

节能欢乐购 潮礼拿回家 更多进口好礼就在LG“五一”促销



LG 节能欢乐购, 最潮礼品拿回家。
活动期间: 4月1日至5月31日
1. 凡购买节能惠民指定型号冰箱, 可免费获赠韩国原装进口 Glass Lock 钢化玻璃保温盒。
2. 凡购买节能惠民指定型号洗衣机, 可免费获赠韩国原装进口 LG 生活健康捍洗衣纸。
3. 凡购买滚筒洗衣机 WD-R12447DS

型号, 可免费获赠韩国原装进口空气除菌器; 购买多门系列指定型号冰箱, 可免费获赠韩国原装进口直饮水机。

此外, 4月12日至5月12日期间, “LG5.1 欢乐中国行”网络活动也火热启动。玩城市旅游网络游戏即可赚得大奖, 更有 LG 产品电子优惠券等着你!

“五一”假期将至, 家电销售也逐渐回暖到达旺季。LG 作为智能家电的领军品牌, 也贴心地为消费者准备了多项优惠促销政策。除购买指定家电即可获赠韩国原装进口好礼之外, 在4月12日至5月12日期间, 上网玩游戏也可以赢取大礼, 获得优惠。LG 白电产品贴心的设计、方便智能的使用体验和高端的产品性能一向为人们所津津乐道, 而此次丰富的促销活动, 相信能给消费者购买家电提供更多选择。

节能聚惠 进口潮礼拿不悖

一直以来, 以消费者为核心的销售理念

使得 LG 在“五一”到来之际又推出多项优惠活动, 以回馈消费者, 让消费者在家电购买旺季得到更多更大优惠同时, 也为绿色环保作出贡献, 让消费者以更实惠的价格买到放心、节能的家电。

据了解, 消费者在4月1日至5月31日活动期间, 只要购买 LG 指定的冰箱或洗衣机, 即可免费获赠韩国原装 Glass Lock 钢化玻璃保鲜盒、韩国原装进口 LG 生活健康捍洗衣纸、韩国原装直饮水机以及韩国原装进口空气除菌器等多种潮礼。这些礼物都是从韩国原装进口, 品质精良, 相信能够获得消费者喜爱。(具体型号请前往 LG 官方网站 www.lg.com/cn 或直接到店内查询)

LG 作为高端智能家电的领导者, 一直注意与时俱进。此次的“五一”促销活动, 不仅有传统的送礼、补贴等活动, 还推出“LG 5.1 欢乐中国行”网络活动。消费者在4月

12日至5月12日之间只要登录 lg.3g.qq.com, 通过玩城市旅游网络游戏的方式, 就有机会获得超值大奖, 同时还有机会获得 LG 产品电子优惠券。同时, 消费者还可以在 LG 海报张贴处通过扫描二维码加入活动, 了解更多活动详情。

智能家电 轻松惠享品质生活

一直以来, LG 都以消费者的需求作为产品设计和生产的最大考量因素。LG 凭借其尖端的科技水平和雄厚的科技实力一直走在智能家电品牌的前列, 今年推出的多款白电产品更是将高端、智能、绿色、节能的特点发挥得淋漓尽致。

LG 的“门中门魔力空间”冰箱能够有效减少冰箱门开合的次数和时间, 从而减少压缩机运转次数, 以达到节能的目的。同时, 门中门的独特设计也使得消费者在取用食材时更加方便。而多门冰箱的六种独立关闭组合能够避免食材相互串味, 还可以随心

所欲地控制冰箱各部分的开关, 同样达到了节能的目的。不仅如此, LG 还非常注重消费者的健康, 冰箱中安装有 LG 独创的 99.99% 抗菌过滤器, 能够去除食材上的细菌, 呵护消费者家人健康。

此外, LG 基于革新 DD 变频直驱电机技术和电流精准控制, 效仿人类洗衣的敲、搓、挤、揉、解 6 种洗衣方式, 创新性地设计出其独有的洁净敲、强净搓、穿透挤、浸透揉、舒缓揉、蓬松解这“6 种智能手洗”功能, 实现了像妈妈手洗般的超强洗涤效果。即便面对不同面料衣物, LG 12KG 大容量洗衣机, 凭借“6 种智能手洗”功能可以采用不同洗涤方式的组合, 在大幅度提升洁净度的同时, 还可以更加精致地呵护衣物。

LG 家电倡导“绿色健康”的高品质生活方式, 不断创新和突破其产品的绿色、健康功能, 以其智能科技, 为消费者带来轻松、健康的品质生活。(海 波)

2013 雅力士全国挑战赛天津站火热招募中

想零距离感受雅力士带来的驾控乐趣吗? 只要你车技过硬, 有一展漂移风采的决心, 那么赶快来参加“随心驾驭, 挑战激情”——2013 雅力士全国挑战赛天津站的比赛吧!

