

婚宴市场劲刮有机风 威龙葡萄酒成为新宠



五一小长假,不少新人都借此良机完成自己的终身大事,婚礼市场再次升温。据权威部门统计,每年婚礼市场都会带来大约2500亿元的附加值,这其中酒水消费一直长盛不衰。在人们生活水平提高的背景下,作为体现生活品质的葡萄酒,逐渐受到人们欢迎,成了婚宴中的必备酒品。而今年这个五一,在葡萄酒消费较普遍的华东地区,不少追求潮流的新人,将目光转向了健康安全、又体现着时尚个性的有机葡萄酒上,有机风潮正在婚宴中悄然兴起。

有机葡萄酒助兴 添彩新生活

杭州某大型酒店热闹而喜庆,现场酒席的布置上,除了显眼的鲜花,整齐摆放的葡萄酒也十分醒目。酒店的负责人说:“这些婚宴用酒早在3个月前就已经订好,很多是新人自己来选,我们这里主打的威龙有机葡萄酒最受他们的欢迎,基本已经订空,正联系当地经销商加紧补货。”他表示,五一期间喜酒销量是平时的三四倍,特别是有机葡萄酒订购,更是成倍增加。

对于有机葡萄酒受欢迎的原因,这位负责人认为,消费者有机生活观念逐渐增强以及有机葡萄酒健康、高品质的特性是主要因素。“当然,现在很多新人都追求婚礼的时尚和个性,他们觉得选择有机葡萄酒能走在潮流前端,是新生活开始的象征,增添了一个好彩头。”这一解读,也获得了现场新人的认可。他们表示,选择有机葡萄酒让来宾能放心地畅饮助兴,而且有机新概念带来了新气象。“希望今后的新生活,就像这有机酒一样又有品质又回味无穷。”事实上,有机葡萄酒风靡婚宴市场并非偶然。资深葡萄酒专家表示,有机葡萄酒因采用了有机种植和酿造技术,在健康和安全方面有着充分的保证,过硬的品质使其已在各葡萄酒消费大国盛行,如今国人年轻一代选用有机葡萄酒婚宴助兴,不但符合他们追求潮流、接轨国际的消费性格,也代表了一种对美好生活的追求态度。

威龙内外兼修 打造有机美酒

在不少婚宴的酒席上,威龙有机葡萄酒成为了当然的主角。对此,华东的威龙经销商代表说,威龙有机葡萄酒在平时便广受消费者认可,能在小长假的婚宴市场走俏,也在意料之中。这位经销商补充道,“毕竟,无论口感、包装还是品质,威龙有机葡萄酒相对于传统葡萄酒来说,就是一个脱胎换骨的产品,是内外兼修的典范。”

对于经销商的评价,威龙公司相关负责人表示,在有机葡萄酒的品质方面,威龙的确做到了极致。“葡萄酒讲究的是三分工艺七分原料,而在这两个方面我们都十分用功。”这位负责人介绍说,在原料上威龙追求精益求精,在甘肃武威建有自有有机葡萄庄园,全面把控有机种植过程,确保育苗、种植管控、施肥等各环节都达到“有机”标准,并进行有机酿酒葡萄生产与加工的关键技术开发,以科技提高有机葡萄的种植品质。“除了原料,威龙在生产工艺上也追求完美。”他进一步说,威龙有机葡萄酒技术水平国内领先,承担了国家科技部星火计划重点项目——“有机酿酒葡萄生产与加工关键技术开发与示范”,并力邀国际顶级大师团队,全程掌控种植、采摘、发酵、酿造、灌装等所有环节。同时,建设智能恒温储酒罐群,帮助酒体的熟化和口感的提升;进口的葡萄酒全自动灌装线,大幅提升灌装质量,让每一滴威龙有机葡萄酒都有国际品质。“我们希望消费者无论何时何地,享受到的威龙有机葡萄酒都是至臻上品,成为精彩人生的伴侣。”

五一婚宴市场威龙有机葡萄酒走红,不仅是经济发展水平的体现,也是一种新生活态度的反映。在可以预见的将来,随着人们生活水平越发精细化品质化,有机风潮将会越来越猛烈,而有机葡萄酒也必将成为这一时代的流行酒品。 (乐 迪)

