

## 0.5L 水即可为多套大衣做全身 SPA

### LG 斯黛乐独创魔力蒸汽 39 分钟轻松去除衣物异味



季节交替,转眼进入了冬季。围坐一起吃火锅是冬季不少人的挚爱,可用餐之后在衣物上残留的味道则给高端人士平添了许多困扰。而在年末,各种交际酒会、派对接踵而至,衣物上残留食物异味、烟味混杂着各种香水的气息,不免给您的气场减分不少。



对经营奥克斯空调已经有3年的刘娟来说,现在又开始打起“天气”的小算盘。去年冬天,热霸2代系列空调的热销让她印象深刻,除了消费者闹出把“热霸空调当成热水器”的笑话,重要的是当时人们疯狂购买的景象。这个将“制热”打造成秘密武器的空调就像现在获得诺贝尔文学奖的莫言一样,成为当时所有媒体、消费者关注的焦点。空调“制热”就像冬天里城市上空的一道极光,冲破了人们对空调的固有认知。

**同空调技术专家PK 向行业立“军令状”**

2010年冬天,采用喷气增焓、双缸变容两大核心技术的奥克斯热霸1代空调诞生了,首次实

现在,LG 电子将全新的衣物护理概念带给中国的高端人士。LG 斯黛乐智能衣物护理机以独创的魔力“蒸汽”,只需39分钟“轻松一挂”,就可以为多套衣物做全身“SPA”,除皱、除菌、除异味以及烘干除湿一次完成,衣物气味芬芳,亮丽如新。

**39 分钟轻松除异味 时刻芬芳迷人**

挥之不去的异味难免让人眉头紧锁。而 LG 斯黛乐带来了全新衣物护理方式,只需 0.5L 水产生的魔力蒸汽,三步即可轻松去除异味,用时仅 39 分钟。

借助高频振动衣架每分钟 220 次的抖动,LG 斯黛乐将蒸汽喷雾渗透到衣物纤维内部驱除异味,而同时,LG 斯黛乐内部设置的异味过滤器亦可去除其他味道;最后,芳香剂带来的芬芳气息,让衣物芳香迷人,让您在每一个关键时刻都能魅力十足。

**更多贴心功能 还衣物畅快呼吸**

除了高效除异味这一功能外,LG 斯黛乐的全方位衣物护理方案还有防敏、除皱和轻柔烘干三大王牌功能,为您打造私家衣物护理店,让衣物畅快呼吸。

依赖机器内部的蒸汽喷雾和高频震动衣架,LG 斯黛乐护理后的衣物可达到无褶皱级

别。衣物挂进斯黛乐后,机器内部的蒸汽喷雾将进入衣物深层抚平皱纹,这一过程将伴随着高频震动衣架每分钟 220 次的左右抖动,让衣物迅速成型。再细小的皱纹也能轻松抚平。韩国服装检测研究院测试表明,衣物在被 LG 斯黛乐进行护理后,可以最高程度达到无褶皱级别。免除熨烫,即使太太不在家,再多衬衣、西装都能轻松打理。

LG 斯黛乐的防过敏处理程序,让蒸汽粒子处于最佳防过敏的温度,进入衣物纤维深层,溶解过敏原。经韩国服装检测研究院测试,LG 斯黛乐的蒸汽在 39 分钟内可以去除纤维深处 99.9% 的过敏原,而日光干燥 8 小时的除菌比例仅为 65%。该功能不仅能有效除去衣物上的细菌、灰尘等过敏原,还可以对床上用品、宝宝的毛绒玩具上粘附的毛发等进行有效去除,让全家人生活在健康的环境中。最后,智能衣物护理机会用 50~55℃ 的暖温空气对衣物进行轻柔烘干,经过二次整理的过程,既可有效吸收衣物湿气,又无需担心衣物缩水。

自年初上市以来,LG 斯黛乐已经成为上流社会每日塑形,打造高品质生活的居家新宠。坐拥全方位的专业护理功能,LG 斯黛乐实为当之无愧的贴身私人衣物管家。(凡 松)

## 讲述一个你不知道的热霸空调

现了中国空调企业在制热性能上的突破,成功解决了“冬季取暖时,如何使用空调完成大热量供应”的难题。2011 年,奥克斯热霸 2 代再次出击,在零下 25℃ 超低温运行、制热量增加 30%、耗电量减少 30% 三大核心优势以及喷气增焓专利技术、双缸变容技术、多排冷凝器专利技术、第四代智能化霜专利技术、Hydro-自动水洗专利技术等 5 大国家发明专利技术推动下,逐步引领了冬季取暖用热霸的普及时代。

