



近日,全球首款智能衣物护理机——斯黛乐(Styler)在中国上市,意味着LG面向高端人群全面发力,加速领跑中国智能家电市场。而一款产品的市场表现如何,消费者口碑是最好的试金石。斯黛乐在上市之初,就吸引了一批注重生活品质的名人争相体验。其中,以分众传媒总裁江春南为代表的商界名人,藉其独特的视角和前瞻的眼光为LG

江南春诠释品质生活美学 斯黛乐:每日如新 决胜商界

智能衣物护理机证言,诠释了真正的品质生活美学。

除皱专家 打造每日如新生活

作为分众传媒的董事长和首席执行官,江南春平时应酬特别多,经常出席一些重要活动,这就需要常备有干净、整洁的高档套装。而江南春的妻子是凤凰卫视知名主播,平日工作也非常忙,很少有时间去护理那些高档服装,这给他们的工作和生活造成了很大不便。

“最吸引我的是除皱功能。”自从斯黛乐智能衣物护理机进驻家里以来,江南春就对其除皱功能印象深刻:“一般来讲,衬衫在清洗后都易有褶皱,天天送干洗,取送又浪费时间。现在只要往斯黛乐里面一挂,半个多小时取出来,衣服又像新的一样,一点褶皱都没有,比我的生活秘书还能干。”江南春对这台衣物护理新贵可谓赞赏有加。

据了解,斯黛乐智能衣物护理机在启动后,首先在机器内部进行蒸汽喷雾,蒸汽进入衣物深层抚平褶皱,然后以每分钟高达220次的频率左右移动衣架,使衣物迅速成型。经过“蒸汽喷雾”和“移动衣架”这双重护理,再细小的褶皱也能轻松抚平,最后,再辅以“轻柔烘干”功能,可有效吸收衣物的湿气,而不会发生衣物缩水变形的现象。无论是易出褶皱的裤子,还是需悉心呵护的连衣裙,只需一挂,轻轻一键,即可让衣物光彩有型,出色的护理效果让专业的衣物护理店都望尘莫及。

除尘祛螨 健康家居生活多面手

江南春对家电消费者的需求也有很深的

了解。他表示:“高端智能家电,需要将用户的体验放在首位,能够为用户带来更高品质的生活体验。在这一点上,斯黛乐智能衣物护理机的表现可圈可点:除了具有除皱功能外,更重要的是,它还能除菌、防过敏、轻松祛异味;还有就是设计比较人性化,空间放置更灵活。”

不为人知的是,家庭平时用的床上用品、毛毯是室内尘土的乐园;宝宝的衣物和毛绒玩具上滋生着不少细菌;毛衣上仍残留有很多动物毛发……这些细菌和过敏原不易被肉眼发现,却对家人健康造成潜在威胁。LG斯黛乐智能衣物护理机通过防过敏程序,蒸汽喷雾渗入到纤维深层,可有效去除纤维深处99.9%的细菌和尘螨,比阳光更有效。同时,斯黛乐智能衣物护理机还能轻松去除异味,通过喷雾、异味过滤器和芳香剂口,无论是烧烤和抽烟遗留的异味,还是出汗引起的汗味,39分钟即可让衣物清新洁净。

此外,为方便用户使用,斯黛乐还有很多人性化设计。除移动衣架外,对于帽子和一些不能悬挂的衣物(如毛衣、羊绒衫等),斯黛乐具有帽子挂架和多功能搁板设计,各种类型的衣物都能找到它们的位置。可调整左右开门,空间放置更灵活。

据悉,LG斯黛乐智能衣物护理机上市后迅速受到好评,销售量远远领先同类产品。“凭借出色的智能功能、人性化的应用体验,相信斯黛乐必将受到‘拿钱换时间’、‘拿钱换方便’的年轻上班族的追捧。”江南春表示。

(童敏)

坚持理想 执着公益

——“高考爱心直通车”接力三载 成就三生爱心之树

高考,作为考生人生中所面临的一件大事,一直以来被整个社会所高度关注。

每年高考期间,各地均会采取各种措施来保证考生顺利赶考。但是我们依然会从新闻上获知某些考生因为交通不畅、离考点太远等原因不能及时赶到考场,从而影响到情绪和考试发挥,情况严重的甚至不能参加考试,导致几年的辛苦努力付诸流水。

为了帮助学子顺利赶考,自2009年起,三生(中国)健康产业有限公司在宁波开展三生“高考爱心直通车”大型公益活动。活动由三生总公司提供支持,三生各地经销商志愿者参与,与各地的主流媒体合作,面向社会征集爱心车辆,吸引社会各界爱心人士共同参与,共同为离考点较远、交通不便、家境贫困、家长接送不便等各种情况的考生提供赶考免费接送服务。

坚持理想,指引三生公益事业

三生“高考爱心直通车”公益项目的诞生,源自于三生所坚持的企业理想。

每个人都有愿意一生为之奋斗的理想,企业同样也有理想。三生的理想很远大——通过帮助人们获得和谐人生,成为最受人尊敬的国际化企业。在三生的企业文化体系中,这是最重要的,也是激励三生不断进步,促使三生不断发展的最高目标。

在三生成立7周年之际,三生董事长黄金宝曾说过:“未来的三生,会是一家更有担当、更有责任、更具使命感的企业,它不仅提供产品,更传递积极的人生态度、传播健康和和谐的生活方式!”

