



## 奥克斯发出征集令——“寻找中国美丽新娘”



如果能和你深爱的人在充满异域风情的敦煌,拍摄一组属于自己的婚纱照片,不失为人生中一段难忘的回忆。但路途的遥远,繁忙的工作,各种不确定的因素,使这个多数人的愿景难以实现。

如今,这个美好的愿景因一场公益活动而变得不再遥远。

随着IBC公益计划暨2013人·沙·敦

煌沙裸艺术行动的开启,作为活动发起者的奥克斯正在思考,如何让消费者在参与公益活动的同时,也为他们自己圆一些梦想。

于是,“寻找中国美丽新娘——奥克斯保护敦煌公益活动”应运而生。

寻找中国最美新娘——奥克斯启动公益营销据奥克斯空调相关负责人介绍,“寻找中国美丽新娘——奥克斯保护敦煌公益活动”将在IBC公益计划招募期同步展开。发起这项活动是为了更好地呼吁社会保护历史遗迹,拯救民族文化遗产,同时希望通过活动来提升奥克斯品牌的美誉度和知名度,彰显健康空调奥克斯的环保设计理念。

考虑到敦煌特殊的天气、较为复杂的拍摄条件等因素,此次活动在周期的设置上比较灵活。活动将从5月10日开启,至8月结束,期间

将分成3个阶段。从6月到8月,每月15日为一个抽奖期,预计前后将有30对幸运情侣可以远赴敦煌游览,届时,将有行业顶尖摄影师为其拍摄唯美的敦煌风婚纱艺术大片。

**公益携手营销 实现融合创新**

随着IBC公益计划的发起以及此次“寻找中国美丽新娘”的骤热,奥克斯在公益事业上的发展以及公益理念受到了外界的多方关注,特别是近年来,奥克斯迅速崛起,一举成为行业三甲,成为行业快速发展的典范。而公益对品牌美誉的提升和营销的促动,也不可避免地成为一针强心剂。

此次“寻找中国美丽新娘”公益活动,奥克斯已然将公益与营销进行了完美的融合。

公益融合营销,营销反哺公益,奥克斯又一次成为行业典范,同时也为公益营销提供了一个经典的学习案例。(丽 丽)

## 为降低铁道部负债率献一点点力量

随着科技的发展,我国电气化铁路系统在不断发展进步,科技的先进给我们带来了便捷的生活方式,这是我们国家兴旺发达的标志之一。

然而,近一段时间,铁道系统出现了资金紧张的局面,60.62%的负债率、超过2.4万亿元的总负债额,民众忧心巨额债务会成为铁路体制改革的包袱。铁道部部长盛光祖在与河南省省长郭庚茂会谈时表示,将通过项目股权置换,实现城际铁路由地方控股,铁路部门提供专业技术和管理服务,鼓励和支持地方政府和社会投资城际铁路、专用铁

路和铁路支线。在投资放缓的条件下,铁道部财务状况逐步有所好转,其节节攀升的负债率也出现逐渐稳定的趋势。

作为一名中国公民,我在此提出一个小小的想法,即:开发启用售票后短信提醒系统,及时提醒旅客发车、到站时间。这必将成为大众的所需,该业务只收取少量费用,且是否开通短信提醒属自愿。这虽然不能迅速地降低铁道部的负债率,但仍可作为一点缓解力量。我坚信,随着科学技术的快速发展,我国铁路系统必将迈向更高的一个台阶,人民的生活一定会更加美好、更加现代化。(余忠礼)

## 爱普生荣膺TIPA AWARDS“最佳多功能照片打印机”大奖 创新高品质影像产品为爱普生赢得摄影行业喝彩



5月7日, Epson Expression Photo XP-850与XP-750一举夺得全球摄影杂志编辑、记者一致推崇的享有盛誉的TIPA AWARDS 2013“最佳多功能照片打印机”大奖。

