

锐不可当的视界！AOC锐锋显示器即将发布



“锐”一直是AOC显示器为消费者带来的一种精神诉求。AOC自刀锋Ⅲ提出“锐生活”理念以来,就悉心为用户打造集时尚与领先科技于一身的显示器产品。2013年,AOC旗下又一新全系列“锐锋”即将发布,它在延续之前刀锋系列产品薄、窄、锐、新的特色同时,更是继刀锋Ⅲ/ⅢS等经典产品之后,在市场上再次掀起一阵“锐”的风潮。

月均花费仅千余元 INSIGHT“亲民度”十足

作为车市新宠,相信许多人对混合动力车的养车成本都十分好奇,甚至有人误认为会比普通车型贵。在此,我们以东风Honda的INSIGHT为例,以每年一万公里为基准,逐一分析混合动力车的用车成本,包括车船税、日常维护费、过路过桥费、验车费、保险费、保修保养费以及燃油费等。

燃油费

INSIGHT搭载了IMA油电混合动力系统,百公里综合油耗仅为4.4L,加上具有引导车主养成良好驾驶习惯的Eco Assist节能驾驶辅助系统,节油性能比同排量车型更出色。

根据国家发改委最新公布的93#汽油7.69元/升的单价计算,以一年一万公里的大

锐锋系列延续了刀锋Ⅲ超薄超窄边框设计,边框仅2mm,最大限度地为用户带来更宽的视野体验,配合家居范儿十足的椭圆型底座,妆点用户的书房桌面生活。

锐锋系列的显示屏全线采用新一代广视角技术(AH-IPS),透光率更高、画面更锐利、功耗更低,可视角度水平垂直都高达178°/178°。除此之外,还内置有Clear Vision技术,通过特有的芯片处理后,将原来模糊的低分辨率图像与文字变得更加锐利清晰。

锐锋系列还配备LED背光绿色环保显示器,选用LED背光面板,无汞毒害;比4灯管CCFL面板节省50%功耗;用户还可以自己设定自动关机时间,显示器到设定时间后会自动关闭,即省电又可延长显示器寿命;还具备e-Saver和Eco Mode技术,以达到进一步省电的目的。

锐锋系列将分为2D版本与3D版本,分别都有21.5英寸、23英寸和27英寸三种尺寸,分辨率全部都是1920×1080,满足

1080P全高清电影点对点的播放需求。其中,锐锋3D版本拥有不闪式3D技术,画面更明亮清晰,3D效果无重影,不头晕;3D眼镜也更轻便,无辐射,是更健康的3D技术,也是未来立体显示的趋势。

在这些主要功能之外,锐锋系列还具备了一些人性化的特殊功能,如内置Screen+软件,可以将屏幕分成2个以上独立显示区域,分别显示不同内容,大大提高显示器的使用效率;画面比例自动调整功能,当用户输入4:3比例画面信号时,会自动满屏显示适合4:3比例画面,并保持画面不变形;动态色彩增强(DCB)技术,用户可自选屏幕中任何区域作为高亮显示以增强选中区域的色彩表现效果。

AOC锋锐显示器全方位考量消费者的创新应用需求,从设计到功能搭载,以锐不可当之势,为消费者带来全新“锐生活”的品质感受,也为2013年开年的显示器市场注入了一股新鲜的活力。

(叶子)



其余开支

除了以上三项主要用车成本外,INSIGHT每年应缴纳车船税为300元;每年日常清洗费用约为740元;过路过桥费和停车费每年大约2400元;意外开支费用是不可预测的,每年大约支出1000元左右;验车费以北京为例,大约在250元左右。

(晓丽)

保险费

在购买车辆时,除了交强险、车损险、第三者责任险、不计免赔险等必买险种外,车主可根据自身情况而购买其他险种。如此计算下来,INSIGHT一年的保险费用大约在4000元左右。

保修及保养费

车主从购车之日起,便可享受东风Honda3年10万公里的免保修政策。首次保养免费,小保养以5000公里为间隔,每年保养两次,每次的费用大约在500元左右。

周大福首次携手SK-II联合送出情人节限量组合吊坠

缤纷浪漫、甜蜜馥郁的2013爱情季即将来临,一直致力于成为全球客户最值得信赖的亚洲珠宝品牌周大福首次携手深受万千女性喜爱的顶级护肤品牌SK-II联合推出情人节限量“爱之匙·心之锁”组合吊坠,共同为爱侣们献上甜蜜的