4月29日至30日, 2013 雅力士全国挑战赛将连续两天在天津梅江会展中心正门举行。今年, 雅力士全国挑战赛会与地方车展紧密结合, 车迷朋友可以一边看车, 一边现场报名参加赛事。

活动现场准备了丰厚的奖品, 除了所有参加挑战赛的消费者可以获得参与奖一份外, 获得本赛区前三名的选手也可以赢取价值不菲的苹果产品大奖, 并将作为天津的代表参加 8 月在广州举行的年度总决赛, 挑战个人赛和团体赛冠军大奖。此外, 现场还将设置装箱达人挑战赛、酷车美人拍等互动游戏



环节, 消费者可以通过参与这些互动环节, 获得挑战赛专属礼品甚至是购车礼包。

精彩赛事不容错过, 如果你想与高手并肩作战, 共享冠军光芒, 赢取大奖, 敬请留意 2013 雅力士全国挑战赛的活动信息, 也可以关注广汽丰田的官方微博 <http://weibo.com/gactoyota>, 随时了解赛事的动态。(林 雅)

住友建机产品上榜中国工程机械年度 TOP50

近日, 2013 工程机械产品发展(北京)论坛暨中国工程机械年度产品 TOP50 颁奖典礼盛大举行, “中国工程机械年度产品 TOP50”也在现场隆重揭晓。作为住友建机在 2013 年春最新升级推出的大型挖掘

机, 雷捷斯特 SH480HD-5 所体现的出色运动性能、良好操作性能及舒适特性都深获专家、同行与用户的认可。入选“中国工程机械年度产品 TOP50”, 显示了其强大的行业领导力。(李 苗)

索尼智能新品炫彩亮相

Xperia·SP M35h 与 Xperia·SP M35c 延续了 2012 年市场热捧机型 Xperia·S LT26i

的灵睿透明带设计。随心而闪的炫彩透明带不仅可以根据主题及图片的主色调

进行变换, 更可匹配来电、通知进行个性化定制。(周 小 海)

新世代天籁领衔 东风日产破行业“春寒”

开年以来, 春寒料峭, 车市也照例进入淡季。然而, 随着东风日产新世代天籁于 3 月 18 日震撼上市, 东风日产在 3 月取得了良好的成绩, 双品牌共取得 61321 辆的销量, 率先破除行业“春寒”。

东风日产乘用车公司副总经理任勇表示, 随着新世代天籁的全新上市, 东风日产全面打开了 2013 年发展新格局。在接下来的时间里, 东风日产将始终以“客户至上”理念为一切工作的出发点, 坚持为消费者打造精彩的“人·车·生活”。



销量稳定 第一季度市占率目标完成

3 月, 东风日产双品牌销量稳定, 全面破除“春寒”带来的不利影响; 在新轩逸和 SUNNY 阳光的强势带领下, NISSAN 品牌共取得 54365 辆的销量, 第一季度的市占率目标圆满完成, 经销商的库存也全面下降; 而启辰品牌的表现也不遑多让, 6956 辆的 3 月销量, 也让启辰品牌累计销量突破 6 万辆, 成为中国合资自主品牌耀眼的明星。

具体来说, 东风日产在中级车市场取得巨大成功, 为东风日产抢到更大的市场份额。新轩逸和 SUNNY 阳光销量双双破万辆, 分别以 19637 辆和 10255 辆的销量, 牢牢地占据了一席之地; 新 THIDA 也斩获了 8192 辆销量。三强联合, 以“铁三角”之势, 帮助东风日产成为中级车市场上最大赢家。

在 SUV 市场上, 新逍客的表现也不遑多让。凭借出众产品力优势和品牌定位, 新逍客 3 月销量达 9559 辆, 以 15.3% 的同比增长率, 成功地在 SUV 市场第一军团站稳脚跟。

启辰品牌的表现也十分抢眼。启辰 D50 和 R50 分别取得了 3950 辆和 3006 辆的良好成绩, 某些地区甚至出现供不应求

的情况。更让人欣喜的是, 自 2012 年 4 月底首款新车上市, 至今尚不足一年, 启辰品牌累计销量已突破 6 万辆, 继续书写着中国全新能源汽车品牌的销售速度。

“虽然东风日产 3 月份的销量与 1 月份相比还不够理想, 但是我们在面临天籁和骐威两款重磅车型换代清库的情况下完成的。随着新世代天籁、2013 款启辰和新世代骐威的相继上市, 东风日产双品牌在接下来的 3 个季度内, 必将取得更好的成绩。”东风日产市场销售总部副总部长杨嵩如是说。

新世代天籁上市 产品矩阵羽翼更丰

3 月 18 日, 新世代天籁在浙江湖州隆重上市。凭借着四大领先优势和 17.78 万元至 24.48 万元的官方指导价格, 新世代天籁全面超出市场与消费者的期待。

更值得一提的是, 伴随着新世代天籁的震撼上市, 国内首个针对新车上市的创新服务模式“天籁行动”也正式启动, 包括“7 天包换”、“60 天免费出险代步”、“3 年 CARWINGS 智行 + 免费享”三大服务内容, 为新世代天籁车主构建专属的诚意服务, 也彰显了东风日产强大的企业实力。

业内人士表示, 拼产品、拼价格已然落伍, 谁能有“底气”为实现消费者价值而战, 谁也就有了笑傲车市的“底气”。新世代天籁在产品力和价格方面都极具竞争力, 其推出的创新服务模式“天籁行动”更是首开行业先河, 引领中高端车市场从“拼产品”到“拼服务”的转变, 全面刷新了市场的价值新标准。在微增长的大背景下, 东风日产借着新世代天籁的上市, 又在“价值战”中打了漂亮一战。

其实, 这早已不是东风日产对价值最大化的第一次尝试。不管是去年钓鱼岛事件之后的“安全保障承诺”, 还是广州车展上趁热打铁出台的“品质无忧承诺”, 再到今时今日的“天籁行动”, 东风日产延续着“想客户之所想, 做行业之未做”的开拓之路。而其中所折射出的, 正是东风日产践行“客户至上”的品牌核心内涵的不懈努力。

对此, 任勇表示: “新世代天籁的上市, 让东风日产拥有了更为强大和完整的产品矩阵, 也使东风日产发展的羽翼更为丰满。目前来说, 终端对新世代天籁反应热烈。在未来, 东风日产会在新世代天籁的领衔之下, 以更为贴心的服务, 为实现超过 400 万消费者的价值而战。”(陆山岭)