



## 海尔空调引领行业潮流 首创除甲醛获首肯

根据国家室内环境与室内环保产品质量监督检验中心调查数据显示,甲醛超标态势正在上升,全国新装修房甲醛超标率平均达到69.7%,比5年前的60%明显上升。而中国消费者协会公告,室内环境污染投诉占装修问题投诉总量的42.6%之多。甲醛危害,已经成为家居环境影响人类健康的头号杀手。

针对新婚新居用户对改变室内空气质量的迫切需求,海尔空调本着“为用户提供舒适空气绿色解决方案”的理念,全球首推无氟变频除甲醛空调,一举颠覆行业传统,引领空调业从“室内温度调节”向“室内空气质量调节”转型。

### 消费者认同除甲醛 海尔空调获首肯

专家指出,获得消费者认同才是赢得市场的关键,海尔空调从消费者需求角度出发,不断差异化技术创新,以除甲醛空调为用户定制“室内舒适空气绿色解决方案”,为新居、新婚家庭解决了装修甲醛污染一大难题,引领了新一轮空调消费潮流。

据了解,海尔无氟变频除甲醛空调是行业内首家针对清除室内顽固甲醛的空调产

品,面世以来就迅速得到众多用户的好评。据权威家电市场调研机构中怡康对全国470个城市4814个门店的月度零售监测显示,今年1月至7月,海尔无氟变频除甲醛空调量位居同类产品销售第一,其平均单价也远高于第二名的产品,成就高端市场领先地位。

2011年,海尔空调凭借除甲醛空调屡获殊荣。不仅助力海尔空调获得“2011冷冻年度无氟变频空调销量冠军”,还相继获得“空调最佳技术”、“中国空调市场最畅销产品”、“最佳新婚新居首选产品”等奖项等,特别是荣膺了2011年度的德国iF工业设计大奖以及国际电子消费品展览会(IFA)上被颁发的“2011年度家用电器产品创新奖”,证明了海尔空调及除甲醛产品不容置疑的市场主导力。

### 海尔首创除甲醛空调 行业纷纷跟风效仿

自海尔推出除甲醛空调获得市场好评后,行业纷纷跟风效仿。贵金属、晶碳、儿茶素等除甲醛技术相继出现在消费者面前。然而由海尔空调“原创”的除甲醛产品是目前同类产品中最具优势的产品。据了解,相比于传统除甲醛方法只能吸附,且吸附易饱

和等缺点,海尔无氟变频除甲醛空调采用国际领先的RCD甲醛分解技术,在室温条件下就可以将甲醛彻底催化成水和二氧化碳,分解彻底,无任何二次污染,并且除甲醛功能可以单独开启,送风即可除甲醛,省电、节能,不受季节限制、便捷实用。

目前,海尔空调将除甲醛再升级,推出除甲醛技术升级产品——海尔小超人除甲醛空调,实现了新的功能“除甲醛看得见”。它配备了先进的“甲醛检测遥控器”,能够对室内甲醛“自动检测、自动显示、自动去除”,真正做到了对空气质量的调节,并与物联网技术完美融合,能够“远程定制”室内舒适空气,不在家中也可通过手机短信开启空调除甲醛功能,快捷又方便。

家电专家指出,全球空调业经过百年历史演变,在经过制冷制热技术、变频技术之后,开始了新一轮空气质量调节领域的发展,海尔空调当之无愧是其中的领头羊。在行业开始紧跟海尔的步伐推出空气质量调节产品时,海尔已经完成了空调除甲醛技术的连续升级,必将引领技术潮流,稳坐行业先锋位置。

(郎雨)

## 简化流通、专业递送将是葡萄酒营销大势所趋

自淘宝网带来电子商务的井喷之势后,国内整个电子商务行业乃至物流业都获得了长足的发展。如今,又萌生出一批B2C电子商务网站,比如葡萄酒直销网,更是跻身一线垂直行业电子商务行列。

销售通路不流畅一直是阻碍国内葡萄酒行业拉动消费的主要原因之一。对此,许多葡萄酒企业相继尝试过许多销售通路,比如会员酒营销模式,跳开中间渠道,建立生产者与消费者之间的直接联系。以及利用现成的渠道和终端扩大消费,如与报社、鲜花店合作销售均属于这种模式。那么,在当今的市场环境下,企业建立一定经济规模的自有销售网络的可行性究竟如何,简化流通的葡萄酒专业递送会否是大势所趋。

