

皇明义诊行动全国启动

五项服务新举措为太阳能冬天好用保驾护航

随着天气转凉入冬,关于太阳能冬天使用问题再次引起消费者关注,很多太阳能热水器用户都在苦恼:怎样才能让太阳能不“冬眠”,冬天照样好用?近期,太阳能行业的领头羊——皇明太阳能以实际行动给太阳能用户“释疑解惑”,推出了五项服务举措:检修、义诊、除患、升级、耗能转节能,为太阳能“冬天好用”上保险。

检修:让老用户无后顾之忧

冬季是太阳能热水器报修最集中的时期。据相关调查,尽管多数太阳能企业都开通了服务通道,但只有少数企业还一直在坚持服务。记者从行业相关部门了解到,服务相对完善的主要是一些比较大的品牌太阳能。像皇明每年秋季都会组织服务人员到老用户提供太阳能冬季保养服务,指导用户太阳能冬季使用注意事项。据悉,皇明今秋的服务不仅包括保养和检修,还将在全国设立太阳能服务站,为老用户提供更便利的服务和保障,解除老用户太阳能“冬天好用”的后顾之忧。

义诊:“诊断书”为非皇明用户出谋划策

在替一老用户做完产品保养后,记者跟随一名维修人员来到一位非皇明用户家里,一番整机检查之后,这位维修人员向用户开出了太阳能“诊断书”,上面详细列出了各项的诊断结果,哪些部分仍好用,哪些部件存在问题,并提出了相应的改善建议。通过这份“诊断书”,用户对自家太阳能有了全面了解,也知道了该如何采取措施让自家太阳能冬天也好用。据工作人员介绍,皇明太阳能的服务范围扩大到所有太阳能用户,在全国开展太阳能义诊服务也惠及其他品牌的太阳能。

由于太阳能行业门槛低,行业品牌众多,鱼龙混杂,加之行业规范不完善,市场上难免会出现不合格产品。它们或者因生产工艺不

达标、检测不合格而没有牌子,或者出了问题没人管、没有售后服务保障,久而久之,就沦为无品牌、无人管、无服务的“三无”产品,对消费者造成了很大困扰。一些被服务过的非皇明用户表示,过去家里太阳能一到冬天就不能用,自己也不知道是怎么回事,现在有了“诊断书”,再结合专业人员的建议,为自家的太阳能热水器冬天正常使用提供了解决方案。

除患:为太阳能“冬天好用”上保险

很多太阳能用户反映,冬天太阳能管路冻堵,家中热水器一遇寒冷天气几乎无热水可用。记者从相关行业专家处得知,太阳能冬天不好用主要分两种情况,一是有热水,但因管路冻堵,热水无法进入室内,致使有热水用不到;另一种情况是,水不热或无热水,这主要是真空管本身集热性能差,又加之热水器保温设施不到位,集热散热同步所致。在走访过程中,一位多年从事太阳能维修的人员向记者讲道:“解决管路冻堵,一般处理手段就是加固保温设施。但对于一些真空管、水箱内胆等主要部件本身就存在问题的太阳能热水器,有时候维修也无能为力,只能建议用户升级或换新太阳能了。”这位维修人员还强调,维修并不能解决所有问题,只是为太阳能“冬天好用”加一份保险。

升级:热水器升级为热水机,太阳能“冬天好用”成事实

在查看一些用户的诊断书时,“升级”热水器这一建议引起了记者的注意。为此,小编专门采访了皇明服务部门的工作人员,得知热水器升级到热水机是保证太阳能“冬天好用”的一个重要举措。有些三无太阳能因年久失修基本达到报废程度,还有一些通过维修勉强能出水,但冬天也不能用,对于这类产品,用户如果继续选择使用太阳能并想要

冬天也好用,只能通过“升级”换新来实现。

还有一部分太阳能冬天能用,但不能满足用户多方面的家庭热水需求,同样可以通过升级,将原有的单一热水器变成整套的热水系统,比如通过增加太阳能室内机方式达到增加加热水量、节电、恒温出水、自动化控制等功能。当记者询问是否有更简单的方式时,工作人员表示,“以旧换新”,热水器升级为热水机,是让老百姓通过经济实惠的方式享受“冬天好用”的最直接措施。