治理PM2.5 FlowEx China搭建供需对接平台

今年以来,北京遭遇持续重度雾霾天气。据北京市环境保护监测中心数据实时播报显示,5月6日、7日北京大部分地区空气质量均处于重度污染水平。治理PM2.5成为各级政府眼下面临的紧迫问题。这并不是个例,目前北京等多个城市已陆续出台相关政策措施,从燃煤、机动车、扬尘等多方面着手“围剿”PM2.5。为了治理空气污染,政府部门对石化、煤化工、核电行业、食品制药、冶金钢铁等行业的生产设备提出了更高的要求。部分企业将对生产设备及相关配件开展升级改造工作。目前,中国石化和中国石油相关炼厂的改造升级已经在稳步推进中,其他重度空气污染企业生产设备的升级改造也即将进行。

企业生产设备的升级改造为下游产业链既带来了机遇,也带来了挑战。以最基础的生产设备配件泵管阀行业为例,企业设备更新让泵管阀行业蓬勃发展,但是由于PM2.5排放的严格要求,企业在选择泵管阀配件时也格外挑剔。泵管阀厂商为了展现产品的先进性,获得采购企业的青睐,纷纷涌向泵管阀专业展会。据悉,即将于6月5日至6月7日在上海世博展览馆举办的FlowEx China上海国际泵管阀展上,400余家国内外实力展商将携带最新技术产品亮相。其中不乏赛莱默、尤孚泵业、博格泵、久保田、德国希赫泵业、西班牙TTV、艾川格、德国费斯托(FESTO)、丹麦AVK、乔治-费歇尔、博禄、艾

格鲁等国际一线品牌,也包括利欧、爱力浦、黄山工业泵、南方泵业、郑碟、中阀、开维喜、蓝帕、江浪、亚大集团、华生、中山环宇等国内泵管阀巨头。

FlowEx China上海国际泵管阀展会是泵管阀行业最优质的对接平台,本届展会面积预计将达到2.5万平方米,展品涵盖了泵、阀门及执行机构、管道/连接件/塑胶、泵阀配套产品、工程及服务、压缩机及风机等通用产品。例如国际一线品牌赛莱默将展示其最先进的飞力N泵,该产品内置冷却无需额外耗能的风扇冷却,独立内冷系统不受外界环境影响,最重要的是它运行无泄漏、无异味、空气污染小,将成为设备改造企业重点采购产品。 (小 雨)

顺应信息化建设新需 航天信息推出“信息系统一体化协同设计方法”

近年来,随着我国信息化进程的不断加深,数字化、信息化技术的作用已被人们广泛认可,各行各业都普遍希望引入信息技术来提升管理水平,从而推动自身的快速发展。然而,由于在不同的发展阶段,企业及机构对信息系统的建设要求也不同,往往会相应构建不同的信息系统。这样一来,难免会遭遇历史信息不能与新系统协同,新旧系统架构不同等新的问题和挑战。为了改变这一现状,国家级信息领导厂商航天信息股份有限公司依据从“已建”系统入手,推出“信息系统一体化协同设计方法”,在补充完善整体产业链的同时,推动产业链的良性发展。

从“已建”入手 完善整体设计产业链

航天信息“信息系统一体化协同设计方法”借鉴现代工业化三四百年的发展历程,参照工业化划分方式,将信息化建设分为了“拟建”、“在建”和“已建”3个阶段,从“已建”系统入手,补充完善整体设计产业链,并在真正实现一体化协同设计过渡过程中,强化“总体设计”,通过拆分各个拼凑起来的“模型装置”,还

原“一个版本”的总体设计图,分解后再交付各分包商细化设计,不断完善相应的“设计版本”,真正实现了基于总体的一体化协同设计。

申请标准 实践创新

按照这一思路,航天信息通过大量党、政、军和企业信息化设计、建设应用实践,结合信息中心和产业链上的相关企业探讨,建设形成了具有自主知识产权的业务模型建设工具平台,并联合多家单位共同申请了行业标准“信息系统一体化建模方法”,为整个信息化建设中的应用系统建设提供了“治理源头”的技术方法、标准和工具集。在由中国质量评价协会主办的“2011年度科技创新工程推进大会”上,该平台曾凭借在科技创新上的突出表现成功获得业界的肯定,获得“2011年中国质量评价协会科技创新奖——科技创新产品”殊荣。

后续航天信息将始终坚持自主创新的发展路线,大力推进自主创新工作,不断提升科技自主创新能力,致力于打造更多、更优质的产品,为推动中国行业信息化发展提供有力支持。 (陆 科)

首露锋芒 长安马自达CX-5独揽上海车展5项大奖

每两年一届的上海车展刚刚落下帷幕,各种对“首发车型”的关注热潮仍未消退,焦点车型的奖项评比就是一大看点。其中,长安马自达CX-5携全球48项重量级大奖在本届上海车展耀目首发,凭借马自达全球最先进的“创驰蓝天”

