

拨开“非法化学添加”阴云 专家倡导“排毒减肥”

一份8月份刚刚出炉的、来自中国科学院广州化学研究所的检验报告显示,国内某以网络为主要销售平台的知名减肥产品再次被检出化学成分“酚酞”。报告指出,长期或过量服用“酚酞”,可造成人体电解质紊乱,诱发心律失常、神志不清、甚至致癌。而早在2010年10月30日,国家食品药品监督管理局就明令禁止含有“西布曲明”、“酚酞”等制剂和原料的减肥产品在中国生产、销售和使用。

此次抽查结果,在网上引起了轩然大波,也再次将减肥产品的安全性拉回到人们的视线中,减肥人群也以惶恐的心态重新审视自己的减肥之路。我们究竟为什么在减肥?

减肥需求多样 “为健康”逐渐成主流

记者了解到,据不完全统计,中国目前肥胖人群已近1亿,超重人群已达3.5亿。由于现代社会大众审美和社交活动的需要,“肥胖超重”已经成为了制约人们社会活动的一大困扰,尤其是都市年轻女性,为了美丽而减肥几乎成了生活常态。

然而另一方面,减肥也绝不仅仅是为了美丽。世界卫生组织肥胖症学会官网披露:作为

第四大社会医学问题,肥胖已成为当前以及未来影响人类生命健康最大的“现代流行病”之一。而且,肥胖危害程度是吸烟的4倍,已成为许多非传染性疾病的主要致病因素,可诱发高血压、糖尿病、冠心病、中风等。

今天的减肥目的已经悄然发生变化,呈现多样化发展,其中被赋予了更多的健康元素。

保健协会专家提出“营养素排毒减肥”

“快速减肥,疗效好,一周可减10斤”、“不节食、不运动,一疗程可瘦20斤”……大家对于这样的减肥广告应该不陌生吧,其中宣传的效果也让不少人怦然心动。而事实上,承诺短期带来“效果”的减肥产品,常常为不规范产品,这会给消费者带来极大的健康隐患。

在“为健康”而减肥的背景下,中国保健协会减肥分会“体重控制管理”研究小组近日在“第十届北京国际保健节”上提出了“营养素排毒减肥”新概念。同时,记者在同样以“排毒减肥”为主旨的碧生源健康网站上看到,早在20世纪初期,俄国科学家梅奇尼科夫就提出了“自身中毒”学说,并以此获得诺贝尔奖。

那什么是“营养素排毒减肥”?国内知名养生专家林海峰指出:体内“肠道垃圾和毒素”在

清除过程中,需要许多营养素的配合,及时补充这些营养素可加速肠道排毒,能在短时间内清除人体内长期淤积的肠道毒素(宿便),而实现减重瘦身效果。这些营养素主要包括有“水分、乳酸菌、膳食纤维素、酶、B族维生素”等,在肠道排毒减肥的过程中,可以适时补充这些营养物质,实现减肥目的。

记者还了解到,从对碧生源减肥茶的消费群体跟踪调查结果显示,现代人体重超重大部分属于“后天性肥胖”,由于生活不规律、饮食不合理、运动量少且工作压力大,易导致体重超标从而产生“健康隐患”。而被保健协会专家倡导的“排毒减肥”理论就是让人们通过养成良好的生活方式和饮食习惯来调节身体、优化体质,达到排除毒素、清除脂肪、控制体重的目的。

“无论是治疗肥胖还是希望通过减轻体重实现美丽的人群,都应学会利用科学的生活方式来控制体重,对自己的健康负责。”这是原中国保健协会减肥分会体重控制管理专家组组长黄明达的希望,也是碧生源这样的减肥产品企业一直以来对消费者传递的理念,“为健康”而减肥。



近日,26岁的黄雯雯和家人光顾北京亚运村的苏宁电器旗舰店,主要是为新居配一部奥克斯空调。而几年前,她很难果断做出选择。“以前一定要买进口品牌,很少去考虑国产品牌。”黄雯雯这样说道。