节能:“冬天好用”太阳能替代“耗能”热水器,节能环保在家实现

很多电、燃气热水器用户都深有体会,在使用热水器时,前后两人之间要等很长一段时间,以使热水器加热;加之水量少,还需反复加热。随着这部分用户节能环保意识的增强以及太阳能产品的不断升级,很多电、燃热水器用户已经开始抛弃老化的原热水器而转向选择既节能冬天又好用的太阳能热水器。据悉,随着太阳能热水器产品的成熟和产品功能的完善,电、燃热水器用户也开始关注太阳能产品,加入到“节能用户”的行列中来。

对于过渡期的用户来说,把太阳能与电、燃热水器串联,原耗能热水器不但不会报废反而成为太阳能热水器很好的能源补充,两者结合,太阳能为主,电燃热水器为辅,既能保证冬天好用,又达到节能环保的目的。

业内专家表示,由于消费者维权意识不断提高,很多正规企业开始注重服务,但不少只是流于口头、浮于形式,却疏于实践,而皇明此次啄木鸟义诊服务其最终目的是为了保证太阳能冬天好用,是用最实惠的服务暖到消费者心坎里,消费者得到了真正的实惠,太阳能“冬天好用”不再是一纸“空头支票”。**(代 楚)**

后地产时代持续发酵 正荣物业11年首次回闽

近日,正荣集团旗下正荣物业对外宣布,其物业总公司从江西南昌正式迁回集团所在地福州。据悉,这家已在江西深耕了11年的物业公司选择此时将总部迁回福建,旨在希望通过与集团总部的直接对接,实现项目开发与物业管理的一体化;而同时江西省也将新增一家拥有物业管理一级资质的企业。

此次挥师回闽的正荣物业正是一家有着

强大房地产集团背景的物业公司。正荣物业早在江西南昌、宜春等地管理正荣集团项目期间,就获得省部级以上大奖数十个,所管辖小区除获得“全国物业管理示范住宅小区”、“江西省人居环境范例奖”等省部级单位授予的光荣称号,还多次获评省级“园林小区”、市级“优秀物业管理示范住宅小区”。2011年6月,正荣物业正式获得由国家建设部颁发的物业管理一级资质证书。

据正荣物业董事总经理童秀招介绍,优质的物业服务,除满足业主的显性需求,提供安防、保洁、绿化、维修维保、客服受理等五项基础服务外,还必须关注业主的隐性需求,将社区生活品质提升到重要战略层面,关心业主精神文化生活。她同时表示,此次将物业公司总部由南昌迁回福州,也是为了实现与集团总部直接对接,达到与集团资源共享、交流便利的目的。**(富 城)**

畅享缤纷车生活 最佳心灵搭档车型推荐



迈入“有车一族”无疑会提升生活品质,为生活增添更多便捷与快乐。选择一款什么样的车,就意味着选择了一种什么样的“车生活”,一款情感价值出众的车型,不仅能够与消费者成为心灵最佳搭档,更可将“车生活”渲染得缤纷多彩。

今天,我们特别为大家推荐三款不同“性格”的车型,谁将成为你最佳的心灵搭档? 本文愿为每一位消费者找到属于自己的答案。

新一代Tiida 骐达——品位轻生活

说起Tiida,相信国内消费者肯定不会陌生,从2005年进入中国市场,到今年全新升级换代后勇夺细分市场三连冠,Tiida在中国市场已经赢得了近80万消费者的芳心。能够取得这样出色的成绩,卓越的产品实力自不必说,更重要的是,Tiida始终都在围绕消费者的生活状态展开情感营销——从“快·乐·慢生活”,到“乐动生活”,再到新Tiida 骐达的“品位轻生活”,它对消费者生活状态的关注程度和健康生活理念的引导可见一斑。

轻生活是一种态度,也是一种体会和享受,品位轻生活是新时代消费者的生活观念与追求。它引领潮流、彰显时尚,轻松自由、远离压力。也正是因为,在日产设计师的精心打造之下,新一代Tiida 不仅演绎出了自己的专属魅力,更为消费者带来了时尚潮流的生活方式与态度。

