



203 克拉巨型变石 璀璨亮相万达百货珠宝钟表文化周



被浪漫诗人盛赞为“白昼里的祖母绿,黑夜里的红宝石”的203克拉普柏琳亚历山大变石,今年将再度与万达百货珠宝钟表文化周齐辉绽放。

目前,世界上已知的重量级变石只有4块,在大英博物馆收藏的两块分别重为27.5克拉和43克拉;现藏于美国华盛顿斯密森博物馆的则净重65.7克拉。本次万



很难想象,一碗刚出锅的白米饭在被空调连续吹拂72小时后严重发霉,试想如果把米饭换成每天使用空调纳凉的我们,这样的结果会有多么恐怖。

近日,这样一场别开生面的试验由中国疾控中心、上海市疾控中心、复旦大学公共卫生学院等机构分别在上海、北京、深圳三地的空调用户中展开。通过调研发现:88%的空调散热片细菌总数超标,84%的空调散热片霉菌总数超标,空调散热片中检出细菌超标最高可达1000倍以上。

这意味着,夏日里与我们每天朝夕相伴

达百货在珠宝钟表文化周期间所展出的亚历山大变石是截至目前世界上发现的最大变石。

近日,第二届万达百货珠宝钟表文化周在合肥万达威斯汀宴会厅召开,号称国内珠宝界的“奥斯卡”盛典。开幕式当天珠光宝气、艳丽四射,各大珠宝品牌首席设计师联席开幕。

在开幕当天,周大福亿元珠宝展由十大超模进行现场珠宝走秀,集性感、优雅、高端、隆重与智慧的璀璨珠宝在一支支舞曲中华丽绽放。

合肥主场当天珠光宝气,同时,全国各地舞台也不失耀眼。台湾气质明星吴佩慈、TVB一线小生林峯分别出席成都站与福州站的分会场活动,引来了当地媒体的关注。为打造独具万达百货特色的珠宝巴扎文化季,将本次活动塑造为一次非同寻常的珠宝钟表文化之旅。除了世上罕见的203克拉巨

型变石亮相唐山站分会场,万达百货各门店还将在此期间进行各种罕见珠宝及主题文化展,使顾客在逛店过程中接受一次珠宝钟表文化的洗礼。

本届珠宝钟表文化周,实现万达百货全国42家门店联动,推出了为期10天的特别心动优惠。周大福、六福、周大生、普柏琳、吉盟等知名珠宝品牌联合推出千余款万达百货珠宝钟表文化周专享款及特惠款饰品。同时,更有心动“一口价”珠宝,限时、限量供应,绝对是消费者买到的本年度最超值的珠宝商品。

本届珠宝钟表文化周是继万达百货更名之后的首个大型品牌活动,它将标志着“万达血统”在品质年的继续扩张。万达百货在注重消费者体验的同时,也为消费者带来真正的定制化购物乐趣,这里不仅是时尚聚集地,也是乐享时尚生活专家的精神花园。

(刘华)

空调细菌超标伤及人体健康

的空调,其实是对人们身体健康产生威胁的潜在杀手。

空调“不讲卫生”是细菌超标的根源

相信很多人都有这样的经历,夏季第一次打开空调,会明显感觉到吹出来的风带有刺鼻的气味。如果是这样的话,就说明空调内已经被污染了,伴随着气味出来的就有大量的病原体。

对空调污染的原因,中华预防医学会消毒分会主任委员张流波介绍,空调在运行中吸附灰尘的同时还将螨虫、细菌、真菌等致病菌一并吸附,通过运转后,散热片的细菌、真菌也将随出风口喷出,随呼吸道进入人体,容易导致人体出现头晕乏力,甚至患上感冒、鼻炎、哮喘等呼吸道疾病。

空调更要定期“洗澡”

几年前,空调病的说法就在百姓中通过各种渠道传播开来,越来越多的人意识到不能长时间吹空调,空调也要进行清洗。

据了解,苏宁电器每年会收到约8万多

空调用户的清洗需求,随着消费者对保养空调意识的增加,这个数字还在不断增长。但据终端反应,更多的百姓对于空调清洗的原因,对于空调清洗的时间都缺乏了解。

奥克斯空调事业部技术中心总经理舒乐华对于空调的清洗保养向记者给出了比较专业的建议:“一般来说,春夏换季时,在需要开启空调前,应当彻底清洗消毒一次;特别是使用率超高的夏季,在有条件的前提下,要每月清洗一次,可避免空调污染。如果有更换空调的打算,一定要选择具备自动清洗功能的空调,现在市面上已经有相关的产品,比如奥克斯视界系列就可以实现全面的杀菌消毒。”

随着今年三伏天的到来,空调使用频率也将达到最高峰。专家也建议消费者,在可行条件下尽量早日进行空调清洗,当然,如果可以更换,能够购买一台可以自己“洗澡”的空调也不失为一个明智的选择。

(杜维)

MOTO再次强势出击 MOTO锋芒XT910 MAXX备受高端人士青睐



目前,MOTO已经成为市场上最受用户欢迎的Android品牌之一。对于严重依赖电话通讯和网络访问业务的商务人士来说,MOTO锋芒XT910 MAXX无疑成为了最明智的选择。

