

饮水换代

美的净水机剑指千亿饮水市场

拉菲酒庄看好优传“保税区”模式

日前,净水机领跑者美的借五一黄金假期发起了“饮水升级,美的先行”的净水机普及活动,在活动期间,美的净水机首次向市场投放零售价格突破一千元的高端品类反渗透净水机。美的表示,此次活动旨在推动国人饮水方式的升级换代,促进净水产业升级。

改革开放以来,家庭饮水方式已经走过了三代,发展到了第四代。第一代是七八十年代的烧开水,那时候的水源状况较好,细菌和病毒是主要的有害物,只要将水烧开基本就能满足安全饮水需求。

到了九十年代,随着工业化快速发展,水源也受到了不同程度的污染,水垢、重金属、有机物、余氯、管网污染成了主要的污染,第二代饮水方式——桶装水随即迅速成为主流。

但随着负面新闻的不断曝光,消费者对饮水机二次污染的认识不断加深,水质简易净化产品凭借方便、价格低等优点备受消费者青睐,家庭饮水方式进入到了第三代。

但水质简易净化产品受限于体积小、不接电、无压力等先天不足,净水精度低、寿命短、易失效成为简易净化时代的三大主要缺陷。以水质深度净化为标志的第四代饮水方式净水机逐渐



工作人员在向客户详细介绍美的净水器

成为中高端消费群的主流饮水方式。

净水机以其健康安全、经济方便等特点深受消费者喜欢,越来越多的消费者在家居装修时将净水机作为必配件,家居整体化、集成化成为家居现代化的主要趋势。

美的净水机是美的集团与韩国领先的净水机品牌清湖株式会社在2006年合资的项目,该项

目集美的强大的品牌号召力、生产制造力和清湖成熟的技术于一体。

通过四年多的发展,建成了国内最大的净水机研发、制造、供应链平台,建成了包含滤芯生产在内的国内最完整的产业链,投资2000万建立了国内最先进的实验室,并依托美的集团千亿级的产业规模和国际化战略采购平台,迅速扩张成为净水机行业最具规模、综合竞争力最强的专业净水机供应商。

笔者从美的获悉,美的净水机已经确定新的净水产业园区规划,将投巨资建设一个现代化、智能化的净水产业基地,园区建成后产能将扩大到现有规模的十倍以上,将形成在技术、产能、成本、供应链等方面的核心竞争优势。

美的净水机国内营销公司总经理赵俊平先生表示,作为国内最具规模和实力的净水机制造企业,美的一直致力于让消费者购买到更高的性价比的商品,此次发动“饮水升级,美的先行”的净水机普及活动,推出最低售价仅998元的反渗透净水机。

目的在于让更多的消费者关注饮水健康,关注饮水升级,让更多的消费者享受到健康饮水,提升生活品质,为行业造福,为消费者造福。

近日,在波尔多当地,拉菲庄园第五代继承人埃里克·德·罗斯柴尔德男爵(Baron Eric de Rothschild)的亲自安排下,拉菲庄园董事总经理夏尔·瓦里耶(Charles Chevallier)设宴款待了厦门优传酒业宁晓晖一行。陆续参观了拉菲的酿造场所和地下酒窖,并领先品尝了2010年拉菲期酒。

纵观目前的中国葡萄酒市场格局,厦门优传推出的进口酒庄保税区连锁模式对拉菲酒庄颇具吸引力。厦门优传一方面由保税区政府、海关、国检联合监督保证货源纯正,另一方面以现代化平台运营模式减少流通环节,提升渠道效率,极大地压缩流通成本以提升流通品质。

拉菲作为全球最顶级的葡萄酒,深受国人热烈追捧。但有限产量和庞大需求的失衡造成巨大的市场真空,如何探寻出在中国葡萄酒市场的健康持续发展之路,是以拉菲为首的全球顶级葡萄酒酒庄面临的现实问题。