节日礼赞,让相爱的人倾情表达浓浓爱意。

即日起至3月15日期间,凡莅临周大福门店及周大福网络旗舰店(www.ctfshop.com.cn)消费的客户即可享有特别优惠活动。

(杨子)



豪揽73项年度大奖 启辰元年星光闪耀



农历岁末将近,各大汽车媒体年度车型评选结果纷纷揭晓,东风日产启辰品牌表现颇为抢眼。截至2013年1月下旬,启辰品牌及车型共收获年度大奖73项,成为本年度中国车坛最受关注的“夺冠王”。与屡获大奖相呼应,2012年12月份销量再创新高,达到8226台。2012年,启辰累计销量达到4.2万台,刷新本土全新品牌上市首年销量纪录。

73项大奖力证“国民第一车”

2012年,是启辰品牌正式进入市场的第一年,启辰D50与R50两款高品质车型相继上市,凭借能效、空间、品质三方面的越级实力,立即赢得消费者认可,销量节节攀高,11月份销量突破8000台,12月份继续攀升到8226台,成为同价格区间畅销车型。

与火爆的销售相呼应,各权威媒体对启辰品牌及车型也不吝溢美之词,纷纷授予其重磅年度奖项。在启辰所获的年度大奖中,有“年度中国汽车品牌”、“年度最佳自主品牌”、“风云自主品牌大奖”等品牌奖项,以表彰启辰品牌在新车上市首年的卓越市场表现和对市场的深远影响;有“年度风云家庭轿车”、“年度最佳经济型车”、“最受欢迎自主新车”等车型奖项,表达市场对启辰D50这款“高品质宽适轿车”的肯定;更有“年度两厢车”、“年度风云两厢车”、“最受欢迎两厢车”等车型奖项,表现了市场对启辰R50这款活力两厢车的热烈推崇。新车上市首年豪揽多达73项殊荣,书写了中国车坛的又一新纪录。

业内人士评价认为,启辰品牌能在车市的微增长时代中异军突起,绝非偶然。启辰品牌从一开始就定位于“高品质国民车”,成立两年多以来一直在扎扎实实地锻造全价值链体系力,一鸣则已,一鸣惊人。同时,依托东风日产经营多年积累的丰厚经验,启辰对中国消费者需求的把握非常到位,通过最符合消费核心需求的产品,把体系能力发挥到最大,成就了新品牌上市第一年的赫赫成绩。

越级实力有口皆碑

启辰品牌在市场上的成功,根本上来说是其质价比的胜利。启

SKINFOOD美丽征集令 甜”蜜”迎春惊喜无限



忙碌工作不忘翘首期盼,欢乐祥和的蛇年春节,浓情蜜意的情人节还有融雪迎春的萌动讯号,都在向你招手!同样令人期待的还有SKINFOOD的美丽征集令,如今已陪伴大家走入第五期,感谢爱美食、爱美丽的

陶一矿党委“三个支撑”助推任务目标实现

在生产压力大、重点工作多的情况下,陶一矿党委依托“科技创新、人才战略、主题教育”三大支撑,助推任务目标实现。该矿把科技创新作为推进任务目标实现

C4L缺货需预定 THP车型受追捧

新年伊始,东风雪铁龙C4L便在这个购车小旺季上演了法系车的逆袭攻势,仅1.6THP车型销量就逼近4000辆,占总销量的80%。东风雪铁龙经销商反映:因为热销缺货,C4L需要提前预订。

买了一款热门车,却因为缺货提不了车,在外企上班的周阳碰到了这个问题。本打算春节开C4L走亲访友,却被东风雪铁龙4S店告知还不能提车,这让周阳很后悔没更早出手。

你一路支持,这一期惊喜将更大更给力!