MOTO锋芒XT910 MAXX不仅拥有主流配置,更为用户慷慨地提供了3300毫安的超大容量电池。所以,即使你是一位重度手机用户,MOTO锋芒XT910 MAXX的超强电力也能支持两天或者更长时间。这比当前市面上流行的HTC one X、三星S3、苹果iPhone4S的手机电池容量大了整整一倍有余。在这个手机拼硬件的时代,MOTO锋芒

XT910 MAXX拥有4.3寸960×540的高清分辨率,使得屏幕显示更为清晰、真实。同时,双核1.2G的cpu能帮助使用者快速地处理众多大型程序,毫无卡顿感。从耗材品质方面来说,MOTO锋芒XT910 MAXX拥有4.3英寸qHD Super AMOLED Advanced炫真触屏、杜邦凯美拉轻韧时尚高科纤维和康宁Gorilla耐刮玻璃屏幕,给用户带来一种高品质的商务体验。

随着硬件参数的激烈比拼,三星S3、iPhone的耗电量也日趋增加,如果重度使用手机的话,很难用一块1500毫安左右的电池坚持一天时间。但是,MOTO锋芒XT910 MAXX的出现改变了这一现状,3300毫安的超大电池,不管用户如何频繁操作使用,该手机还是会很轻松地坚持一天以上时间。这对于目前所有的大屏智能手机来说,只能是一个梦想,但MOTO锋芒XT910 MAXX却轻而易举地实现了。如果你是一位准商务人士,如果你需要强大的手机功能,如果你需要品质的手机,如果你需要更持久的待机电力,那么MOTO锋芒XT910 MAXX绝对是你的不二选择,它那颗超大容量的电池,会带给你不一样的Android智能机体验。(张伟)

皮革制鞋行业十佳评选颁奖盛典在京举行

近日,由慧聪皮革网、慧聪鞋网主办,以“品质全球·质赢未来”为主题的“辛集国际皮革城杯”2011-2012年度中国皮革与制鞋行业高峰论坛暨最具影响力人物、企业十佳评选颁奖盛典在京举行。颁奖现场,十大风云人物、十佳创新企业、十佳诚信企业等13个奖项的118个获奖企业陆续揭开面纱。

其中,辛集国际皮革城等荣获“最具人气交易中心”;优耐克集团等企业荣获“最具影响力企业”;辛集国际皮革城董事长梁国申荣获“行业突出贡献奖”殊荣;六合皮革等荣获“十佳合成革企业”;闽华超纤、卓勇商贸等荣获“十佳诚信企业”;四川安县银河建化集团安剑皮革化工、泉风化工等荣获“十佳皮化企业”;风华鞋材等荣获“十佳鞋材企业”;温州致富集团荣获“最佳环保企业”称号。

据悉,本次十佳活动历时4个多月,参

评范围辐射全国,活动共分为启动报名、投票晋级、专家评审、颁奖盛典、后期推广五大阶段,活动总投票量达38552594次。

慧聪皮革网、慧聪鞋网已经连续4届成功举办中国皮革与制鞋行业十佳评选活动,2012中国成品鞋行业十佳评选已经进入50强投票阶段,颁奖盛典将于11月8日在北京举行。十佳活动不仅得到世界创新研究院、国家商务部、国家环保总局、中国轻工业联合会、中华民营企业联合会等国家权威机构的支持,也得到行业协会、大专院校及广大企业的充分肯定和认可。

十佳评选活动将助力中国皮革与制鞋企业树立品牌形象,帮助企业争取细分市场占有,促进大批皮革与鞋业走上稳健经营的道路,成功培养业内知名、公众信赖的国内皮革与鞋业品牌。(李玉)

精英对决 巅峰挑战

东风日产《老板是怎样炼成的》电视节目正式开播



近日,东风日产《老板是怎样炼成的》电视节目在天津卫视频道正式开播。《老板是怎样炼成的》作为《非你莫属》的特别版,以一种特殊的合作方式打造栏目、东风日产以及社会精英的多方共赢平台。随着节目的开播,这一梦想舞台也即将拉开序幕。《老板是怎样炼成的》正式播出时间为:8月14日起,天津卫视频道每周二晚22:00-23:00。

精英汇聚 重重考验对决巅峰

《老板是怎样炼成的》将网罗社会精英,通过13期的强大的“职场面试”、“行业挑战”以及最后的“巅峰对决”三大环节层层选拔,最终获胜者将成为一家投资近500万元的东风日产“精英店”老板。

《老板是怎样炼成的》节目将利用最专业的电视表现手段,同时根据观众的收看喜好增加娱乐性和真实性,通过节目让观众了解汽车专业知识,提高社会影响,引起社会各界关注,吸引更多的业内外人士加入这一人才的选拔平台。

选手只要年满18周岁,拥有创业梦想,即可报名参加。节目还会集结不同行业具有代表性的公司老板担任评审,对出场选手的现场表现及个人能力进行评价,决定他是否能够成为东风日产“精英创富战略”所需要的“创富精英”。