**南极服役一年 成极地科考标准装备**

去年 11 月,奥克斯热霸 2 代登陆雪龙号,启动 28 次南极科考,奥克斯热霸 2 代用一年时间在南极这个大实验室里完成了全球最严苛的产品考核。消费者体验是最好的实验结果。据极地国家海洋局极地考察办公室处长夏利民透露,“极地科考站的科考队员反馈,相比电暖炉,热霸 2 代空调达到指定温度的时间要缩短 30%,而耗电量

却仅为电暖炉的 70%,同时无障碍运行近一年,现在热霸 2 代已成为各科考站的标准装备。

**热霸 2 代引电暖炉行业“抗议”**

一边是南极科考的成功,另一边,热霸 2 代也受到了来自电暖率行业的“抗议”,这种抗议声在终端卖场表现尤为激烈。

对中国人来说,用电暖炉制热已经成为一种习惯。在热霸系列推出后,空调取暖已有替代电暖炉的趋势,毕竟用电量更少,制热更快,热量散发更均匀,更安全、稳定。据终端卖场反馈,现在部分顾客购买热霸 2 代的原因多因为考虑到性能上好于电暖炉,且时尚、安全、节能。

让消费者在电暖炉与空调之间做抉择,相信并非奥克斯的本意,但能够看到的是,一项技术的革新改变的不仅仅是人们的生活习惯,改变的也可能是产业格局和市场结构,奥克斯热霸 2 代恰好扮演了这样的角色。(迎 蓉)

## 海南离岛免税新政 鼓舞免税业积极响应,中免集团蓄势待发

11月1日,备受瞩目的海南离岛免税购物新政开始推行实施。自11月1日起海南离岛旅客每人每次免税购物限额由人民币5000元提高到8000元,免税商品品种范围也将扩大。自新政10月24日由财政部和海南省发布之日起,就已引发新闻媒体对此的持续报道和社会各界的广泛关注及热烈响应,至今更趋新高。

离岛免税购物政策在海南试点实施一年半来,推动效应已经充分显现。在政策调整新闻发布会上,海南省委常委、常务副省长谭力对离岛免税政策对海南产业发展的带动效应作出积极评价。他指出,离岛免税政策有效增强了海南旅游吸引力,起到了推动消费、扩大内需的促进作用,在提升海南旅游客流量的同时,促进了海南零售业、物流业、航空运输、酒店餐饮等旅游服务行业的综合发展。

作为中国免税行业与旅游零售产业标杆和看板的中免集团,是海南离岛免税的主要实践参与单位之一。2011年政策颁布之初,中免集团即与海南省政府和三亚市政府展开多方密切合作,发挥行业专业优势积极配合



**凝聚全党意志,承载人民期望的中国共产党第十八次全国代表大会召开之际。作为中国酒庄酒开启者的长城桑干酒庄,见证过共和国诸多重要历史时刻。在全社会和谐发展的良机下,此前在两会出现的长城桑干酒庄酒,又一次见证了共和国腾飞发展的重要时刻。**

**赤子深情,国酒昂扬颂歌**

2012年的十八大,将带着全党8200多万名党员、400多万个基层党组织的重托,带着全国13亿各族人民的期望,讨论和决定一系列事关党和国家未来发展的重大话题。与共和国共成长的长城桑干酒庄酒,见证了中国政治、经济在国际舞台的光彩绽放,完成了中国葡萄酒行业从后来者到拥有话语权的主导者的历史蜕变。

从改革开放的率先摸索,到加入WTO的

政策实施。一年多以来,三亚免税店以高端的购物环境、快捷的物流配送、有力的货品保障、优质的销售服务而广获赞誉。今年5月的新加坡免税展览会及10月开幕的TFWA世界免税品博览会上,中免集团在海南项目所获成功经验和长远规划吸引了全球业界的瞩目。项目的前瞻性显著成就,得到世界免税品协会主席Erik Juul-Mortensen先生的高度肯定,全球旅游零售权威媒体《穆迪报道》还特别以专刊形式向全世界业者进行热诚推介。

作为离岛免税新政主要政策落实单位之一,中免集团将积极响应离岛免税新政,通过服务配套升级、商品结构优化、游客需求挖掘等角度进一步提升服务水平,助力海南国际旅游岛建设。据悉,中免集团公司计划重点参与实施的三亚海棠湾海南国际免税城项目预计将于2014年开业试运营,该项目建成后将成为全球规模最大的免税购物中心。届时,海南的旅游相关产业的繁荣局面,必将带动海南国际旅游岛建设提升至更新阶段。(靖 易)