### 简化流通环节 压缩物流成本

目前在国内市场,葡萄酒价格存在普遍偏

高的态势。在国外,葡萄酒只是作为一种普通的饮料或餐酒。随着葡萄酒文化在中国的普及,葡萄酒价格便会出现宁低勿高的态势。而经营企业进口葡萄酒采用直销的模式,便是一种很好的降低价格的方式。

所谓葡萄酒直销,以与中国移动12580红酒俱乐部合作的华澳酒业为例,该公司将产品从海外直接进口,然后通过自建渠道直接卖给消费者。该公司的销售渠道包括:电子商务平台(12580红酒俱乐部)、华澳酒超、实行仓储式销售的华澳葡萄酒大卖场、葡萄酒仓库等。这种直接面向终端的销售通道缩短了流通的中间环节,进而将缩减的物流成本直接让利给消费者,更利于国内葡萄酒市场的开发、推广。

### 葡萄酒的推广需要辅佐文化的普及

继某网站在进口葡萄酒B2C领域首创

了“会刊+海报+电话+网络+邮件+短信服务+品酒会+PSA(私人服务助理)”的立体、互动服务模式之后,国内众多直销网络平台相继推出了葡萄酒文化推广专区,在为消费者提供便捷购买渠道的同时,也为广大葡萄酒爱好者创造出更便利、更轻松、更舒适的人性化消费体验。

### 开展多品类产品的陈列展示

大众对葡萄酒消费的特点是:热衷于品尝不同产区不同风味的优秀葡萄酒。全世界有十大葡萄酒生产国上百个著名产区,30万个酒庄,任何传统的商业模式,都不足以展示足够多的产品,互联网便成为最适合的陈列平台。而对于中国这样一个刚起步的市场,网站B2C模式的优势更会带来意想不到的结果。

(鲁克)

## 以2GB超大显存之名 华硕K43SA让游戏快乐到底

作为一名游戏玩家,你是否一直在游戏世界里追寻一种酣畅淋漓的、肆意纵横的快感,享受站在巅峰俯瞰众生的优越感,期望获得酣畅至极的游戏体验?那么,一款随时随地陪伴自己战斗的“游戏利器”——笔记本必不可少。华硕K43SA笔记本,特别配备了2GB GDDR3超大独立显存,为用户的游戏影像带来更大的渲染空间,同时配合AMD HD 6730M超强独显,让用户尽享快乐到底的至



相信关注车市的消费者都知道,自10月1日起,汽车节能补贴的门槛较之前明显提高。在3000元定额补助金额不变的基础上,入围车型的百公里平均油耗标准从之前的6.9L下降到6.3L。这0.6L差异,却将之前的400余款车型剔除除了几乎90%。对比之下不难发现,那些吃了闭门羹的“门外汉”,竟然大多是堪称“黄金排量”的1.6L车型。

之所以被称为“黄金排量”,是由于1.6L既能满足日常用车的动力需求,也可将油耗控制在较低的范围内。而本次新政的推出,则是对黄金排量车型“含金量”的一大考验,能够经受住本次近乎“苛刻”的油耗选拔,才称得上黄金排量车型中“含金量”最高的车型。今天,就来盘点一下入选本次节能新政名单的1.6L车型。

### 日系代表:东风日产新一代TIIDA 骐达

动力充沛、燃油经济性突出始终是日系车的显著优势,而新政实施后,东风日产在本次国内五大日系品牌中可谓大获全胜。不仅排量1.5L的SUNNY阳光高调入围,目前市场和消费者最为关注的新一代TIIDA 骐达也榜上有名。

作为日产“Pure Drive”战略的全新应用车型,新一代TIIDA 骐达车型装备的HR16DE全铝直列四缸引擎,采用日产最新研发的DIS双喷射系统,使燃油喷射面积更大、燃烧更充分,以及双C-VTC连续可变气门正时智能控制系统等全新技术,实现了驾驶性能和燃油经济性的最佳平衡。这款1.6L引擎可爆发出93Kw/5600rpm的最大功率和154N/m/4000rpm的最大扭矩,动力表