拉菲希望通过营销渠道的健全和扁平化,给消费者带来品质纯正、价格适中的拉菲葡萄酒,而不是成为市场投机工具。

中兴 Blade V880 新品上市

中兴通讯与中国联通携手合作,将目前热销于全球的Android智能手机Blade V880正式引进国内。

借助联通3G网络与广阔的销售渠道,中兴通讯与联通双方的强强联合,必将让中兴Blade V880在国内中高端智能手机市场再掀热潮。

杨羽

空气能热水器仍缺旗舰品牌 阿里斯顿将擎领军大旗

这几年,可再生能源行业的政策倾斜和高利润的驱动,使家电产品不断转型,如阿里斯顿3月节能高达66%空气能热水器新品上市,创行业新标,为实现行业低碳绿色的可持续发展写下浓墨重彩的一笔。

本次阿里斯顿空气能热水器首度实现“双效66%”:即绿色环保,减少至少66%的碳排放;高效节能,相比普通电热水器节能66%以上,是目前市场上能效比最高的热水设备之一。空气能热水器在工作时,由压缩机驱动,把周围环境空气中的能量通过蒸发器吸收进来;然后通过冷凝器把热量传递到水箱,从而加热水箱里的水。

阿里斯顿本次推出的e睿系列空气能热水器新品更是将空气能热水器的性能发挥到极致,节能低碳,堪称业内标杆。

国人饮食结构亟待打破 “魔娘”引爆千亿低脂健康产业

近日,食品行业迎来历史剧变的契机。我国近十年来形成的国民不合理的饮食结构有望被打破,取而代之的将是低脂健康的日常饮食,“打响这场战役第一枪的,无疑是魔娘”。中国医师协会会长、卫生部健康教育首席专家、原卫生部副部长段奎如是说。

“魔娘”品牌的正式面世,揭开了低脂健康产业这一新兴市场的面纱,同时激发了现代人更多对于健康饮食、健康生活的思考。“低脂健康”将成为这个时代饮食的绝对主题。富程集团的“魔娘”品牌和产品的正式亮相,正是这个时代主题揭幕的最好诠释。

国酒国学相映成辉、大师大智享誉世界

长城桑干香飘百年清华

2011年4月24日,中国最知名的高等学府之一清华大学迎来了百年华诞。海内外五万清华学子返回母校,庞大的学子规模、顶尖的名流人士和众多国家领导人聚集在清华大学,共庆百年校庆。国家相关领导人不仅亲至清华大学考察,同时在校庆当日发表重要讲话,清华大学的校庆,因为众多国家领导人和社会知名人士的出席,引起了海内外人士的广泛关注,其事件影响力巨大。

在当晚的庆祝晚宴上,来自海内外的各届清华校友共同举杯欢庆清华百年华诞,与清华大学造就的社会精英交相辉映的长城桑干酒庄酒,也成为了庆典上一道引人注目的文化风景。

在这个庄重而特别的场合,作为国家文化名片之一的“国酒”长城,用历久弥香之作向中国具影响力的学府之一百年清华致以特别的敬意。国酒国学,相辅相成于中国崛起之时代,共同构筑出一种中国精神的强大气场。

长城历经数十年的品牌文化积累,不仅成为中国葡萄酒第一品牌,更对国内行业标准的制定、

人才培养和服务体系的完善做出了重要贡献。

建立中国特色葡萄酒文化推广平台,传承中国五千年来饮食、饮酒文化,并兼收并蓄葡萄酒新、旧世界的美酒文化,向中国乃至全球消费者传播中国特色葡萄酒文化理念,这不仅成为长城葡萄酒全球化战略的重要组成部分,更是长城葡萄酒作为民族品牌自觉承担的社会责任。

翻开中国现代史,长城桑干酒庄酒以其非凡的品质和口感成为中国款待众多外国元首要客时国宴场合的必选酒。无论是来自葡萄酒故乡的法国总统希拉克,还是拥有超过300年历史私人酒窖的英国女王伊丽莎白二世,亦或是来自美国的里根、布什父子、奥巴马四位总统,在为其专设的招待国宴上,都洋溢着长城桑干酒庄酒的“中国味道”。



人才辈出的清华大学,可谓中国大学精神的缩影,而葡萄酒作为一种世界性饮品,同样也是一个国家文化的写照。作为中国品牌的代表,长城多次依托国家重大事件,让中国乃至全世界的消费者了解东方葡萄酒的历史积淀和文化。

在奥运会、世博会、博鳌亚洲论坛等中国彰显话语权的全球影响力事件中,长城以桑干酒庄酒为代表,见证了中国逐步步入国际舞台中心。代表东方葡萄酒文化的长城,已成为中国与世界交流不可或缺的“国家名片”。