黄雯雯也许只知道现在的奥克斯空调质量很好,但却不知是什么成就了它的好?在业内人士看来,这一切,与奥克斯对市场的精确制导有关——未雨绸缪、准确预判、快速反应,我们不妨从它近期的“三步快棋”看看它究竟与这个市场有多合拍。

政策快棋——三重补贴政策兑现消费者真正实惠

“家电业的促销活动过于频繁,而消费者也顾及节能产品价格相对较高,即使有补贴,价格也远高于非补贴产品。只有让消费者真正看到高能效不等于高价格,才能推动新政在市场执行中效果倍增。”奥克斯空调国内营销公司总经理金杰说道,正是因为对这种情况有所预判,所以奥克斯才推出了业内最大力度的国家、厂家、商家三重补贴,用真正的实惠来激发消费

者的购买热情。

产品快棋——借鉴“快时尚”围绕消费者需求展开产品研发

从2011年4月到2012年4月,奥克斯仅用一年的时间迅速完成对高能效空调的全产业链布局,相继推出6.5超高能效比的壹系列变频空调,“25℃超低温启动、30%超强大热量、30%超节能省电”的热霸空调2代以及最具时尚气息的“超节能、超健康、超时尚、超绿色”四重境界的境界空调。

“奥克斯的产品研发有点像服装行业的‘快时尚’,一定时间内,既要保证品质和设计感,又要保证实用性与功能性,我们是一边观察市场,一边研究消费人群,最终进行产品的设计、研发,确保与市场的衔接”,奥克斯产品研发部门的相关负责人这样讲到。

营销快棋——“多渠道+多平台”的整合牌

进入电子商务时代后,在众多家电企业都希望打通线上线下渠道、同步整合推广时,奥克斯已经尝足了甜头。

通过“传统渠道+网络渠道”的渠道整合,通过推广“地面卖场+线上旗舰店”的同步活动,通过“微博+淘宝”的多平台合作,奥克斯将营销竞争提升到了一个更高的层次,完成了由价格战向价值战的过渡。

谈到行业竞争,总会出现“乱战”的论断,但奥克斯在用事实证明,谋定而后动方是上上之策,而消费者的需求便是谋的核心,营销战役的成功胜在策略,重在人心。



MOTO锋芒XT910 MAXX 创高端智能机传奇

2012年,苹果、三星等国际知名品牌纷纷推出其具有代表性意义的高端智能终端产品,大屏、多核等名词成为高端产品的提价标签,但是超长续航时间却是用户真正在意的性能。MOTO锋芒XT910 MAXX在解决这一问题上表现出众。

MOTO锋芒XT910 MAXX拥有3300mAh超大容量电池,这相当于同类产品电池容量的两倍。摩托罗拉移动技术公司还为其提供了Smart Actions智能设定功能,使得消费者可以通过自动操作日常任务的方式,来辅助延长电池续航时间。除

此之外,MOTO锋芒XT910 MAXX还继承了RAZR系列的纤薄特点,薄度仅为8.99毫米,同时具备内含双核1.2GHz极速处理器和1GB内存,而这些性能足以让MOTO锋芒XT910 MAXX创高端智能机又一个传奇。

嘉里物流新仓库落户胡志明市

近日,环球物流服务供应商嘉里物流在越南胡志明市Song Thang地区的新仓库建设工程正式启动,总面积1.1万平方米。新设施预计于2013年第一季度竣工,届时嘉里物流将拥有9座总面积达6.2万平方米的仓库设施,以满足当地对仓储需求的不断增

长。嘉里物流越南董事总经理余梓玮表示:“我们一直致力于越南各地建设仓库网络,服务已完全覆盖越南北方、中部和南方地区。单是位于货运及物流枢纽的Song Thang地区,嘉里物流就已建立强大仓库网络,以满足日益增长的需求。”嘉里物流不断在越

南扩展,于2011年在河内开幕的1万平方米物流中心,致力提供广泛的物流服务予电子科技、时尚服饰及精品、食品饮料以及工业等行业。嘉里物流还于2010年在越南中部岷港开设了9000平方米设施。

