，新一代轩逸和卡

罗拉都有不错表现，会成为我的首选车型。”

如今，有了孩子的80后，其选车标准更加理性了，不是几句广告就能打动的。专家提示：“随着80后年纪的增长和生活阅历的丰富，他们的消费观念变得更为成熟。尤其为人父母后，他们在原有注重个性化消费的基础上，开始更多地关注到孩子的利益点。体现在购车上，更偏家用的中级车会成为他们的第一选择。”

“中级”之选，家用派引领潮流

80后主流消费群是中级汽车市场最大的目标客户群，而中级车市场是国内拥有最大消费群体、车型最多，且最富于变化的汽

车细分市场，所以80后对中级车市场的影响力非常巨大。80后不同于60、70，他们既保守又张扬，既追求现实生活，又追求自我价值，同时也关注生活品质，对他们来说，“家用”不是简单的“家庭使用”，而是让家庭生活变得更时尚、舒适，还要担负起照顾家人的责任。所以，一款车必须内外兼修才可能成为他们的“菜”。

作为一个4岁孩子的妈妈，车主刘女士最有发言权。“因为有了孩子，舒适性是我首要考虑的。每天接送宝宝往来幼儿园都需要耗费很多时间，特别是交通拥堵的时候，对于孩子来说，车就成了一个流动的家，此时，车的舒适性更重要。当然，在保证舒适性的基础上，外形时尚、帅气，节油性优秀，这样的车型最好不过了。”既要马儿跑的快，又要马儿少吃草，80后车主对座驾的要求更为严格。

即便如此，80后需求的极大诱惑力还是促使制造商们千方百计地想要满足他们，经过详细调研，多番推敲，适合家用、以舒适为重点诉求的座驾不断涌现，东风日产新一代轩逸便是其中的典型代表。新一代轩逸定位于“越级款待的旗舰轿车”，它从空间、配置和驾乘感受等各方面都力求舒适，堪称“舒适之王”。另一款比较

有代表性的车型是新速腾，速腾素以运动、操控见长，在意识到80后的需求后，进行全面转型，虽然上市后的新速腾备受“减配”困扰，但其更贴合家用的诉求还是为它赢得不少消费者。

除了对舒适性的极致追求，个性的外观和靓丽的内饰也是他们的必然要求之一，当然，还少不了燃油经济性，油耗也是他们考虑的重点。在这些方面，“史上最强大中级车”新一代轩逸都表现上佳。新一代轩逸以“越级力量”为设计理念，打造出超越消费者期待、媲美豪华车的帅气外观。内饰则采用第三代Modern Living设计理念，为消费者营造出一个像家一样舒适、惬意的车内空间。更值得一提的是，新一代轩逸搭载了Pure Drive纯净动力系统，并通过Eco Drive节能驾驶助手，将百公里油耗控制在同级最低的6.2L。

作为强势崛起的新生代消费群体，初为人父母的80后对中级车“家用”的要求更为“苛刻”，其概念也正在发生变化。业内人士指出：“‘中级车’只有在原本‘家用’、‘舒适’的基础上注入更多具有视觉冲击力的时尚元素，才能有更大的生存空间”。如此看来，中级车的未来发展趋势一目了然。