

热霸空调南极350天无忧运转



2011年8月,它手持品质利刃向行业的歪风邪气说NO;2012年3月,它将进出口免验的封号收入囊中;2012年8月,它成为这个行业逆势增长的绝对少数派;2012年10月,它的拳头产品完成了在极地世界的350天无故障运转……

这些是迄今为止,品质万花筒幻化出来的美妙蝶变,而可以肯定的是,在漫长的未来,这个万花筒还将会给它发掘出更多的宝藏。它,也将成为一个更值得行业和消费者期待的奥克斯。

在多变的世界里赢得顾客

Tesco集团首席执行官 Philip Clarke 近日在伦敦举行的世界零售业大会上表示,变化无处不在,例如:气候变化、飞涨的物价、快速的城镇化进程,以及不断壮大的对健康生活有更高要求的中产阶级。他认为需要改变旧的零售思维方式,让零售业务不是仅仅围绕顾客的

极地冷空气克星
2011年底,奥克斯在其明星产品热霸1代的基础上,经过全面的改良,推出了“零下25度超低温启动,制热量提升30%,能耗减少30%”的热霸2代空调,而其魔鬼训练路也由此开始。当月,奥克斯与中国南北极考察队签约,热霸成为南北极科考指定用品,热霸于11月登上雪龙号被送至南北极。

奥克斯历时2年的持续研发,终于在2010年底推出了热霸技术。通过制冷系统优势设计、电机四通阀等零部件优化设计、风道系统优化设计、喷气增焓优化技术、双缸变容优化技术五大核心技术的系统创新,热霸在低于零下25度的情况下也能正常制热。

而在南北极科考队员对热霸在南极350天无忧运转的表现啧啧称奇时,热霸之父、奥克斯空调事业部技术中心总经理舒乐华却并无意外之感。他告诉记者:“为了检测热霸的稳定性和耐久性,我们设立了500多个耐久工位,一个工位一台新品,24小时不间断运转,很多机器已经连续运转了6000个小时,

这样的机器,放在用户家运转10年是没有问题的,350天只是小试牛刀罢了。”

牵一“品”而动全身
自2011年8月召开壹战略品质发布会后,奥克斯就确定了以品质优势发力市场的策略。事实也证明,在消费市场呈现阶段性的饱和化状态后,消费者的消费行为也日趋理性化,单纯的价格营销、活动促销,并不能吸引消费者对产品的消费,品质才是消费者关注的第一产品要素。

就在前不久的2013冷年奥克斯空调全国渠道经销商峰会上,奥克斯又携五大系列、34款D系列新品同时亮相,而该系列产品颠覆性地实现对“高能效变频与定频”的双覆盖,完成“从外观工业设计到核心产品功能、从硬件品质保障到软件精确控制”的双升级。与此同时,奥克斯宣布将融合国际工业设计理念,以“工业设计高端化、功能设计人性化、产品操作智能化”为未来产品的研发方向,而此举也被看做是奥克斯品质战略的又一突破。

(王 辉)

他说:“在Tesco,帮助社区不只是我们战略的一部分,它早已进入我们的思维方式。从长期的角度来看,我们要与所有的供应商、员工和顾客建立可信的伙伴关系,这个决心融入在我们做的所有事情中。在商业街和门店,我们通过配送网络把自己的物理网点和与顾客建立的感情转变成自身优势,所以我们可以迎接这个时代所带来的挑战。”

(陆 科)

建立严格的质量管理机制,全面贯彻落实国家《质量振兴纲要》、《产品质量法》等法律、法规精神,不断促进企业经济效益的提高和社会效益的扩大。截至目前,鄂尔多斯酒业先后通过ISO9001质量管理体系认证、出口食品企业卫生、注册登记等相关认证,为提升鄂尔多斯酒业产品质量提供了有力保证。

(苗 青)

加缓慢。在此情形下,信用纯债应运而生。但目前市场上信用纯债数量较少,正在发行当中的工银信用纯债是该公司旗下第8只债券基金,产品性质有别于其他7只债基。

(张 伟)

“印象达喀尔”北京站落幕 哈弗征战2013达喀尔即将启程



近日,由长城汽车主办的第4届“印象达喀尔”北京站圆满落幕。为期两天的越野体验活动邀请到20多家主流媒体还有超过40位哈弗车友参与其中,在车友和媒体们再次零距离接触达喀尔掀起越野热潮的同时,哈弗达喀尔车队也顺利完成非洲试车,为征战2013年南美达喀尔赛事拉开序幕。

越野无止境,“印象达喀尔”再享车友狂欢节

“印象达喀尔”北京站,是继9月份内蒙古响沙湾首站活动之后,再一次以达喀尔为主题的“越野体验Party”。来自全国各地的40余位车友代表及20多家主流媒体,分别和周勇领军的“哈弗达喀尔车队”共同完成了刺激而有趣的体验活动。

汽车运动搭台,越野文化唱戏。自2009年哈弗达喀尔车队第一次参加达喀尔赛事起,不但保持着中国军团在赛场上的最佳成绩,还积极开展赛场外的越野文化塑造和推广工作。连续举办4年、旨在宣传达喀尔精神和越野乐趣的“印象达喀尔”,已成为广大越野爱好者备受好评的互动活动。为了让越来越多的车友能够参与其中,今年的“印象达喀尔”活动更是得到哈弗SUV品牌的高度重视,打破前3年一站式的模式,相继在内蒙、北京、四川和广东4个地区举办,前两站活动之后,四川站