技术和最新“魂动”设计理念,长安马自达CX-5独揽“年度梦想车-新锐动感大奖”、“2013上海车展最受关注新车奖”、“年度最值得期待国产SUV”等5项重要奖项,其受关注和欢迎的程度再次超过了CX-5拥趸们的想象。 (李 玉)

爱普生集团表面处理加工业务在华新基地 爱普生表面工程技术(镇江)有限公司正式投产



日前,精工爱普生株式会社(以下简称爱普生)集团公司和Singapore Epson Industrial Pte Ltd.(以下简称SEP)为扩大具有高附加值的表面处理加工业务,在中国江苏省镇江市设立了生产、销售的新基地——爱普生表面工程技术(镇江)有限公司(以下简称“ESEZ”)。目前,ESEZ

已经正式开始投产。SEP承担着作为爱普生信息图像业务与手表业务生产基地的任务。因此,业已确立的高附加值的表面处理加工工序于1979年开始企业化,并开展对外业务。迄今为止已承揽了电子设备、半导体、汽车、航空航天、医疗、石油与天然气等各产业领域的零部件表面处理加工业务。爱普生将此项表面处理加工业务定位为《SE15后期 新中期经营计划》中重要的精密产品业务之一。精密产品业务将通过“省、小、精”技术为基础的独特的精密加工技术,始终坚持质量至上,不断创造出让客户满意和信赖的商品与服务。 (常 乐)

启辰2013款全面上市 订单火爆供不应求



随着启辰2013款在全国陆续上市,启辰各地专营店从五一小长假开始就迎来销售高峰。目前,各专营店的首批2013款现车都被抢购一空,出现了供不应求的情况,买车需提前预定。

凭借在过去一年奠定的良好口碑以及在能效、时尚、空间、品质、服务五大方面的标杆实力,启辰2013款新车好评如潮。据一名启辰专营店销售经理介绍:“因为启辰产品一向口碑非常好,所以2013款新车一上市就非常受欢迎。之前现车还没到店,就已经收到了数十个订单。现车到店后,恰好赶上五一小长假,到店看车的客户非常多,

而且大家对启辰都很了解,不用多做介绍就能下单。”

一位到店看车的客户说:“油耗是最大的卖点,很难想象1.6L的车百公里只用6升油,每公里不到5毛钱。我算了一下,一年光油钱就能省两三千元。而且这个油耗很可信,我来之前专门到网上看了老用户的实际油耗统计,跟厂家公布的油耗很接近。”

1.6L一直是家用车的“黄金排量”,主打这个排量的车型很多,油耗水平也参差不齐。据一位资深人士介绍,虽然各厂家公布的综合工况油耗都在百公里6L至7L这个区间,但在实际应用中的油耗表现相差很大,一些美系1.6L车型,百公里油耗甚至能达到9L以上。如果实际使用中油耗能控制在7L以下,就已经是非常省油的车。启辰2013款手动挡车型百公里综合工况油耗仅6L,堪称“史上最省油1.6L车型”。

启辰2013款在外型上也给人耳目一新的感觉,D50和R50都延续了家族的“羿”概念整体设计风格,全系标配运动尾翼使得整车看起来更加动感。2013款启辰D50还增加了一个全新的车色——翡翠灰,新车色把D50大气沉稳的特点发挥得淋漓尽致,得到了很多客户的好评。与此同时,2013款新车全系装备电动调节后视镜,方向盘采用新的

镀铬设计,进一步提升了用户的使用感受。在空间方面,启辰2013款D50和R50拥有可媲美中高级车的超大宽适空间,“空间之王”的承诺始终未变。

“服务也是我们的加分项,我们有7天包换的政策,还提供出险代步车,看到这样的品质和服务的保障承诺,客户对我们的产品更放心了。”专营店销售经理介绍。启辰在去年11月推出的“品质无忧承诺”,消费者在启辰专营店购买启辰品牌新车,在特定的品质问题范围内,均可享受7天包换。今年4月20日,启辰又推出“出险代步承诺”,消费者购买启辰D50或R50并在专营店投保东风日产认证保险后,当爱车出险返厂维修时,专营店将为客户提供同组别免费代步车使用。这些服务举措之前都是高端品牌专属。

启辰已经是中国合资自主品牌领域



的领袖品牌,新车上市首年销量近7万台,并赢得73项权威媒体奖项。距离首款车型上市不到一年,启辰又迅速推出实力更

为强悍的2013款车型,一上市就成为最炙手可热的明星车型,有望收获更大的市场成功。 (张 伟)

启辰 来自东风日产

品质新启辰 能效新价值

2013款 启辰 D50

2013款 启辰 R50

更世界 领中国

启辰