每年,TIPA(影像技术新闻协会)的编辑们都会投票选出市场在过去12个月内推出的最佳影像产品。投票时会考虑到的因素包括创新性、前沿技术应用、设计、因人因工、使用容易度和性价比。

Epson Expression Photo XP-850与

XP-750多功能一体机是摄影爱好者的理想之选。XP-850是集打印、扫描、复印和传真于一体的“4合1”一体机,两款打印机均有Epson Connect功能,通过Epson iPrint,顾客可无线打印智能手机和平板电脑里的照片。此外,顾客还可将文档以电子邮件的方式直接发送至打印机,即可在世界任何地方进行打印。打印机采用了爱普生六色Claria Photo HD墨水,仅需10秒钟即可打印一张高品质、无边框4x6英寸照片。Epson Expression Photo打印机还配备了直观的触摸显示屏、电动控制面板以及出纸托盘。通过打印机后方的专业进纸组件,顾客还可打印重磅照片纸和证卡。(雪 琪)

## 视觉先锋 飞利浦65PFL8830液晶电视荣耀绽放

在2013年3月的飞利浦电视新品发布会上,飞利浦65PFL8830液晶电视凭借其4K超高清画面、流光溢彩及智能操控等技术,备受消费者瞩目,众多消费者表示想要购买此款电视。时至5月,飞利浦65PFL8830将在各大家电商城开始售卖,满足消费者的购买需求。

说到高清画质,很多消费者应该并不陌生,可是讲到4K超高清,就不是那么了解了。飞利浦65PFL8830液晶电视采用全新的4K超高清画质,在原有1920x1080p的画面基础上,提升4倍画面解析度,超高分辨率下的电视画面鲜明逼真,观影效果自然不言而喻。

万众期待下的年度新品,仅仅只是4K超高清画面怎么能行?流光溢彩——飞利浦电视的

独有专利技术,在飞利浦65PFL8830液晶电视中予以完美呈现。飞利浦电视流光溢彩技术通过电视屏幕后的LED灯将光束投射到墙壁上,光束的颜色始终与画面颜色相匹配,起到了放大屏幕的视觉效果。三面流光溢彩技术为用户带来全新的视觉享受,令电影对比真实情景。

此外,好的画面效果当然要配以好的声效系统,才能为用户带来独特的视听盛宴。飞利浦65PFL8830液晶电视利用AmbiwooX技术将内置高功率低音喇叭的音质进行单独分离调整至最佳状态,输出细致厚实的震撼性高功率低音,通过超宽环绕立体声音响使您欣赏到层次丰富的立体声和身临其境的虚拟环绕音效。(王 宇)

## K3 致青春



最近,一部《致我们终将逝去的青春》红遍全国,勾起了无数人的校园情怀与青春回忆。在青春的路上,我们有K3这样可靠的伙伴,它将是“致青春”最好的礼物。

同样年轻的面孔 都透着一份坚毅与自信 作为一款专为年轻人打造的中级车型,K3的外貌年轻且硬朗。在起亚全新进化的

“DESIGN KIA”理念指引下,K3棱角与眉眼折射出的坚毅和自信,就像青春的锋芒一样直击人心。从镀铬直瀑式竖条进气格栅开始,K3便给人厚重、稳健的视觉气场。再加上越级的HID氙气灯以及LED日间行车灯,将前脸层次切割得利落且鲜明;流畅的车顶弧线呼应上扬腰线,打造出一往无前的气势;K3就如最可靠的朋友,我们能从它硬朗的车身和精炼的线条之中感受到来自心灵的力量。

**青春更懂青春**

时间像无法逾越的鸿沟,让不同年龄的人有着不同的时代烙印,只有青春才能更懂青春。同样年轻的基因,使得K3更了解我们的需要。无论是由2700mm越级轴距打造的静谧空间,还是质感、简约的内饰设计,都能为我们带来生活的灵感。除此之外,由一键启动、电动通风真皮座椅、