一所国学,一瓶国酒,共同文化根基孕育出不同国家名片。当长城葡萄酒引领中国葡萄酒行业重构葡萄酒世界三足鼎立的全新版图之际,长城桑干酒庄酒也在用三十年峥嵘岁月中篆刻下的传奇与精彩,以传承国酒荣耀的无比自信,引领着中国葡萄酒行业在世界的全面崛起。

合肥三洋再掀价值促销巨浪

买三洋变频洗衣机送 iPad 平板电脑

笔者近期走访各大卖场获悉,一直以来以技术领先著称的合肥三洋此次又独辟蹊径,再掀价值促销巨浪。

在“变频洗衣 首选三洋”的促销主题统领下,价值层层叠加,力推消费升级。尤其是主推的买三洋变频洗衣机送IPAD平板电脑活动象一枚“重磅彩弹”,为消费者切实奉献了一场精彩纷呈的时尚和价值盛宴,在市场上和行业内产生了极大的影响。

合肥三洋本次推出的送IPAD平板电脑的价

值促销活动从4月1日到5月3日,延续一个多月之久,跨度时间之长,促销力度之大,覆盖范围之广可谓盛况空前。

作为世界变频洗衣专家,合肥三洋不仅率先将变频技术广泛应用于波轮、滚筒洗衣机上,同时也是将空气洗、超声波、电解水等洗涤核心技术与变频技术嫁接得最成功的企业之一。

此次“变频洗衣 首选三洋”的变频促销战役,除了赠送IPAD苹果电脑之外,合肥三洋在每个产品价格段均有物超所值的高价值赠品匹配,

以保证购买各个价格段的消费者均能各取所得,为各层次的消费者能实实在在享用合肥三洋的促销餐餐大餐提供了多种可能。

行业分析人士指出,合肥三洋此举成功地击碎了因日本地震而导致的日系家电产品价格上涨的市场传言,稳定了消费者的购买高端产品的信心。

让原本波浪起伏的4月洗衣机家电市场显得格外理性有序,合肥三洋的价值促销巨浪必将在今年的洗衣机市场上荡涤价格战。

纳威司达任命 特洛伊(TROY CLARKE)为亚太区总裁

在公司与江淮汽车合资之际,前通用汽车高管的加盟将加快公司在中国业务的发展。

(上海,2011年4月20日)——在第十四届上海国际汽车工业展览会上,纳威司达公司宣布任命特洛伊先生(Troy Clarke)为纳威司达亚太区总裁。

纳威司达董事长、总裁兼首席执行官丹尼尔·尤斯蒂恩先生表示:“我们非常高兴特洛伊先

生能够加入到我们的团队,领导我们在中国的业

务。特洛伊先生曾任通用汽车亚太区的主管,他在本地区和汽车行业的宝贵经验,将为纳威司达在亚太区和中国的发展带来重要价值。”

特洛伊先生2009年12月加入纳威司达,担任公司负责战略规划的高级副总裁。之前,他在通用汽车工作了35年。

特洛伊先生于1973年加入通用汽车的庞蒂亚克业务部,并担任过一系列重要的管理职位,包括通用汽车墨西哥公司总裁和董事总经理、负责制造和劳工关系的副总裁,以及通用汽车亚太区总经理。

克拉克先生拥有通用汽车学院机械工程学学士学位,以及密歇根大学MBA学位。

2010年9月,纳威司达与安徽江淮汽车有限公司签署了合资协议,共同在中国开发、制造和销售先进柴油商用发动机和先进商用车。

特洛伊先生表示:“与江淮汽车合资是纳威司达全球发展的重要一步,我对能在此关键时刻领导公司在亚洲的发展深感荣幸。”

纳威司达对中国市场非常重视。中美两国在基础设施发展等诸多方面都有许多相似点,我们



纳威司达亚太区总裁特洛伊先生(Troy Clarke)

可以利用相关的经验,以及我们在创新方面的优良传统,帮助中国降低物流成本,助力中国实现经济发展的目标。

随着我们在亚太区业务的不断扩展,与江淮汽车这样有实力的伙伴合资,将有助于我们快速了解本地市场。”

合资公司的成立还有待于其他一些程序性步骤的完成,以及各方一些辅助性商业协议确认。