时尚动感的外形,是引领潮流的最佳利器。新一代Tiida 骐达应用了日产全新炫酷动感跃式造型设计,宽大低重心的车身显出无以复加的动感;蜂窝状格栅和前后大灯、流畅的双腰线、轻量化轮辋和大尺寸轮胎,更将其动感活力、激情四射的潮流气质体现的淋漓尽致。驾驶着新一代Tiida,在路人的注视中,

相信你一定能感觉到它不同凡响的品位。

如果说外观造型是用来让别人侧目的,那么内饰方面的设计则关系到自己的驾乘体验是否舒适自如。“悬浮式”中控台和高质感内饰,营造出了惬意的居家氛围和生活气息。而宽大的车内空间,不仅达到了高级车的水平,更能让驾乘者享受到前所未有的空间体验。同时,新一代Tiida 骐达还应用了与同门旗舰车型全新天籁同级的周密领先“三维超静音工程”和“360度环绕舒适技术”,足以让车上的每一位乘客都感受到轻松和愉悦。

当然,“品位轻生活”的体现并不仅仅局限于舒适与惬意,燃油经济性也是考量的一大标准,毕竟,即使配置再豪华,过高的油耗负担也无法让消费者感到轻松。作为“Pure Drive”战略的全新应用车型,新一代Tiida 骐达的综合工况油耗仅为6.2L/100km。可以说,出色的油耗表现,可以让车主们减轻燃油负担,轻松享受“车生活”。

一汽-大众CC——高端运动风

一汽-大众CC自去年登陆中国以来,以轿车的理性、跑车的感性,探索着动与静的美学境界、打造了符合当代审美和实用需求的轿车典范,进而倡导出一种全新的CC式生活主张,同时也让车市刮起了一阵“高端运动风”。同时,CC也成为了那些追求动感驾驭、同时又对车型体积有一定要求的消费者们心中最中意的座驾。

被誉为“有史以来最美大众汽车”的CC不乏令人一见倾心的“美貌”:悠长的线条由车头延至车尾,无框车门、全景天窗以及17英寸Spa 铝合金轮毂,俊俏的车尾、拉长的尾灯等,打造出雅致气派的形体。而富于雕塑美感的内部整体设计,佐以真皮内饰与金属装饰件,均呈现出尊贵动感的豪华车韵味。

此外,CC优雅动感的运动气质中不乏崇尚自由、低碳、绿色的生活理念,这更是当今车主们向往、追求的生活方式。先进的TSI+DSG 动力技术在保证CC出色动力的同时,也将燃油经济性得以提升,顺应当下节能环保的风潮。经过精准校调的轿跑车底盘,不仅满足了驾驶者的动感享受,也赋予了乘坐者的舒适享受。

在继承与包容大众品牌的诸多经典元素之余,CC由外而内彰显美丽、智慧、率性而为

的个性特质,从这意义上说,CC超越了代步工具或身份象征的概念,而成为个性化、运动生活方式的全新注解。

斯巴鲁力狮旅行版——放飞心旅程

有这样一些消费者,他们既满足于享受新一代Tiida 带来的“品味轻生活”,也不沉醉于CC引领的“运动车生活”。驾驶爱车出游旅行,才是他们最向往的。看过《非诚勿扰》的朋友相信都会被日本北海道的风景和主人公惬意的生活所感染,能驾驶一款旅行版车型在闲暇之余去风光秀美的地方旅游放松,相信也是大多数城市人的梦想了。

面对这样的一种心境,简单的三厢车或者是外表略显生猛的SUV 车型似乎都与这种整体感觉有着或多或少的差别,而此时一台纯正的旅行车就显得尤为重要了。更大的空间、更强的装载能力,以及更符合长途旅行的车辆结构设计等等,都让旅行车成为了出行的最佳选择,力狮旅行版正是一款这样的车型。

