

重温建党岁月 回首国酒历程

长城桑干酒庄推出献礼巨作 “红色藏酿·记忆90”



中央山谷……引领国产葡萄酒走向国际化，改写了以往由旧世界、新世界主宰全球葡萄酒的格局，形成三足鼎立之势。

美酒入喉，河谷产地特有的雄厚神韵在口中回荡，澎湃的酒香让人在历史与现实间穿行。作为国酒，长城桑干见证了中国崛起的每个重要历史时刻。翻开中国30年来的外交史册，无论是法国总统希拉克，还是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，在为他们专设的招待晚宴上都洋溢着长城桑干酒庄的“中国味道”。同时，长城桑干酒庄还曾是北京奥运会、上海世博会、广州亚运会、亚残运会、APEC财长会议、达沃斯论坛、亚洲博鳌论坛等重大国际活动中的美酒主角。凭借这些大事件平台，长城桑干让世界品味到了中国的力量，而随着建党90周年纪念酒的问世，全球将再次在杯中聚焦这个生机勃勃的崛起大国。

散发李子、黑莓和淡雅的矿物香气，这被称为纯正的东方风格酒香。上世纪70年代，国家五部委组派专家在怀来沙城建起了中国第一家世界级酒庄——长城桑干酒庄，划时代酿出中国第一瓶国际标准的长城葡萄酒。此后30余年，长城品牌的产地遍布于怀来、昌黎、蓬莱、天山、贺兰山、法国波尔多、智利

日前，为了纪念改天换地的90载红色浪潮，长城桑干酒庄独家推出庆祝建党90周年限量专供酒。正如一位老八路品评说：“党的历史也像一杯美酒，曾经浓郁，今更芬芳。”

开启“红色藏酿·记忆90”，耀眼的宝石红源自中国独有的200万年泥河古化石土壤葡萄园。位于河北怀来桑干河畔的长城桑干酒庄，不仅拥有独特微气候，还得益于这片英雄土地的滋养。这里是董存瑞的故乡，作家丁玲曾在此写就了《太阳照在桑干河上》。建国后，周总理更指定这里产的葡萄酒代表中国参加莱比锡国际食品博览会。岁月的年轮为日后国酒长城蕴含的红色骄傲酒液埋下了伏笔。

轻轻摇晃酒杯，这款由国际名种赤霞珠、梅乐酿制的干红，经法国橡木桶陈酿后，

除菌有绝招

松下阿尔法打好衣物健康保卫战

炎炎夏日，闷热潮湿的天气不仅让人酷热难耐，而且还助长了各种有害细菌的滋生和蔓延，为此高效除菌成为不少市民选购洗衣机的重要参考标准。

笔者走访各大卖场发现，近年来具有抗菌功能的洗衣机的比例不断上升，日渐成为高端市场的新宠。松下斜式滚筒洗衣干衣机阿尔法系列，通过搭载三重除菌技术和卓越的烘干功能，全方位保卫衣物健康，在众多同类产品中脱颖而出，受到消费者的青睐。



高温除菌技术，则构筑起第二道防线。它可以将水加热到90°C来洗涤，有效去除衣物上的细菌，尤其是对需要保持高度清洁的婴幼儿衣物、寝具等除菌效果特别显著。而筒干燥和筒洗净功能，则对洗衣机进行自我清洁，杜绝“二次污染”，为衣物健康做好第三重保障。

卓越烘干技术，雨天也可以即洗、即干、即穿

夏季降水较多，空气湿度大，尤其是南方的梅雨天，更是阴雨连绵不断。在此情况下，洗涤后的衣物无法得到充分晾晒，很容易产生异味或滋生细菌，不利于衣物健康。不过，松下贴心地为洗衣机搭载了非常实用的烘干功能，就让问题迎刃而解。

据介绍，它采用全新的阿尔法烘干技术，能够在烘干时轻柔地抖散衣物，达到受热均匀，蓬松自然的烘干效果。此外，它还具有高效冷凝式烘干方式，通过循环系统从顶部吸入新鲜空气，经松下智能PTC电辅发热装置加热后，形成大面积暖风，带走湿衣服中的水分，通过冷凝系统冷却成水，由排水管排出。通过搭载如此卓越的烘干方式，即便是梅雨季节，也可以做到即洗即干、即干即穿。