史上最强中级车是怎样炼成的 ——数字解读新一代轩逸



这个夏季因奥运会的激烈征战而显得异常炙热,而在中级车市,王者之争进行得亦是如火如荼。业内人士称,2012年是中级车市的“新元年”,也是中级车市的“奥运季”,许多“重量级选手”不断涌现,还不时杀出一些黑马抢夺市场,中级车市的金榜榜始终变幻莫测。

这其中,被业界称为“价格杀手”的新一代轩逸以超凡的产品力和一步到位的定价,为中级车市带来巨大震荡。销量数字、价格数字、产品数字,就像新一代轩逸征战的咒语,安静而内力无边;更像新一代轩逸的密码,破解车坛记录、演绎王者神话。今天,就让我们揭开这些数字的神秘面纱,解读史上最强中级车是怎样炼成的。

史上最强,非凡实力用数字说话

作为东风日产的战略车型,轩逸自进入中国以来,累计销量超过50万辆,创造了中级家轿市场的销量神话。新一代轩逸继承了轩逸的卓越品质和良好口碑,是以十大产品亮点打造出的具有“高、富、帅”越级产品力的史上最强中级车。

新一代轩逸分为两个级别共8款车型,分别采用1.6L和1.8L发动机,官方指导价格为11.9万元至16.9万元。轩逸·经典系列共

4款车型,采用1.6L发动机,官方指导价格为9.98万元至12.08万元。同时,新一代轩逸1.6L CVT及1.6L豪华版MT车型,将享受国家3000元的节能补贴。

东风日产并没有因为新一代轩逸是“换代车型”,就制定过高的溢价。相反它的每款车型的价格相比竞品,都有几千元甚至过万元的价差,它带来的是高级车的享受,中级车的价格,足以“秒杀”其它同级别车型。

“抄底”价格和利好政策发布后,新一代轩逸便赢得了“价格杀手”的称号,上市后不久,就显示出了通吃中级车市的巨大威力。在新一代轩逸宣布上市后的数小时内,成都地区仅一家经销商的订单就超过30辆;上市仅一周,东风日产经销商接到的订单就已经超过了1万辆。

业内专家表示,新一代轩逸的定价展现了东风日产引领行业发展的非凡魄力和真心回馈消费者的十足诚意。制定的价格一步到位,甚至超出了中级车的价格“底线”,直逼紧凑型车的定价,为消费者带来了惊喜。

四大优势,越级品质创车坛记录

2012伦敦奥运会比赛的第一天,中国军团就斩获4枚金牌,而来自泳坛的孙杨、叶诗文则在这一天分别打破男子400米自由

泳奥运记录以及女子400米个人混合泳世界记录,“4”在这一天成为中国人最值得骄傲的数字。通过这个数字,我们看到了令人感动的体育精神,而新一代轩逸则通过四大金牌优势实现了对车市记录的突破和超越。

6.2L——新一代轩逸采用的由新一代发动机与全新智能XTRONIC CVT无级变速器组成的Pure Drive纯净动力系统,配合DIS燃油双喷射系统,将引擎的燃油效率提升到一个新的阶段。与此同时,新一代轩逸还采用了Eco Drive节能驾驶助手,将百公里油耗控制在6.2L,让新一代轩逸成功跃升为史上最低油耗中级车型。

680mm——与同级车后排空间的平均水平550mm左右相比,新一代轩逸绝对领先的680mm行政级后排空间,760mm超宽车身宽度与2700mm超长轴距,为消费者带来超越奔驰S级,媲美中高级车的宽敞、舒适专属空间。

980Mpa——新一代轩逸在同级车中率先采用980Mpa核潜艇级超强钢,打造出日产高级车标准的UHSS超高刚性车身。此外,它配合多通道式Zone Body区域车身结构,为消费者提供了最为可靠、周密的全方位安全保障。

LED——新一代轩逸是国内唯一在中级车上采用前后豪华晶钻LED灯的车型。新一代轩逸汲取中高级车设计元素,以“越级力量”为设计理念,打造出超越消费者期待、媲美豪华车的尊尚外观。