力狮旅行版外形设计非常饱满,尾部造型也是硬朗中带着圆滑。整体看上去,虽然没有过多的华丽线条与造型噱头,但这也正是斯巴鲁一贯保持的风格。作为一款旅行车,如果驾乘舒适性不够出色的话,车主们怎么能够放飞心境去旅行呢? 因此,考虑到车主在旅行中的驾驶情况,力狮旅行版的方向盘、座椅等配置更加偏重于舒适性,营造出了一个温馨的驾乘氛围。

长途旅行必不可少的是大包小包的行李,因此,力狮旅行版在车内空间的设计上也进一步强化了利用率。宽大的尾部空间以及放倒后排座椅后的整车空间表现让人非常满意,如果是一家三口乘坐的话,后排及行李箱的空间也足够存放全家出游的行李了。可以说,力狮旅行版的空间表现和装载能力完全满足了日常的大小旅行,足够让车主们体验“放飞心旅行”的感觉。

结语:

选车就是选生活,各位准车主们,你们钟情于舒适惬意的“品位轻生活”,还是激情澎湃的“高端运动风”? 亦或是充满着自由与憧憬的“放飞心旅程”? 经过本篇的介绍,希望各位不仅勾画出了自己理想的生活状态,同时也为自己选择一款心灵最佳搭档车型。期待大家尽情体验色彩缤纷的“车生活”!**(畅 优)**



上海大众9月批售破11万辆 同比增长15.1%

点,完成交车15421辆。

斯柯达品牌方面,高端A0级硬派小车Fabia晶锐上市以来,以欧风硬朗的时尚外观、宽敞舒适的大空间、精准的操控、精湛的品质以及全面人性的五星安全,一直稳居高端A0级细分市场三甲之列。9月共实现销售4639辆,同比增长31%。其中,今年7月推出的晶锐1.4L酷炫版车型满足了消费者对高端A0级小车的多样化需求,受到了市场的欢迎。明锐在8月推出优化升级的2012款车型之后,市场竞争力得到进一步提升,9月实现销售12207辆,在高端A级车市场中名列前茅。

上海大众致力于持之以恒地为用户提供高品质并且安全可靠的产品和专业服务,并力求不断超越。在不久前公布的“2011中国汽车用户满意度测评(CACSI)”结果中,上海大众旗舰车型全新一代帕萨特以87分的成绩,在“2011年市场关注新车”类别中一举夺魁。斯柯达品牌的明锐以82分的佳绩再次摘得“15—20万元中型车”细分市场冠军。**(肖弋楚)**

连天红美女导购让顾客优雅购物

在快节奏的今天,如何在林林总总的产品市场上,在纷繁复杂的商战中,具备立马横刀的气势,仅有强大资金支持的条件远远不够,还需要能够“化为绕指柔”的“美女效应”。连天红,深谙此道。

连天红家居用品公司掌门人在旗下的红木家具直营店,灌输了“纯天然·无污染·不推销”的美女导购销售理念。在连天红200家红木直营店店员的招聘要求里,首要条件是漂亮、起码80%的顾客要认为此人很美;身材要匀称标准,净身高要达到165厘米以上;最为关键的一点,必须是大专以上学历,应届毕业生。刚走出校门不久的她们,是消费者选购红木产品时候最和谐的导购,其秘诀在于“不推销”。

“不推销”是美女店员们在销售过程

中还能保持她们“无社会污染”的最重要因素之一。常言道:相由心生,心地善良的人在面相上也是亲和、自然、真诚,因此,自然看着很美。连天红没有销售指标压力,店员们只要在面对客人时说“您好! 欢迎! 再见!”等几句简单的话,就透露出淡淡的美。美女店员们从不在顾客选购产品的过程中夸夸其谈,而是让顾客在购物的过程中,自己用心体会和感受产品本身的魅力。

连天红美女如云,漂亮,不贪钱,不多嘴,亲和自然,语笑嫣然。像是涓涓细流浸润消费者的心田。美女如云的背后是企业掌门人运筹帷幄的营销策略高明之举,是连天红团队花尽心思为连天红顾客们提供的优雅购物体验,也是连天红式营销光彩照人的因素之一。**(春 柳)**

