



## 阳光56生活圈：一份来自5.6L的“小确幸”

最近时间以来，全国各地的新阳光车主似乎都在热衷于同一件事情，那便是趁着周末之际，驾车去临近百公里的地方走走看看，感受一下不同地方的风土人情。一时之间，那些原本相隔百里的不同城市因为新阳光的缘故，正在逐渐形成一个新的生活圈，而这正是专属于广大新阳光车主的“阳光56生活圈”。

对于这些车主而言，新阳光百公里综合工况5.6L的超低油耗，正是支撑他们得以跨越百公里距离去享受不同生活乐趣的底气之所在。而这，也就是“阳光56生活圈”名字的意义由来。

现如今，买得起车，但用不起车，已经成为车主们共同面临的一个尴尬局面。一方面是国内油价不断上涨所带来的高额油费负担，另一方面则是售后维修所必须的经济支出，基于“荷包”所要承受的巨大压力，车主们其实很难真正做到轻松地享受用车生活。

“以前也很喜欢在周末开车带家人去兜风，但是一趟下来，高速费再加上油费，只要想到会花不少银子，在玩的时候也不那么尽兴了。”一位来自广州的新阳光车主李先生这样描述自己以前的用车生活。而购买了新阳光之后，其搭载的同级独有的“燃油双喷发动机”+“XTRONIC CVT无级变速器”的黄金动力组合，不负众望地实现了5.6L的超低百公里综合工况油耗，无疑解决了李先生在油费上的后顾之忧。“我们一家三口坐在里面，百公里油耗才6L，算下来一公里才4毛多，与以前相比，实在是省了不少。”现在，周末开车去临市“溜达”已经成为了李先生一家人的固定娱乐节目。

然而，新阳光出色的燃油经济性能，为李先生带来的不仅仅是视野上的拓展，还为他带了很多志同道合的朋友。

在一个新阳光车主的QQ群里，有很多和李先生一样喜欢自驾游的车主，摆



脱了油耗烦恼的他们，常常会组织自驾游活动，“一来二去中，大家的关系也越来越亲密，前段时间，关于小孩上学的事

情还多亏了这些朋友的帮忙。”李先生这样说道。

而为了让许多像李先生这样的新阳光

车主能够尽情享受“56生活圈”所带来的精彩生活，新阳光还推出了常规的3年10万公里以及“60天免费出险代步车”等服务政策，从而减轻他们的用车负担，让他们可以安心用车。

“我们希望通过具有诚意的产品和服务，让新阳光能够为消费者的幸福生活加分”，一如东风日产市场部部长熊毅所期望的那样，新阳光正以其出色的燃油经济性能和超值服务，为众多像李先生这样的新阳光车主构建出了一个崭新的生活圈，从而满足这些车主对于细微而又踏实的幸福生活的殷切希望。

消费者是聪明且敏感的，他们能够清晰地感知到一个产品是否用心以及它的用心的程度。因此，在竞争日趋激烈的汽车销售市场上，谁能用心倾听消费者需求，用心解决好消费者的后顾之忧，谁就能赢得他们的芳心，成为市场的赢家。在上市以来的这几个月时间里，新阳光凭借对消费者心理需求的精准把握，获得了市场热烈的反响，在销量一路走高的同时，也赢得良好的用户口碑，成为入门级家轿市场上强有力的掠夺者。

长跑的枪声才刚刚响起，随着时间的推移，相信凭借着极具诚意的产品和服务，新阳光的销售市场必将进一步扩大。届时，也会有越来越多的人，有机会享受到“阳光56生活圈”所带来的精彩汽车生活，去亲自感受这一份来自5.6L的小小幸福。（杜威）



### “榴乡”天下——褚军和他的“榴乡屋”

中国传统文化视石榴为吉祥物，视它为多子多福的象征。山东枣庄是我国石榴的主要产地。具有吉尼斯记录的万亩榴园坐落于枣庄，使枣庄石榴更闻名遐迩。枣庄石榴主要产于枣庄市峄城区东西40多里长的连绵山脉上，那里生长着530万株46个品种的石榴树，有着闻名遐迩的万亩“冠世榴园”。

在这“冠世榴园”里盘踞着褚军的“榴乡”天下，它就是褚军全球首创的“榴乡屋”，以石榴为主题的健康生活馆连锁经营实体，“榴乡屋”里的产品使用的就是褚军的家乡山东枣庄的石榴。

据褚军说，杨贵妃特别喜欢石榴花，并亲自刺绣石榴花裙，文武百官但凡见贵妃石榴裙来，即纷纷下跪。这便是“拜倒在石榴裙下”的出处，不过，在今天，其所指已经完全变了。另一个著名女人口味刁钻，但也对