尊游戏体验。此外,该机型还将intel第二代SNB平台处理核心、奥特蓝星扬声器、SonicFocus音效软件、独家Ice Cool Design酷凉技术等强劲配置一并收纳。以诸多强悍配置,为玩家双手呈送游戏的精彩。

不同的游戏有着不同的画面风格,或唯美、或恢宏、或苍凉、或雄壮。而同一种游戏不同的场景,画面也各有各的美。华硕K43SA豪气配备了AMD HD 6730M超强力

### 盘点1.6L车型:黄金排量也看“含金量”

现激情澎湃的同时,二氧化碳排放也达到了领先的欧IV标准。

继SUNNY阳光之后,新一代TIIDA 骐达也装备了日产新一代智能传动系统——X-tronic CVT无级变速系统。该系统采用全球先进变速技术,实现了全球最高的7.3:1变速比,并且具有1000多种变速模式,同时特备ASC逻辑控制系统,从而使节油效率比传统的AT变速器提高15%,打造了新一代TIIDA 骐达综合工况6.2L/100km的绝佳燃油经济性。

除了燃油经济性表现突出以外,新一代TIIDA 骐达的车内空间,也表现出超越同级的高品质——不仅车身尺寸达到了同级最长的2700mm超长轴距和同级最大的681mm膝部空间,与天籁同级的360度环绕舒适技术和周密领先三维超静音工程也同样出现在了新一代TIIDA 骐达身上。multi-layer仿生学座椅、一键式启动系统、I-KEY智能遥控钥匙系统,以及带后排出风口的双区独立控制自动空调等配置,也进一步提升了新一代TIIDA 骐达的整体“含金量”。

凭借如此卓越的产品实力,新一代TIIDA的市场表现也可圈可点。自5月底上市以来,新一代TIIDA不仅首月销量突破1.3万辆,更持续领航中级两厢车市,轻松摘得上市“五连冠”。在本次新政实施的契机之下,新一代TIIDA将乘此东风继续凸显强势车型优势,赢得市场与消费者的进一步肯定和认可。

### 美系代表:上海通用别克凯越

虽然百公里综合工况油耗达到了6.7L,但由于车重大于1320kg的关系,1.6L MT的凯越车型也都进入了本次节能新政的补贴目录。这对于完全为家用而生、并且已经拥有强大群众基础的凯越来说,的确算得上是一件利好消息。

外形设计方面,凯越的整车线条较早些年推出的老款车型要明显年轻了不少,整车的前大灯改为了锥形,其犀利的线条使得整个前脸都带有一丝锐利的感觉;而原本为一体式的前保险杠进气隔栅也被车前盖上延

伸而下的线条所分割,与中网组成一体,突出了整车的稳重大气。

内饰设计方面,新凯越的全新设计思路要明显超越了老款的老迈风格,而新的内饰设计则要显得更加年轻和富有活力。只是大面积使用的仿木纹装饰板虽然很好看,但材质一般,并且材质也不敢恭维,不过对于这个价位的车型来说,也算是情理之中。如果将同等的材质和成本,改为深色的仿金属条纹装饰板,那么相信凯越将会受到更多的年轻消费者欢迎。

新凯越的动力系统沿用自老款没有任何变化,1.6L与1.8L发动机均来源于通用的Twin-Tec系列。采用直列四缸,双顶置凸轮轴16气门设计,具有SFI顺序多点燃油喷射和ECM电子控制模块。而从数据上看,凯越的1.6L发动机最大扭矩达到了146 N/m。

### 德系代表:一汽-大众高尔夫6

经典两厢车高尔夫已经发展了6代,并且影响力遍布全球。凭借着大众先进的技术和节能理念,高尔夫6也进入本次榜单。不过,同样也是由于车重的问题,高尔夫6 1.6LAT车型的 综合工况油耗为6.6L/100km,依然略逊新一代TIIDA一筹。

高尔夫6外观时尚、动感,很容易被国内消费者所接受。其采用了大众最新的前脸造型,前大灯进行了目前流行的熏黑处理且带有自动清洗装置。与之相对应的镀铬雾灯让整车前脸酷劲十足。车尾部分的设计是一大亮点,尤其是尾灯部分采用了全新的横条样式。