## 品桑干 议国事 弘扬十八大精神 续写国酒传奇

领航姿态,再到奥运世博的美丽绽放,更到达沃斯和博鳌论坛的凝静思索,长城桑干酒庄酒与所有的华夏子民共同见证了共和国这三十年的成长与成就,长城桑干酒庄酒诠释了一个在外交事业上不断自信、自强的华夏精神。

**国际品质,桑干酝酿完美**

作为中国酒庄酒历史开启者和中国重大国事活动美酒主角,长城桑干酒庄位于北纬40度世界公认葡萄黄金生长期,是国内历史最悠久、树龄最长、葡萄品种最具特色的酒庄,其严格按照国际葡萄组织OIV规定,控制葡萄从种植到采摘、酿造、存储等一体化的流程,堪称中国葡萄酒的佳作。

这荡气回肠的荣耀激励着国人,更撼动了那尘封已久的葡萄酒世界格局。当长城葡萄酒引领中国葡萄酒行业重构葡萄酒世界的全新版图之时,长城桑干酒庄酒三十年峥嵘岁月中篆刻下的传奇与精彩,已经凝聚着国酒荣耀而起航,为着新中国的下一程辉煌破浪前行。(夏 茜)

## 于绝境处读侠气——从企业担当说开去



从中国汽车工业协会发布的最新数据来看,今年9月,日系车成为了中国车市唯一的沦陷者。数据显示,在其他品牌都有所上升的情况下,日系品牌同比下降了40.8%:没有了日系车的“半边天”,2012年的“金九”也失去了含金量。

日系车在华销量暴跌,其原因不言自明。在这种“众所周知”的原因影响下,日系汽车消费的还需一段时间才能恢复。由于担忧情绪的存在,使准备购买日系车的一部分消费者转身投向其他非日系品牌;而另一部分则暂缓购车意向,继续观望事态发展。这种“保有客户人心惶惶,意向客户望而却步”的不利因素,让日系汽车品牌“土气重振”举步维艰。

结合近年来日系家电在华市场的全面退败,无怪乎有人言之凿凿:“在中国,日系车企已经走到了绝处!”

然而值得欣喜的是,事件之后,日系车企不约而同地出台了针对受损客户的应对方案,展现出前所未有的企业担当和令人尊敬的商业道德。

作为最先行动的车企,广汽丰田率先出台补偿方案,紧接着一汽丰田、东风本田都

相继推出了各自的应对方案。从广汽丰田的“客户关怀与受损车置换补贴”,到一汽丰田的车主“零负担、全赔付”,再到东风本田赠送新购车主“安心保障保险服务”,日系车企不约而同的将“客户”放在了第一位,展现出其对于危机的快速反应和处理能力,一定程度上化“绝处”为“未绝”。

但也有业内人士指出,虽然以上车企都出台了应对方案,但都具有一定的局限性。有的只针对保有客户,而有的却只限于新购车用户,对赔付金额也多有限制。种种的局限性,都让企业展现出来的“担当”大打折扣,小家子气挥之不去。

而东风日产全新出台了“安全保障承诺”,却第一次将保有客户和新购车客户结合起来,以无限制的“全额赔付”震惊业界。它规定:无论是400万保有车主还是未来新购车客户,在特定意外事件背景下,由第三方恶意造成的车辆损毁以及人身伤害,东风日产将承担车辆全额损失以及相应的人身伤害补偿。

此外,东风日产还表示:对在9月涉日事件中受损失的车主,以车主“零损失”为原则,承担受损车主保险以外的一切维修费

用。目前,受损车辆已经完成定损并进入维修环节。

在笔者看来,此次东风日产推出的安全保障承诺,惠及超过400万新老车主,在国内汽车行业里尚属首次。其覆盖之广、



力度之大,都彰显了其作为领军车企的气度和魄力。

更重要的是,判断一种行为的标准,不是企业的背景,也不是行为的动机,而是有没有尊重消费者,真正让消费者受益。东风日产这份“前无来者”的安全承诺,付出的代价未免太过巨大。且不说以后的新购车客户,光是400万保有客户,就是一个沉重的负担。在中日关系扑朔迷离的今时今日,东风日产敢以如此高昂的代价,竭尽全

力为消费者利益作出承诺,其折射出的不打折扣的企业担当和商业道德,无疑对许多只埋头于蝇头小利而屡屡伤及消费者的企业上了一课。

君子立其大,而笃行其道。在日系企业处于“绝境”之际,东风日产展现出的担当,让笔者读出了“为国为民”的大侠之气。于绝境处读侠气,逢危难时显担当。东风日产的这份“侠”气与担当,值得每一个车企借鉴。(问 雁)