石榴情有独钟，那就是武则天，她甚至还为石榴封了一个“多籽丽人”的名号。“多籽”即“多子”，即便是在现代社会，石榴传统意义上的如此指向依然为国人喜闻乐见。

石榴有补肾强腰膝的作用，它含有丰富的锌、镁等微量元素。当体内缺锌、镁时，可表现为抑郁、恐惧、情绪紧张、眩晕或肢体痉挛等，而吃含镁丰富的石榴，恰恰可以调节体内电解质平衡，增强中枢神经系统细胞膜的稳定性，有安神作用。此外，石榴中还含有多酚物质、黄酮类化合物还有植物雌激素，能够抗氧化，清除自由基，改善机体新陈代谢。

褚军的“榴乡屋”就是利用石榴这个吉祥物，以石榴产品展示、销售、石榴文化体验、招商功能为一体的大型连锁经营平台，推动全球石榴产业发展和打造石榴品牌等方面的提升，弘扬石榴文化、引导石榴消费，开拓石榴

市场，促进石榴增收，真正体现“石榴之源，石榴之韵”的重要地位和独特魅力。

现在褚军的“榴乡屋”有石榴鲜果、石榴原汁、石榴红酒、石榴茶叶、石榴花茶、石榴咖啡、石榴籽油、石榴小食品、美容护肤、保健养生、家居生活11类产品。其中的榴乡牌石榴花蜜由蜜蜂从山东天然石榴林的石榴花上采集而来。纯天然基地放养，天然成熟的石榴花蜜富含抗氧化物。许多研究表明，石榴花蜜还能够有效抗癌，促进血液循环及保护心脏健康。

褚军的“榴乡屋”以石榴为主题的健康生活馆，汇集国内外高品质石榴系列产品，提供石榴主题健康生活的增值服务，引领了高品质的健康生活方式，品鉴石榴文化的精华典藏，把“安全、营养、有机”的绿色产品引荐给社会大众。“榴乡屋”不仅把健康食品 and 国内人民一起享用，更把它推广到欧洲、美洲、澳洲等地，真正做到了“榴乡”天下。（常乐）

### 原装色带——现代化办公的明智首选

在现代化办公高速普及的今天，无论是政府、金融还是企、事业单位，在选择办公器材方面，越来越重视办公耗材的实用性和性价比。爱普生原装色带不仅能提高工作效率，降低整体使用成本，而且环保安全，是现代化办公的明智首选。

#### 提高工作效率

原装色带有着良好的质量和精巧的结构设计，能够最大限度减少扭曲、松动和卡带问题，保证工作的连续性，同时和打印机的契合度更高，将打印机的故障率降到最低，保证稳定高效的工作效率。

#### 降低办公成本

我们做个对比，使用爱普生原装色带，打印字符数在835万左右，而非原装色带打印字符数

在48万至120万；原装色带带芯长度是60米，非原装色带则大约在15米至40米。虽然非原装色带单价低于原装色带，但是我们如果按一年估算总体打印成本，非原装色带的花费约是原装色带的5倍。同时随着时间的推移，当非原装色带开始褪色和不稳定时，爱普生原装色带依然可以使打印效果保持一致，字迹清晰，颜色均匀。

#### 节能环保安全

爱普生原装色带完全遵守中国及欧盟有害物质限制(RoHS)的指导方针。而绝大多数非原装色带则不符合欧盟环保标准，长期使用不仅会对我们的健康造成一定的影响，还会对环境造成影响。所以为了自身的健康，也为了我们生存的环境，建议您使用爱普生原装色带。（芳芳）

### 青蛙王子公益大讲堂：父亲教育不可缺失

新一代父母对孩子的教育都十分重视，社会上关于育儿的话题也越来越多。我们发现，过去儿童教育中，社会上似乎尤其强调母亲的力量，相关的书籍、研究十分丰富。同时，在“男主外，女主内”的中国传统观念影响下，有关父亲教育的话题特别少。

为了深入探索父亲教育话题，近日，一场由青蛙王子(中国)日化有限公司及中华少年儿童慈善救助基金会、青岛种子联合举办的大型儿童

公益教育讲座在北京开讲。活动以“你爱对了吗？发现父亲”为主题，邀请到父亲教育专家东子作为主讲嘉宾。青蛙王子公益大讲堂活动开展已有3年，深受各地父母的喜爱。

讲座上，东子与到场300多名观众分享了对父教的想法。东子认为，父亲在家庭教育中的淡出，在一定程度上影响了孩子乐观、自信、大度、坚韧、勇敢、果断等性格品质的形成。（红心）