而在车身尺寸方面,高尔夫64199mm×1786mm×1479mm的“三围”数据也并不显紧凑,只不过2578mm的轴距有些不尽人意。内饰方面高尔夫6则比较传统一些,有些平庸。车内设计以黑色为主,无论是做工还是用料都比较实在。高尔夫1.6L发动机最大功率77kw,最大扭矩155 N/m,匹配7速DSG双离合变速器,不仅使驾乘感受非常平顺舒适,而且还打造了出色的燃油经济性。

(王雪冰)

## 上海大众前10个月销量破90万辆



在国内车市整体增速减缓的大背景下,上海大众汽车有限公司(以下简称:上海大众)始终保持稳步增长。根据近日公布的数据显示,上海大众10月销量再破10万辆,相比去年同期增长9.7%。至此,上海大众今年前10个月销量已超90万辆,突破百万辆大关指日可待。

大众品牌10月共销售82075辆,同比增长12.4%,帕萨特家族月销售16335辆。9月,全新一代帕萨特推出了1.4TSI车型,强劲的动力加之高燃油经济性,使其节能环保的特点受到了消费者的一致认同;11月,上海大众将重磅推出全新一代帕萨特V6车型,品牌形象更加豪华高端,从而形成了对B级车市的全面覆盖。TIGUAN途观连续创造销售纪录,10月交付13254辆,同比增长39%,再度成为SUV市场的焦点。LAVIDA朗逸月销超过2万辆,前10

个月累计销售近20万辆,继续引领主流家庭用车风潮。A0级市场的排头兵POLO家族月销超过1.2万辆,展现了上海大众的品牌实力和产品的超凡品质。

斯柯达品牌10月销售18102辆,智能化车型Superb昊锐10月实现销售4026辆,同比增长20%,前10个月共销售37251辆,同比增幅达到17%,在中高级轿车市场中表现出色。截至今年10月,A0级、A级经典产品Fabia晶锐和Octavia明锐分别累计销售35917辆和98599辆,同比增长16%和11%。

在近期工信部公布的第七批节能汽车推广目录中,上海大众旗下6款车型榜上有名。上海大众自2007年开始就实施了“动力总成战略”,并为旗下两大品牌10多款车配置了全球领先的TSI+DSG黄金动力组合。此次入围的车型中,有5款搭载了该组合,将油耗和排放降低了20%以上,满足了环保要求。入选目录的全新一代帕萨特和Superb昊锐是为数不多的中高级车型。今后,上海大众汽车将一如既往地致力于发展、完善节能环保的理念,助力中国汽车产业实现可持续性的健康发展。

(红枫)

## 多功能车为家庭休旅加分

随着人们生活水平的不断提高,工作之余的休旅生活也日渐受到青睐,呼朋唤友或是与家人一起进行自驾游,在品味山水之乐的同时,心情也将收获愉悦与闲适。因此,选择一款能够完美承担自驾游代步任务的座驾,就变得尤其重要,而7座至10座MPV凭借多功能性、灵活的布局和宽敞的乘坐空间,在家庭休旅生活中的渐成新宠。

领军商用车市场多年的江铃全顺表示:“自驾游已经成为家庭休旅生活中不可缺少的一部分。”江铃全顺介绍,在福特全顺产品线中,新世代全顺特别推出了7座至10座豪华舱,足以应对商务与休旅生活的各种不同用车需求。

作为主攻高端市场的商务车型,新世代全顺豪华舱专注于为用户打造尊贵享受,车内布局精致,拥有独立驾驶空间和乘



坐空间的同时,配备带水晶板的独立吧台和水晶酒杯架,并配备32寸超大液晶显示屏、重低音环绕立体声音响系统和独立控制DVD播放系统,不仅满足了用户的商务需求,也使车辆的娱乐功能更加强大。

业内人士分析:“以新世代全顺豪华舱为代表的7座至10座MPV的风靡,源于人们对于休旅生活的需求正在不断放大,兼具经济省油、宽敞舒适、高端豪华等优势的新一代MPV将获得越来越多人的青睐。”

(卢笛)

## 华迪公司顺利通过CMMI L3评估认证

近日,华迪计算机集团公司正式通过CMMI L3评估认证,成功获得了由SEI(美国卡耐基-梅隆大学软件工程研究所)组织授权评估组所颁发的CMMI-DEV V1.3 Maturity Level 3证书,标志着其软件过程水准和综合项目管理能力成功跃上新台阶,达到了国际先进水平。