黄金宝向记者表示,履行社会责任已经成为三生企业战略不可或缺的组成部分。只有能为社会创造价值的企业才能实现基业长青,也才能真正做到企业、社会、自然的和谐发展。三生已经将“尊重他人,分享价值”的社会责任理念融入到企业未来的发展战略规划之中,确保回报社会、履行责任的理念成为三生每一天、每个人的前进动力和指导思想。

民族脊梁撑起生命之重

——中国矿业大学力建学院举办缅怀5·12汶川地震活动

当时间的脚步走向那个令人熟悉而又悲痛의5.12时,你是否还记得4年前的那个令13亿华夏同胞痛心的日子?当指针指向14:28分时,你是否还记得那段令世界震撼的历史?

为了铭记那个苍白的时刻,为了悼念那些在灾难面前脆弱的生命,中国矿业大学力学与建筑工程学院5·12青年志愿者协会公关部每年的5月12日都在二食堂广场举办汶

川地震悼念活动。今年5月12日虽然小雨朦胧,但同学们参加悼念活动的热情没有丝毫减退,他们用蜡烛摆出了巨大的爱心形状,安祥的夜空下,烛光摇曳,寄托着同学们对汶川的地震遇难者的浓浓哀悼之情。随后,同学们在主办方的组织下,集体在雨中为遇难者默哀一分钟,为在灾难中逝去的人祈祷。

没有经历过生死离别的人,从未意识到

无几,环保刻不容缓。

环保领先型企业爱普生,一直秉承“与自然为友”,追求企业经营与地球环境的和谐共存。为了积极参与循环型社会的建设,爱普生持续开展环保回收,不断完善耗材的回收体系。

爱普生参与“社会大课堂” 耗材回收环保行动进校园

2012年5月16日,爱普生联手首都师范大学“社会大课堂”社团,在北京化工大学礼堂进行“社会大课堂,爱普生校园环保回收行动”启动仪式,面向北京市樱花园实验学校的小学生和初中生约400人进行关于环保的公益讲座。(韩达)

空调热销 奥克斯“一机难求”



“我只想知道我订购的空调什么时候能到?”“这款产品如果提前订,是不是优惠幅度要大一点?”“我买车要排队,买空调还要排队啊?”诸如此类的问题,北京亚运村苏宁电器卖场奥克斯空调促销员刘强在五

一促销期间,每天至少要回答几十遍。一边是“五一”期间众多调研机构给出的30%-40%的卖场销售额下滑幅度,一边是奥克斯空调强势热销的情形,这样一种违背常理的市场现象在这个“五一”节众多家电卖场里却成常态。

“倒春寒”效应不减 消费者是主因

记者通过走访发现,这个“五一”不可谓不热闹,众多家电卖场的促销活动依旧此起彼伏,惊爆机、特价机的标签随处可见,众多厂商都将“宝”押在这个“五一”节上。

但让众多经销商感到悲催的是,即便这样,卖出的空调机套数和整体金额依然出现了不同幅度的下滑。相比去年同期,全国各大家电卖场的营销额均有所下滑,市场达不到预期销售热度,整体下滑幅度在30%-40%。

“这种情况的出现,一方面是受空调市场前期行业高库存、政策退出等一系列事件的牵连;另一方面其实也和营销、产品创新不足有关,因为消费者的需求是不断变化的,如果企业不能适时而动,这种‘倒春寒’始终都将存在,其实消费者是否买单很大程度上也取决于企业自身。”当记者提及这种“倒春寒”效应之时,奥克斯空调国内营销公司总经理金杰这样讲到。这样的分析不单单是企业的客观审视,事实上,奥克斯在整个市场低迷之时,依旧保持着20%

海马汽车丘比特2012款上市 价格吸引眼球

日前,海马汽车旗下丘比特2012款上市,推出1.3L、1.5L两个排量共4款车型,售价5.39万-6.89万。与2011款相比,海马汽车针对年轻男女消费者的不同用车需求,为丘比特2012款精心打造出男版、女版两大系列,让年轻消费者能随心所欲有最适合自己的时尚个性座驾。同时,更在配置、安全等方面进行了有针对性的改进。可以说,个性、超值、安全的“三大不同”特性,让丘比特2012款的竞争力实现了大幅提升。