### 春水堂69购物节开打价格战

国内成人用品电商龙头春水堂日前宣布正在与投资基金沟通B轮融资，估值约在3亿元左右。春水堂创始人蔺德刚表示，2013年初，春水堂A轮融资已接受合力投资(合之力鸿轩(上海)创业投资中心(有限合伙))和龙城英才(常州龙城英才创业投资有限公司)2000万元投资。

“这笔钱将用在产品研发和客户回馈上”，蔺德刚说。6月9日，在春水堂首创的69成人用品购物

节中，除了全场大折扣外，春水堂还会准备6.9万件产品，用户只需0.69元就可秒杀。同时有69个世界级大品牌联合促销，送690万张优惠券给客户。

春水堂由蔺德刚创立于2002年12月，是中国最具品牌知名度的情趣用品网上零售商和品牌商，销售两性健康护理、性玩具、性感服饰这三大产品品类，2013年销售收入近1亿元，并获得著名风险投资公司投资。公司计划2017年在中国创业板上市。（魏文）

### 蒋锡培：互联网时代企业的品质与品牌平衡

随着国内经济的飞速发展和与国际市场不断地深入接触，原本国内企业依赖低成本开拓市场，增加资本积累的优势已经逐渐减弱。同时，互联网尤其是大数据的急速发展，又给企业的发展带来巨大挑战。当前的市场，既要求企业不断提升产品品质，同时又要在激烈的竞争中增

强自身的品牌影响力。对此，远东控股集团董事局主席蒋锡培表示，在大数据时代，数据就是信息，而信息就是财富，远东控股集团将通过数据的有效把控，实现企业品质与市场品牌的共进和平衡，充分提升企业能效管理，使集团成为全球能效管理和投资管理的专家。（小雨）

### 重回“一线家电”序列 荣事达“焕然一新”

界交出了一份令人“惊叹”的答卷。

9个月时间，冰、洗销售额突破10亿元；市场持续增长，凭卓越品质揽获行业八项重磅大奖；全国市场迅速恢复，洗衣机、冰箱网点超过1.2万家；线上线下精耕细作，强势进驻京东、天猫等电商平台……自去年回归合肥三洋以来，荣事达在品质管理、营销渠道变革、产品力塑造等方面快速前行，一连串的成绩也在昭示着荣事达品牌已重回“一线家电”市场序列。

对荣事达来说，在过去一年里轰轰烈烈展开的这场变革，聚焦的正是“品质”。在充分意识到市场环境、产品竞争、人们消

费观念发生着裂变之后，荣事达开创了一条属于自己的品质变革路。而这条路的成功行进，也有着多方原因……

在刚刚结束的荣事达产品品鉴会上，代言人海清也通过自己的“身体力行”向消费者传递出对荣事达的信心，而这种信心是对品质“好品质”的最佳解读。

“志之所趋，无远弗届，穷山距海，不能限也”，对荣事达来说，这场品牌回归的战役刚刚打响，在合肥荣事达三洋打造“白电王国”的家电梦之下，其角色也显得越来越重要，这条品牌发展的路径也将在品质基石下呈现出更加平坦、通途的景象。（东丽）



荣事达能否重现上世纪90年代“时代潮”的辉煌？合肥三洋能否让荣事达“焕然一新”？从去年4月荣事达宣布回归合肥三洋起，类似的话题就一直热度不减。

对于外界投射的“关注”，智者总会选择把“行动”作为答案。在品牌回归一年之后，始终保持着“低调、内敛”的荣事达向外

### 全新潘婷植物精萃净润养护系列荣耀上市 零负担养护润泽秀发

近年来，随着“植物保养”观念的深入人心，人们对于植物成分的追求也逐渐趋向于“高纯粹”与“高浓缩”，精油便应运而生，在护肤、美体等领域得到了广泛运用。经过潘婷科学验证，精油对于受损秀发的修护同样卓有成效，精油所含有的多种珍贵脂质就像受损秀发的“天然润

肤露”，能够给予秀发润养修护。为了打造完美的植物精油护发体验，潘婷汲取具有“人间仙露”之称的摩洛哥坚果精油，荣耀推出全新潘婷植物精萃净润养护系列。

潘婷将摩洛哥坚果精油与特有的维他命原Pro-V有机融合，为每一根发丝提供更多的营养与

充足的脂质，滋养秀发，使其恢复丝质柔亮，焕发新的活力；同时，摩洛哥坚果精油中的抗氧化成分与维生素E能够强化发根区域的保湿屏障，令秀发与外界损伤隔离。添加了充足摩洛哥坚果精油的潘婷植物精萃净润养护系列，无时无刻都能够为秀发带来充足营养。（陈松）