双区恒温空调、定速巡航、智能钥匙、高级音响系统等创造的细致服务,让人充实且自在。

**一颗奔腾的心 将我们带往远方**

青春是一条开往前方的路,一颗奔腾的心,能让我们走得更远。而K3就有这样一颗强劲的引擎。它搭载的起亚先进的1.6L伽马D-CVVT和1.8L Nu D-CVVT两款发动机,融入了最新的D-CVVT进排气门连续可变正时动力技术。同时,百公里最低油耗也仅为6.3L,在同级车型中表现十分突出。作为年轻人的座驾,K3先进的6速手自一体变速箱,凭借滚轴型单向变速器以及短排杆设计之功,K3操控如行云流水,流畅、丝滑,能让我们尽情驰骋在追梦路上。

每个人的青春里,总会有一些不可磨灭的印记。如果你在这个时候遇上了K3,相信它也将成为你人生中一段美好的回忆。(张 涵)



也想得很周到,儿童锁、带防夹功能的电动车窗等一应俱全。逸致还采用丰田独有的GOA车身,全系标配“ABS+EBD+BA”以及VSC、TRC、HAC等。(嘉 欣)

## 多功能家轿逸致:以“五星安全”为儿童节出行保驾护航

六一就要来了,随即而来的还有孩子们最喜欢的暑假。每年这个时候,很多有车的家长会开车带着孩子去他们喜欢的商场、公园或郊外。然而,如果细心观察就会发现,多数父母往往缺乏正确的儿童乘车安全意识。据新华信中国儿童汽车安全调查报告显示,在约500名受访者中,有73.0%的被访者表示曾由大人抱着孩子乘车,有41.2%的家长曾让不足4岁的孩子面朝前乘车。可见,家长

的儿童乘车安全意识有待提升。

清华大学汽车碰撞试验室的实验表明,一旦发生事故,使用了儿童安全座椅的车辆,可将0-3岁婴儿的死亡率降低71%,3-6岁幼儿的死亡率降低54%。作为一款高度重视儿童安全的家用多功能轿车,逸致不但全系标配儿童安全座椅固定装置,并且其装置兼容于LATCH和ISOFIX两种接口设计,方便实用。另外,对于孩子们活泼好动的天性,逸致

## 上市40天销量直逼1.8万台 新世代天籁霸气初显

17870台,这是新世代天籁仅上市40天交出的销量成绩单。

作为东风日产“新十年”的开篇力作,集日产先进之大成、由天籁全球团队倾力打造的新世代天籁,正以一股势不可挡的热销劲头全面彰显“新世代豪华座驾”的魅力,以强劲表现引领中高级车市的向上发展。

“新世代天籁上市首月即热销,再次有力证明了其出众的产品力、震撼的价格力和创新的服务力,真正满足了当下主流消费者的真实需求。更让我们自豪的是,新世代天籁2.5L排量车型的销量占比更是过半。好的开始是成功的一半,我们相信,新世代天籁的‘开门红’,会让我们的更多动力将其打造成中高级车市场的新领袖。”东风日产副总经理任勇再放豪言。

**日均500张订单 业绩“含金量”凸显王者气势**

用“人气爆棚”来形容东风日产新世代天籁的热销情况一点都不夸张。数据显示,截至4月30日,上市仅40天的新世代天籁销量就已逼近1.8万台;同时,其全国订单正以每日500张的势头飞速增长。这款打响2013年中高级车市场第一炮的新车,市场表现超乎想象。

众所周知,上一代天籁在中国市场的

表现较为“慢热”,经过一段时间的口碑积淀,才逐渐产生爆发的力。但新世代天籁上市后,则一举打破“慢热”传统,上市即热销,迅速从中高级车市场的激烈竞争中脱颖而出。

从车主调研反馈中发现,新世代天籁的购买者以35岁以下的75后甚至80后居多,其中,既有被新世代天籁出众的操控性吸引而购买的消费者,也有受家人或朋友的影响而购买的消费者。年仅26岁的张先生,是山西太原的第一位新世代天籁车主,他之所以选择新世代天籁,便是因为家庭第一台车——颐达给其带来的稳定、可靠的印象。