同时,为迎接海马丘比特“参演”的《金太狼的幸福生活》首播,“丘比特限时抢购活动”也在海马汽车全国350家销售服务店同步启动,活动期间(5月22日至6月30日)购车即可获赠超值礼包。

三大不同 缔造“女才男貌”

丘比特2012款在秉承原有“高·品·值”全方位优势的基础上,响应时尚年轻消费人群的全新需求,实现了“个性大不同”、“超值大不同”以及“安全大不同”三大改进,全面打造A0级性价比最高、最符合年轻消费者个性需求的时尚小车,成为最受年轻一族喜爱的“时尚人生第一‘部’”。

基于对A0级市场精准洞察,丘比特2012款推出男版、女版两大系列,针对不同的消费人群,在配置上各有侧重。男版车型从男性消费者对座驾动感的需求出发,全系配备C-sport运动套件,包括铝合金行李架、运动尾翼以及前后包围,显得时尚感十足。而女版车型则贴合女性消费者追求舒适、喜爱娱乐的驾驶喜好,着重在便利性、娱乐性等方面进行配置升级,包括新增倒车雷达、大灯高度调节、带照明化妆镜以及强大的娱乐系统等。男、女版车型推出,让海马丘比特2012款满足不同消费者的个性需求,尽显“个性大不同”。

此外,为了更好地让年轻一族享受轻松的汽车生活,丘比特2012款依然享受海马汽车为其量身打造的专属金融服务——“买半贷半零息零手续费”,意味着消费者只需首付50%,即可轻松拥有高品质入门家轿丘比特;而在配置方面,新增的铝合金轮毂能减轻重量、降低油耗,并减少轮毂变形的风险;电动外后视镜让驾驶员能够轻松调节最适合自身的后视镜角度,保证驾驶视野;四门电动玻璃全面提升驾乘舒适感受,尽显精品品质;带门锁遥控的一体化盒式钥匙,带来更便利的使用体验。贴心省心的专属金融服务加上全方位的配置升级,让消费者轻松享受“超值大不同”。

除个性与超值外,安全配置的升级也是丘比特2012款的一大亮点。丘比特

2012款全系标配博世ABS+EBD安全系统,并配以BAS刹车辅助系统,大大提高了车辆的主动安全性能;此外,不少中高端车型搭载的安全配置也出现在丘比特2012款上,包括吸能式方向盘、手动防眩目内后视镜、LED高位制动灯、安全带系紧警报灯/告示音、后排儿童安全门锁等,让丘比特车主驾驶更安心,体验“安全大不同”。

个性诉求奏响A0级主旋律

随着汽车消费年轻化,消费者对汽车的个性化需求也越来越高,特别是A0级市场,已经由家庭用车的主要消费市场,逐渐成为年轻消费者展现个性、追求时尚、享受低负担汽车生活的舞台。而“时尚个性”也逐渐与“性价比”并驾齐驱,成为A0级市场消费者最看重的两大消费利益点。

面对A0级市场这一新趋势,海马丘比特从2011款开始,就在维持原有优势的基础上进行了个性化时尚化的改革。而这次推出的2012款丘比特,则把个性化和性价比完美结合。男版、女版两大系列的推出,为丘比特增加了更多个性化元素;在配置和安全等方面的升级,加上极具吸引力的金融政策,拥有最能展现个性时尚的座驾。

海马丘比特的时尚个性气质不仅打动了众多消费者,也吸引了时尚偶像剧剧组的注意。在由李小璐、宋丹丹等影视红星主演的都市情感剧《金太狼的幸福生活》中,海马丘比特作为主人公的座驾,不仅是剧中人物幸福爱情的见证,更以其时尚的外型、富有个性活力的气质,成为《金太狼》剧中一道亮丽的风景线,尽显“时尚人生第一车”的独特魅力。

在迎合消费者个性化需求的同时,进一步提高自身的性价比,是丘比特2012款的优势所在。随着丘比特2012款的全面上市,丘比特必将继续引领A0级市场的新趋势。

(安然)



车型	售价
炫酷型	5.39万
劲酷型	5.89万
灵悦型	6.69万
灵动型	6.89万

周大福全新水中花春夏系列 不变铂金见证女人不变之美

全新周大福“水中花”系列,将“水”与“花”两种元素巧妙融合,以不变的铂金属材料勾勒灵动恒久之美,演绎出“涟漪”、“花绽”、“结蕴”、“落英”、“汀兰”、“潋滟”等6套铂金及铂金镶钻饰品。主打款——“漩

舞”设计时尚优雅,形似翻卷回旋的水花,萦绕于中心一点轻舞回转,恍如在瞬息万变的世界上,女性内心对美好自我的不罢追求。周大福2012“水中花”春夏系列,以不变铂金映衬如水女人。

(向文)