三种组合除菌方式，保卫衣物健康

夏天是细菌的高度活跃期，不仅衣物上很容易沾染细菌，洗衣机内部潮湿的环境也容易成为细菌滋生的温床。针对这一问题，松下专门设计了三重组合除菌方式，全面阻击有害细菌的侵扰，让用户充分享受到夏季

健康生活。

创新的光动银除菌技术，为洗干净衣物把好了第一道关。在漂洗过程中注入含有银离子的水流，衣物吸附后形成严密的防护层，在筒内特设的蓝光照射作用下，银离子和水发生反应，产生羟基自由基。羟基进一步加强了银离子的除菌效果，可以有效去除大肠杆菌、金黄色葡萄球菌等有害细菌，大大提高洗衣机的除菌威力。

先锋电风扇销量迅猛增长 剑指20亿战略目标

笔者近日在国内一些大型家电卖场看到，主打“先锋，我有我锋尚”时尚牌的先锋电风扇在风扇展区中，显得年轻而靓丽。各大连锁卖场向笔者反馈五一期先锋电风扇在卖场的占比上升很快，个别型号已经出现断货现象。笔者走访别的市场，见到先锋电风扇的终端如雨春笋，不管是一二级市场，还是县乡级渠道市场，有家电的地方都能看到先锋电风扇的情影，这与往年先锋专注做一、二级市场的情况差别较大。最新的销售数据显示，先锋在6月之前，就已经达到了去年全年的销售额，增长非常迅猛。

先锋电器创建于1993年，但这家企业的经营业绩一直是稳中上升，基本没有快速并喷的现象。难道先锋经过多年的蛰伏，终于要一鸣惊人了？笔者就此事采访了宁波先锋电器制造有限公司国内营销公司总经理刘国君，从他处获知先锋快速增长来自于经营模式的深化改革和强大的产品竞争力。

先锋电器18年来一步一个脚印稳步发展，在积蓄了这么多年后，2010年，先锋电器诚挚邀请一大批行业内顶尖的销售精英、研发工程师、制造工程师加盟，基本是另一个两季家电行业领军品牌的原班人马。

新的团队的加盟，先锋的经营发生了重大的变革。首先是管理创新、产品力和品牌力提升，其次是扩大制造规模，储备优秀人才，企业信息化建设也日趋完善。

先锋如何在新企业不断增多，上游原料不断上涨，行业竞争日趋激烈的小家电行业中提升产品竞争力呢？

首先，在研发创新方面，先锋电器申报产品专利200多项，其中国际发明专利3项，国家火炬项目2项，已在10多个领域的技术研究中取得了突破性的进展。11年先锋电风扇共研发出三大系列六大类别新品近100款。先锋冷风扇的专利速cool绿色冰帘，不仅在吸水散热量和效率上比同行业大大提升，还一定程度上加速水循环，增加进风量，进而增加出风量。大大提高冷风扇的降温效果，使吹出来的风清新自然。

其次，先锋在品质方面非常重视，多个产品工艺及制造技术处于国内小家电行业领先水平外，还持巨资建立了全自动生产线、检测电机生产线，同时还建成了通过中国合格评定国家认可委员会(CNAS)评审的小家电检测中心，极大的提高了先锋技术检测和技术认证能力，也增强了先锋的竞争力。

电机是风扇的核心组成部分，相当于风扇的大脑。2011年先锋电风扇率先推出了“铝核电机，包修十年”的服务政策，是行业内第一家推出电机10年包修的企业，也充分说明了先锋对自己产品的信心。

宁波先锋电器总裁周正芳提出现阶段战略规划是：在2013年暨先锋成立20周年

之际把先锋打造成年销售规模达到20亿元以上，管理先进、业绩优良、品牌知名、受人尊敬的现代化公司。



腾讯“微空间”正式上线 开启社会化CRM营销新通路



7月15日，腾讯微博正式对外宣布，旗下企业级微博营销产品“微空间”测试版正式上线，通过将微博平台与QQ空间、IM等众多优质平台的打通，“微空间”旨在为企业提供一个基于用户泛关系链营销的全平台社会化CRM（客户关系管理）工具。据悉，首批“尝鲜”腾讯“微空间”服务的品牌包括耐克、通用、可口可乐等近百家知名企业。