除了消费阶层的日益年轻化,新世代天籁配备NAVI导航系统车型的销售占比以及2.5L排量车型占比,均达到甚至超过行业平均水平:配备NAVI导航系统的车型,订单比重占据总订单数的近30%,远远超过上一代天籁的表现;在最能彰显中高级车市销售数据“含金量”的2.5L排量车型层面,新世代天籁2.5L排量车型的销售占比更是超过其总销量的一半。

在当前众多汽车厂商选择以低排量和低配车型为主力、以“价格跳水”等方式来抢占市场份额的大背景下,新世代天籁则真正以消费者真实需求为出发点,凭借强

劲的产品实力为消费者做出“定价一步到位”的保值承诺,从而打消了消费者对于新世代天籁短期内降价的担忧,确保其在上市40天之际交出一份含金量十足的成绩单。对新世代天籁而言,近1.8万台的销售业绩,不仅捍卫了其中高级车市场的价值和尊严,更凸显了其王者气势,赢得了市场和消费者的青睐。

**三力合一 助推新世代天籁迅速腾飞**

随着社会经济的发展、消费水平的提高和消费理念的升级,中高级车消费者的选择日趋理性:对他们而言,一款车只有具备真正的实力,才能够刺激他们购买。在此背景下,面对新帕萨特、新迈腾、新凯美瑞等群雄争霸的格局,新世代天籁上市40天直逼1.8万台的成绩,充分说明其产品硬实力已逐渐被消费者认可。

作为东风日产的旗舰车型,天籁的舒适有口皆碑,“舒适之王”当是最佳佐证。全新换代的新世代天籁,在其舒适性进行升级基础上,大幅提升其操控性能:梯形控制臂独立后悬挂、同级首创四轮精准循迹系统,使得新世代天籁的操控性能远远超出消费者想象。

新世代天籁操控性能被广大消费者认可的标志之一,就是其代表时尚、运动的内饰车型迅速卖断货。甚至有消费者将新世代天籁的操控性能形容为“豹式驾控”:驾驶新世代天籁时,能够感受到其有如猎豹捕猎时的速度和精准。

对此,东风日产市场销售总部副部长杨嵩表示:“与其他车型相比,新世代天籁的操控会带给大家不一样的体验,更人性化、更考虑消费者感受的操控性能,将会成就新世代天籁‘日系操控王’的口碑。”出众的产品力是新世代天籁上市即热销的基础,行业首创的“天籁行动”和“天籁直通车”的推出,则成为新世代天籁火爆销量的“助推剂”。

伴随新世代天籁上市推出的“天籁行动”,不仅行业首创,更以创新的模式和十足的诚意,为消费者带来高达3.7万元的综合价值,可谓是当前中高级车市最具价值力的车型之一。与此同时,为了让更多消费者体验到新世代天籁的突出产品力,东风日产还创新推出“天籁直通车”金融政策。消费者



购买新世代天籁时,首款仅需支付车价的20%,剩余费用可以与保养、保险费用一起打包,分期付款。

除了强劲的产品、至诚的服务,价格也成为左右消费者购买新世代天籁的重要因素。新世代天籁17.78-24.48万元的正式售价已足够具有竞争力,再加上东风日产做出的“保值承诺”,从而大大刺激了消费者下

订、购买新世代天籁。

“只有真正付出,才能感动消费者。东风日产始终秉承‘客户至上’理念,希望把最有魅力的产品、最真诚的服务、最具吸引力的价格打包,将价值一次性回馈给消费者。我们真心希望,通过新世代天籁这款车型,消费者能够感受到东风日产对他们的诚意。”杨嵩说。(黄 杰)