周杰伦亲自设计 华硕N43SL 留住精彩

对于娱乐型笔记本,您有什么要求,难道仅仅在影音方面配置强悍就可以了吗? 如果外观由在影视和音乐都堪称翘楚的周杰伦来设计,灵感来自青花瓷,同时辅以音符、曲谱、钢琴等音乐元素,会不会更加吸引您呢? 华硕N43SL笔记本就是这样一款产品,由周杰伦亲自参与设计,融合多种创意元素,带来浓郁的Jay式风格。同时还将NV GT 540M超强独显,经过B&O ICEPower顶级认证的Sonicmaster“美声大师”音效系统以及英特尔最新Sandy Bridge平台酷睿i5-2410M处理核心收入麾下,全方位为用户留住属于影音与游戏的精彩。

华硕工程师采用亮雾、单阶层效果进行渲染,再加上手写水墨般的Jay式

签名,让这款华硕N43S笔记本呈现出焕然一新的东西方韵律之美。而由周杰伦亲自设计的周杰伦特别版笔记本华硕N43SL,在音效系统配备方面也相当专业。该机型全部采用经过B&O ICEPower 顶级认证的Sonicmaster“美声大师”音效系统,通过华硕旗下金耳朵团队和世界顶级视听品牌Bang & Olufsen ICE power技术合作,在有限的笔记本体积中,纳入庞大的立体剧院等级音响系统。同时,该机型还采用Sonic Master Premium卓越的音效优化技术,为用户呈现更清澈的高音音质、更浑厚的重低音、更广阔的音域及更震撼的环绕效果,创造出令人难以置信的剧院级音效,让音乐无与伦比。**(芬 姬)**

自主核心动力又迎重大突破 长城1.5T发动机成功量产

日前,中国自主品牌发动机取得重大突破:由长城汽车动力研究院自主研发的长城1.5T 涡轮增压发动机成功量产。腾翼C50已经抢先搭载这一动力,全面应用指日可待。根据量产计划,2011年计划产销8000台,到2016年将实现总产销120万台。达产运营后,年销售收入将能达到28亿元。

长城1.5T 涡轮增压发动机不仅是国内首款1.5L量产废气涡轮增压汽油机,也是国内首款铝合金缸体的增压汽油机。由于其采用了在缸体、缸盖、进气歧管采用铝合金材质,气缸盖罩采用塑料材质的措施,从而让整机重量下降

了20%,整车油耗下降16%。同时,它的功率提升了25.6%,扭矩提升了36.2%,可轻松达到1.8L发动机的功率和扭矩,能实现更好的动力性及燃油经济性。

“长城汽车一小步,中国汽车产业一大步”,国家信息中心信息资源开发部主任徐长明认为,长城1.5T 发动机的量产,打破了外资的完全垄断,自主品牌在发动机核心领域又拿下重要的话语权。时下,“增压”、发动机“小排量化”已成为当前国际发动机不可逆转的发展趋势。长城汽车已经把握到了这种趋势,1.5T 发动机的成功量产,无疑填补了该领域的空白。**(常文乐)**

今年上半年加拿大中国移民申请减61%

鲲鹏移民拥有业内一流的专家团队,是移民行内从业年限最高的团队之一。鲲鹏移民聘请业内顶尖和一流的加拿大投资移民大律师,携手业内赫赫有名、享有极高声誉和极好口碑的移民律师行合作,双方强强联手,都是具有极高的专业水平,历经多次加拿大移民政策的调整变化,对于复杂情况和各种案例具有极其丰富的处理经验。鲲鹏移民对于每次移民政策的变更都能准确把握,及时应对,详细分析,充分挖掘申请人的优势,为申请人节省成本,赢得时间和机

会,实现客户利益的最大化。

据加拿大《世界日报》报道,加拿大移民部2011年10月5日公布的第二季度最新统计数据显示,中国移民申请人数虽然较第一季度增长一倍,但上半年合计申请人数为8115人,较去年同期减少12729人,降幅高达61%;上半年共核发永久居民签证13385件,也较去年同期减少1692人,降幅为11%。尽管亲属与经济类别移民人数有增加趋势,但上半年合计人数仍由121810人减少为102112人,较去年同期减少16%。**(高 菲)**