据了解,CMMI(即能力成熟度模型集成)认证是由SEI组织推出的一套衡量软件开发管理水平的重要参考模型,代表着国际上最先进的软件工程方法,是衡量软件企业能力成熟度和项目管理水平的权威标准,被公认为软件企业走向国际市场的通行证。其认证范围从1级到5级,其中3级认证为已定义级,表明开发过程

包括技术工作和管理工作,均已实现标准化和文档化。

华迪公司先后参与并成功经受住国家电子政务信息化中多个国家级重点工程的考验,取得了非凡成绩。此次顺利通过CMMI L3认证,不仅代表着SEI组织对华迪公司软件研发与项目管理水平的认可,也标志着华迪公司在企业管理水平、人员素质、软件过程管理能力、产品与服务品质已经全面与国际主流接轨,具备了走向国际市场的通行证。航天信息雄厚的信息安全技术实力、强大的资本市场金融支持和覆盖全国的服务网络,也为华迪做大做强,进一步开拓国际市场提供坚实后盾。

(王欢)

## 清洁型柴油动力是新能源汽车的先行者

面对备受关注的新能源规划的“难产”,新能源车型概念再度成为人们热议的话题。其实,在大多数人关注新能源车型的同时,有一类动力车型目前的技术水准完全达到了清洁能源的要求,这就是乘用车柴油机,它们的技术早已达到了国际领先水平,尤其是以华泰圣达菲为代表的2.0柴油车搭载CRDI+VGT

技术成为了清洁能源动力的新代表。

华泰圣达菲2.0T柴油机在动力和噪音、排放等方面已经超越汽油机,CRDI高压共轨直喷技术和VGT可变截面涡轮增压也是目前柴油机两项最先进的关键技术,柴油机的高效让它也有望成为今后汽车动力的发展重点。

(卢伟)

## 连天红百年家装:永不过时的“黄金屋”

曾记得幼年时读到“书中自有黄金屋”,唏嘘不已,感想连连。“黄金屋”是什么样子?相信会引起很多人的好奇。能够住在“黄金屋”中,那该是何等的惬意啊!作为家居行业的巨头,连天红就为那些处于社会财富最顶端的富豪们准备了“黄金屋”——百年家装,让他们在极致奢华中感受到高端尊贵的品质生活。

百年家装工程是连天红打造的现代家居行业的商业传奇,是“最高端奢华,百年不过时,纯天然健康环保”的皇室宫廷家装,堪称高端奢侈品牌的一座里程碑。它以皇室宫廷为基调,融入世界经典家居元素——中式宫廷和欧式顶级皇家家居,采用顶级品质的红木产品,搭配上奢华的连天红布艺装饰,运用现代科技结合传统工艺,实行榫卯结构的精湛技艺进行完全可拆卸式的安装,缔造出现代的“黄金屋”模式。

试想一下,住在这样的富丽堂皇、尊贵非凡的环境下,不是让人不自觉地感受到极致生活的享受?而连天红百年家装之所以被称为“黄金屋”,除了极致

奢华外,更因为它的保值增值空间,宛如住在一个无限升值的“金钱城堡”中。

众所周知,随着红木原材料的日益稀缺,限制政策的不断出台,市场需求的逐步扩大,红木价格早已呈现飞跃式攀升,那些顶级品质的红木产品价格更是成倍的增长,几十年之后,这些红木产品的价格自是远远超过现在。连天红百年家装就是以这些不断升值的顶级红木产品为基础而缔造出的奢华时尚风向标,这样的产品,这样的家装,这样的极致生活,难道不正是无限增值、永不过时的“黄金屋”吗?

百年家装工程是连天红耗费巨大心力打造而成的“黄金屋”,只为了满足那些追求奢华尊贵的品质生活和无与伦比的帝王享受的顶级顾客而准备的;只为了那些明白“黄金屋”的意义,懂得极致生活内涵的高端消费者而建立的。连天红用最顶级奢华的产品、最高端优质的服务让那些富豪们感受到尊贵生活的无限魅力。有人说,城市,让生活更美好;我相信,连天红,让生活更尊贵!(常乐)