和广东站的活动也将在11月份陆续开展。

续写辉煌,哈弗战2013达喀尔即将启程

哈弗SUV的达喀尔越野文化备受推崇,主要得益于哈弗赛车在达喀尔赛场上所取得的优异成绩。哈弗SUV是目前唯一连续3年100%完成比赛的自主汽车品牌,更在2012年1月份的南美达喀尔赛场上取得第6名的中国车队历史上最好成绩。正因如此,在素有“魔鬼赛场”之称的达喀尔舞台上,哈弗也成为真正和世界一流汽车品牌同台竞技的中国汽车品牌。

哈弗SUV在越野赛场上取得的领袖地位也同样表现在市场销量上。2012年9月份,哈弗全系销量达到2.9589万辆。其中,定位“都市智能SUV”的哈弗H6更是以1.5068万辆击败合资劲敌,领跑单品销量榜。今年前9个月,哈弗SUV产品已经累计销售达到19.08万辆,连续10年销量领先,成为名副其实的中国SUV领导者品牌。

在印象达喀尔北京站体验活动现场,哈弗达喀尔车队车手周勇还向大家透露,车队刚刚顺利完成了非洲试车,新一代哈弗赛车的性能值得赞许。试车工作完成之后,哈弗赛车即将被运往赛场。2013年达喀尔赛事将于1月份在南美洲拉开序幕,届时哈弗SUV也将四上征程。

(乐 闻)

海通证券:工银信用纯债 专注谋求好收益

今年以来,市场持续震荡,纯债无疑成为了“避险”产品中最抗压的种类。而在“股债双杀”的市场状况下,纯债基金通常

都是笑到最后的“正能量”。然而该类品种虽然具备抗风险功能,但其收益性难以满足投资者需要,因此发行数量渐少、发展愈

花落谁家？中高级车“诺贝尔奖”猜想



10月,莫言与诺贝尔奖一举成为热点话题。或许很多人还不太熟悉莫言,但诺贝尔奖却是家喻户晓的奖项,是为各行各业的翘楚而设的。

为扩展这个奖台的魅力,本期导购,小编推出特别策划:车界诺贝尔颁奖礼,选出3款在不同方面表现出众的中高级车型,让其登上“诺贝尔奖台”,以肯定它们对市场和消费者的贡献。

接下来,就让我们拉开这场“颁奖典礼”的序幕吧!

诺贝尔“舒适之王”奖:天籁

颁奖致辞:对消费者而言,天籁的“舒适主义”准确迎合他们的用车需求,为他们带来了更加精彩的汽车生活;对市场而言,天籁引领了中高级车市的“舒适潮流”,意义非凡。

根据一项消费者购车意向调查显示,在购车的主要用途上,过半的受访者选择了“经济条件提高,享受生活”和“带家人出行方便”。这反映了多数消费者购车的主要目的,正是为了提高生活质量,回馈家人。

而天籁对用车舒适度的大力打造,正好

切中上述两点需求。

其搭载的“VQ发动机+CVT无级变速器”铂金动力组合,让车主感受澎湃动力的同时,也获得换挡无顿挫的舒心体验;而Multi-Layer仿生学座椅、17处三维超静音工程以及全景天窗等配置,则为驾乘者带来居家般舒适的乘坐感受,以及安静的氛围。

此外,天籁的“舒适”不只局限在驾乘感受上,而是延伸到消费者用车生活的方方面面。其搭载的“CARWINGS智行+”智能全方位行车服务系统,通过提供“遇险自动救助、车况实时监测及车辆入侵警报”三重安防功能,为车主实现了全面安心的用车体验。

自上市起,天籁便通过领先的舒适技术,为消费者带来更精彩的汽车生活体验,同时也为中高级车市重新树立了舒适标准。因此,小编认为无论是从迎合消费者需求,还是对市场的贡献来看,天籁摘得诺贝尔“舒适之王”奖项,实至名归。

诺贝尔“动力先锋”奖:新帕萨特

颁奖致辞:拥有德系血统的新帕萨特实

力不凡,是中高级车市场上的“技术派”代表。特别是其搭载的“TSI+DSG”动力组合,获得了不少注重动力性能的消费者的青睐和认可。

首先,新帕萨特通过搭载的“TSI+DSG”这对先进的动力组合,向消费者展现其澎湃的动力输出性能;同时,搭配前麦弗逊后多连杆式底盘悬挂系统,使新帕萨特在



灵巧的操控与良好的动态平稳之间找到了完美的平衡。

除此之外,新帕萨特的内饰配置大方实用,得到不少车主的好评:简洁的中控台,按键一目了然,操作方便;而分区空调和后排的220V车载电源等配置将更多的主动权交到乘客手上,让他们有宾至如归的感觉。

新帕萨特凭借操控、动力等赢得了良好的口碑,而“TSI+DSG”这对动力组合在市场上也名声大噪,因此小编认为这项诺贝尔“动力先锋”奖,非新帕萨特莫属。

诺贝尔“科技名将”奖:新迈腾

颁奖致辞:新迈腾的各项全球领先科技,让消费者进一步体验到汽车科技的先进,以及科技为生活带来的惊喜和便利。