2月1日至2月28日,访问SKINFOOD全国各大专柜,购物满98元并加入会员,就有机会参与抽奖,获赠令肌肤如抹了蜂蜜般绽放甜蜜光泽的SKINFOOD蜂蜜活颜系列产品,就让清甜可口的蜂蜜大餐陪你甜”蜜”过年!

SKINFOOD全新蜂蜜活颜系列是本季重点主打系列,护肤配方中的黑蜂蜜精华采集自被联合国教科文组织指定为世界自然文化遗产的亚洲南部热带雨林地区,颜色近似于黑色,含有多维生素、蛋白质、氨基酸、矿物质等营养物质,比一般蜂蜜更为珍贵稀有,具有更加卓越的抗氧化与保湿功效;而蜂蜜活颜系列中的另一主要成分,蜂王浆萃取精华,能够促进肌肤细胞的新陈代谢,有效改善干燥老化迹象,并提高肌肤免疫力,保持肌肤Q弹润泽,匀致健康,绽放蜜样光彩!

用美味食物制成的美味化妆品SKINFOOD已经拉响了2月美丽征集令,你够幸运吗,快行动起来才知道! (李 晓)

陶一矿党委“三个支撑”助推任务目标实现

的关键环节,加大对充填材料性能比测试,全面提高充填材料质量;建立尾浆排放仓,采取高压水吹风清洗管路法,保障充填管路畅通,完善充填工艺,提高充填效率。 (吴 博)

C4L缺货需预定 THP车型受追捧

C4L才上市两个月,为什么这么快就无车可提了呢?本市一家东风雪铁龙的经销商告诉记者:“这些人对动力和舒适性的要求都非常高,选来选去就选了C4L的1.6THP。”

对于C4L上市热销的强势开局,东风雪铁龙相关人士表示,已经进一步协调资源、扩大产能,尽可能满足消费者的提车需求。据悉,今年C4L将推出新车型,以使得车型覆盖更加全面,并迎来真正的热销。 (王 博)

冀中能源邯矿集团陶二矿工会“三公开” 理顺干群关系

冀中能源邯矿集团陶二矿工会认真执行厂务公开有关实施细则,坚持热点、难点、重点问题公开,并把公开内容与个人经济利益挂钩,使厂务公开工作落到实处。

热点问题公开,难点问题公开,重点问题公开。

通过“三公开”促进领导干部廉洁自律,也融洽了干群关系,增强了企业的凝聚力。(王丽红)



晨D50和启辰R50的相继推出,为中国家庭带来了全新实用之选,凭借全面领先同级的产品实力,更被冠以普及型中级车市“空间之王”、“能效之王”、“可靠之王”的美誉。

在空间方面,启辰D50和R50凭借2600mm的轴距和1840mm的室内有效车长,内部空间远远大于同级车型。在能效方面,两款车型都搭载了排量为1.6L的HR16DE冠军发动机,以强劲动力和超低油耗著称,百公里综合工况油耗仅6.4L,被消费者誉为中国“最省油的家用车”。同时,启辰两款车型出自东风日产全球标杆工厂,与奇骏、逍客共线生产,并遵循同样的全球品质标准,品质可靠性在4万多名车主中有口皆碑。

启辰品牌的服务水平更令人惊喜。依托“专属销售·共网服务”的独有模式,启辰向消费者提供可媲美大多数主流合资品牌的高品质、便捷服务。至2012年年底,启辰专营店数量已扩充至120家左右,并与NISSAN品牌的600多家专营店实现全网互修认证,二级网点数量已达到千余家,共同打造启辰“20公里服务圈”。启辰推出的多种附加服务都以“便利、贴心、高性价比”而深得人心,其丰富的无息或超低息金融方案被消费者誉为“最省钱车贷”。把实实在在的价值给予消费者,这是启辰在各个方面坚持的理念。

启辰新车上市首年的成绩再次证明,当前车市竞争已非单纯的产品力竞争,而是体系力竞争。启辰凭借体系力优势居高临下,因此实现了业绩与名誉的双丰收。面对2013年,已成功迈出第一步的启辰品牌更加信心十足,除了按计划继续投放新车型,更将致力于扎扎实实地提升客户价值,在技术、品质、服务三个方面全面“领航”,增长势头广被看好。

(张晓宇)