作为一款企业级营销产品，腾讯“微空间”在研发上充分考虑了企业在营销过程中，对品牌曝光、互动、口碑、实效等多维需求。在整体界面上，“微空间”产品包含视频、互动活动、话题输入框、话题页卡等企业微博基础营销功能，同时增加了互动窗口，通过模块化功能互通使营销主题更为清晰、聚合，能够更好的吸引用户参与。更重要的是，“微空间”在后台为企业提供了个性化定制、热点关键词订阅、数据分析报告、舆情监控等实用功能。

“全面分析，洞悉营销”，腾讯微博事业部总经理邢宏宇表示：“通过微空间这一社会化CRM工具，企业将能精准洞察并把握用户舆论走势与网络行为轨迹。从而为建立良好、顺畅的社会化客户沟通与客户管理奠定基础。此外，微空间还将通过与企业QQ、Qzone认证空间的逐步整合，借势腾讯全平台开放战略，协助企业在微博平台上实现多重网络应用与平台的无障碍接入，为企业搭建一站式社会化CRM营销新平台。”

美国底特律汽车专家团 应邀来众泰考察交流

7月7日，由美国通用汽车公司自动变速器液力变扭器研制开发专家、密苏里大学博导、奥克兰大学客座教授周士建博士带领的汽车行业专家代表团应邀来集团考察交流。这是继6月20日日本三菱株式会社代表团访问众泰集团后，又一国际化汽车代表团与众泰汽车进行技术交流与合作方面的沟通与洽谈。

此次要借与底特律汽车专家团交流合作为契机，众泰汽车还将积极与国际化、专业化的科研机构、技术团队继续加强交流，深化合作。

《变形金刚》团队首次来华， 第一时间会晤TCL高层

7月14日，好莱坞3D大片《变形金刚3》中国区新闻发布会在上海召开，好莱坞名导迈克尔·贝带领《变3》主创团队首次来华，正式开启《变3》中国宣传之旅。这是《变形金刚》有史以来首次移师中国做上映宣传工作，而迈克尔·贝一行的中国之旅首站，则选择了会晤其在中国的国际联合推广伙伴TCL高层。

14日上午，迈克尔·贝一行抵达上海外滩Waldorf Astoria酒店后，第一时间特别会见了《变3》国际联合推广伙伴TCL高层。双方进行了亲切会晤，TCL还将最新推出的《变3》纪念版电视V8200赠送给迈克尔·贝。迈克尔·贝表示，非常感谢TCL在全球范围为《变3》和3D技术推广所作出的贡献，充分肯定了派拉蒙与TCL的本次合作，并对TCL集团迎来30周年表示真挚祝贺。

据悉，会晤结束后，迈克尔·贝还戴着3D眼镜，亲自体验了TCL《变3》纪念版电视，对该电视的超级智能应用和震撼的3D全高清效果大加赞赏，表示这是他“所见过的最清晰、最漂亮的电视”

震荡行情下如何抗通胀

央行连续加息但利率并没有追上CPI上涨幅度，投资者全力抵抗通胀的同时，又被泼了一瓢冷水——半年间，上证综指在从3159点跌至2767点，跌幅达12.4%。

“抗通胀”遭遇“股市震荡”，投资者该如何应对？专业人士指出，应对当前“通胀”与“震荡”叠加的环境，投资者要把握“稳健”与“灵活”结合的原则，科学应对。投资者可以将一定量的资产投资于固定收益类或灵活配置型理财产品，以获得高于CPI涨幅的收益，实现资产的保值。

目前，市场上有多个灵活配置型产品处于发行募集期，7月8日起发行的“方正金泉友3号”集合资产管理计划就是其中之一。它可以在股市下跌时将不超过95%的份额投资于固定收益类资产，获取稳定收益；也能在市场向好时将不超过70%的资产投资于股市，把握反转收益。