东风日产乘用车公司市场销售总部副部长杨嵩表示:“与同级别车型相比,新一代轩逸不论是动力、操控还是空间、配置,均处于行业领先水平。从产品力的角度来看,新一代轩逸堪称史上最强中级车,它为中级车在产品设计和技术应用等方面树立了新的标杆,将引领中级车市场新的风潮。”

十大亮点,款待家人弹不虚发

当易思玲以10.5环的最后一枪赢得女子10米气步枪冠军,为中国“射下”奥运首金的时候,易思玲不仅带来了金牌,还大大提振了奥运军团的士气,“10”也代表了她的“十全十美”的表现。然而,被誉为史上最强中级车的新一代轩逸拥有十大产品亮点,在外观内饰、动力操控、安全节能等10个方面可谓“弹不虚发”。

在新一代轩逸研发过程中,日产汽车组建了著名的“梦之队”开发团队。其中,统领新一代轩逸整体研发的齐藤雄之,曾主持多款日产全球战略车型的研发工作,在中国市场成绩卓越的新一代天籁外观的设计就是他的得意之作。担任新“梦之队”CPS要职的小沟彻曾获得众多设计奖项,对中国消费者的需求理解深刻。

作为依托日产全球先进技术和史上最强研发团队,打造出的突破传统中级车价值界限的巅峰之作,全新换代、全面升级的新一代轩逸,不仅延续了轩逸车型领先的设计理念 and 优异的产品品质,更凝聚着日产汽车技术精髓,以中高级车的研发基准和技术投入,颠覆了消费者对中级车的传统认知,全面超越同级车型,全面超越消费者期待。

据日产汽车公司商品规划总部商品规划室首席产品专家小沟彻介绍,新一代轩逸是中日团队共同参与设计与研发的。在商品规划时,东风日产就将新一代轩逸的目标客户定位为中产阶层,并对他们进行了家访,发现这一目标群体非常注重工作与家庭的平衡,追求自在、彰显成功、款待家人,在用车上,他们追求“领先半步”,并十分重视

车辆的舒适性,他们希望为全家带来超越期待的高品质汽车生活,并享受由此带来的优越感。

为了满足家庭用户的需求,新一代轩逸从开发理念到产品设计再到每个零部件,都考虑到了家庭用车消费者对舒适性的要求。面对国内复杂的道路环境,新一代轩逸采用了以日产高级车技术打造的Anti-Shock高稳定悬挂,让车内乘员几乎感觉不到来自路面的震动。

新一代轩逸搭载了全新一代1.8L发动机(MRA8DE)与全新智能XTRONIC CVT无级变速器组成的Pure Drive纯净动力系统,在提供充沛动力输出的同时,还拥有最佳静音性和传动顺畅性。此外,这款发动机还采用了90mm长冲程技术和纳米级低摩擦技术,在中低转速下实现了同级最大扭矩。

兼备美学性与功能性的Multi-Layer仿生学座椅,则采用与天籁一致的三重舒适结构,大幅提升了贴身性与包裹感,塑造出高级沙发般的乘坐舒适感。得益于日产高级车尊享的三维超静音工程技术,新一代轩逸能够为客户提供媲美中高级车的专属私密空间,让客户尽享宁静。一键启动、I-KEY智能遥控钥匙、双区独立自动空调、后排空调出风口,领先同级的豪华科技装备,打造极富便利的使用感受。

新一代轩逸时尚俊朗的外观设计以及温馨的内饰设计则充分反映了中产阶层的审美标准。在外观设计上,新一代轩逸借鉴了日产Ellure概念车的元素,通过波浪形的腰线以及“X”形前脸等时尚元素的搭配,尽展时尚动感。在内饰设计上,新一代轩逸采用了代表日产高级车内饰设计方向的第三代Modern Living设计理念,采用“软”性包覆材质、“细”接缝处理、顺“滑”阻尼开关等高档材质与工艺,打造出媲美中高级车的质感。

业内人士指出,新一代轩逸,用一串串数字串联起日产汽车先进的造车理念及先进技术,串联起东风日产的品牌主张及人性关怀,超越了消费者全家对家轿车型的全方位需求,为中级家轿市场的历史写下浓重一笔,必将开启中级车坛的新纪元。(杜维)