选拔晋级选手以组队合作形式进行比赛,“街头生存”、“企业实习”等具有挑战性 & 专业性的环节,让挑战者进行一系列真实工作的实习体验。各企业核心高管观察、考验选手能力,同时就企业管理、制度、价值观等多方面进行讨论,以最为全面和公平的评测标准,决定其能否留在舞台上继续最终挑战。

天使投资 渠道下沉再提速

基于对未来市场、渠道建设、网络布局、乃至人才战略的深度思考,东风日产创新性地推出了“精英创富战略”。“精英创富战略”是东风日产面向全社会、全行业招募创富精英人才的全新渠道开拓模式。在“精英创富战略”中,东风日产将作为天使投资人,帮助

创富精英实现创业梦想。具体而言,是指东风日产将与创富精英合作,开设一家拥有正式品牌授权的东风日产“精英店”,使其成为东风日产旗下全系产品的汽车经销商,让精英创富的梦想与现实更为接近。

不仅如此,“精英店”所有的经营利润将在“精英店”的公司账面积累,当“精英店”利润累积到一定的额度,创富精英就可以使用“精英店”的盈利所得回购东风日产在“精英店”中所占的部分股权,从而实现“精英店”的控股,真正成为“精英店”的老板。

在创富精英实现股权回购后,东风日产仍将在“精英店”中保留少量的股份,与创富精英继续保持战略合作的关系,并持续为“精英店”提供运营支持和保障,从而提高“精英店”的抗风险能力,确保“精英店”实现长期、稳定的发展。

据介绍,东风日产“精英店”多选择在市场潜力大的区域,具有NISSAN品牌和启辰品牌车型销售以及综合维修的全维度功能,

运作模式与现有4S店基本一致。东风日产市场销售总部副部长杨嵩认为,精英创富战略是对行业渠道开拓模式的大胆创新,通过全新的“精英店”模式,将实现精英人才、企业、区域市场多方共赢的良性局面,更将进一步带动行业加速向区域市场的下沉,具有非常好的示范作用。

东风日产“精英创富战略”以创新性的渠道开拓模式加快向三四线“蓝海”市场掘金步伐,推动东风日产品牌与产品的渠道下沉,提速年产销百万量的梦想。同时,此战略的实施,也将为精英人才提供分享、共赢的平台,是汽车营销模式在渠道下沉方式上的突破与尝试,给其他汽车企业拓展三四线市场提供了解决范本。

东风日产“精英创富战略”的推出,为解决区域市场的人才、销售、服务问题提供了新的思路。“精英店”的全新模式,在发展三四线城市网点的同时,更能吸引人才向三四线城市回流,有望真正盘活市场。

对于“精英创富战略”的推出,东风日产乘用车公司副总经理任勇表示:“借助‘精英创富战略’,我们希望能够吸纳、扶持社会精英人才共同发展和开拓具有深厚潜力的‘蓝海市场’,以‘领先半步’的策略占据市场高点和先机。同时,精英创富战略只是我们深度拓展三四线市场的尝试之一,未来我们还有一系列措施强化我们在三四线市场的竞争力,赢取在‘蓝海市场’未来10年竞争中的主动权。”

强强联手 开启创富之门

为了广泛招募社会精英人才,让更多的人能够有机会加入“精英创富战略”中来,东风日产还联合天津卫视,推出了季播大型创业选拔真人秀栏目——《老板是怎样炼成的》,为拥有创业能力与梦想的社会精英开启了创富梦想的大门。

在职场类栏目方面,天津卫视一直凭借《非你莫属》位列行业翘楚。而作为《非你莫属》的特别版,《老板是怎样炼成的》由《非你莫属》原班人马精心打造,从普通求职者越级为创业老板,再一次实现了天津卫视在职场栏目的自我超越。

自6月3日起,通过网络报名平台提交个人简历及个人创业梦想,即可成功报名。

在选手提交的资料经过审核后,东风日产及天津卫视评委将奔赴北京、上海、成都、广州、郑州五地进行集中面试。

《老板是怎样炼成的》栏目在8月14日与全国数以亿计的观众见面,并在近3个月的时间里,全景呈现精英人才的生存状态,探寻每个普通人内心的“创业梦想”。

本次与天津卫视的强强联手,是东风日产继“百万年薪”招募营销总监之后,又一次创新的全国大型职场赛事。东风日产将通过本次大赛,广泛招募社会精英人才,为有创业梦想却苦于没有机遇的社会精英,以及在企业发展中遇到瓶颈的职场精英,提供一个施展才能的广阔舞台。

进入2012年,以“创新”为驱动力,凭借“东风日产速度”,东风日产在产品、营销、渠道等方面的推进力度令人瞩目。

作为行业领军企业,东风日产开创行业先河,面向全社会精英推出“精英创富战略”,以创新性的渠道开拓模式,加快向三四线“蓝海”市场掘金的步伐,推动品牌与产品的渠道下沉。东风日产通过电视媒体力量,将企业、人才、区域市场资源进行整合,实现共赢的全新模式,为行业加速下沉提供了新的解决思路。精英创富战略将带动更多的社会精英人才投身三四线汽车市场,打开三四线城市之门。(乐迪)

