

橙色风尚袭击果汁市场 统一鲜橙多演绎“漂亮”蜕变

2012年5月31日，中国食品饮料巨头——统一企业集团在北京举办了统一鲜橙多新装启动盛典暨代言人签约仪式新闻发布会，正式拉开统一鲜橙多品牌漂亮内涵与产品形象的双重升级大幕。

活动现场，韩国巨星张根硕、朴敏英正式成为统一鲜橙多品牌形象代言人。与此同时，统一企业(中国)投资有限公司总经理侯荣隆先生以及果汁事业部本部总经理刘启台先生与明星代言人共同开启统一鲜橙多全新包装以及最新完成制作的产品广告片，并与现场嘉宾分享了统一鲜橙多的品牌“漂亮”精髓。

据悉，统一鲜橙多新包装将采用更加炫彩夺目的钻石切面，更加突显清爽型果汁的晶莹剔透，年轻、时尚感十足。另外，有着“亚洲王子”之称的韩国人气偶像巨星张根硕、和有“甜美公主”之称的人气明星朴敏英，将以其



(左起)侯荣隆、刘启台在接受媒体专访

时尚、阳光、漂亮却不失清新、自信的气质形象与统一鲜橙多的品牌漂亮内涵非常契合，生动演绎品牌由内而外的漂亮新理念。

今年，统一鲜橙多将精准锁定“年轻化”90后群体，使新消费群体的消费理念与产品理念紧密结合，持续开展“新定位、新形象、新包装、新体验、新代言、新理念、新行动、新活力”等“漂亮蜕变”行动。从强调产品特性的理性诉求逐步向树立“漂亮、自信”的品牌个性感性面转化，用时尚、漂亮、年轻、自信来与新消费者绑定，给予新消费群体足够的品牌联想，全方位展开抢占果汁饮料年轻化市场的攻势。

针对今年统一鲜橙多的升级蜕变，统一企业中国区总经理侯荣隆说：“这次新装上市是在‘年轻化’消费者市场的这一趋势下，进行的一次品牌形象和品牌内涵的深挖。我们还将以创新的消费者导向、行销模式与同类果汁品牌进行区隔，在产品形象、品牌定位、营销模式等方面着力突破，努力向消费者呈现一个全新的果汁产品，健康、自信、美好的全新生活方式。”

2012冰箱高峰论坛举行 帝度成大赢家



日前，由国家信息中心、中国家用电器协会等机构主办的2012中国冰箱行业高峰论坛在北京拉开帷幕。作为冰箱行业最具影响力的年度活动，20余家企业就冰箱行业当前与未来的发展问题展开唇枪舌剑，并收获了主办方授予的奖项。

笔者注意到，作为进入中国市场不久的国际高端家电品牌，帝度凭借品质“标杆”奖、科技领先奖、优秀外观设计之星、经典三门冰箱之星、保鲜冰箱之星、冰箱行业节能冰箱之星六项大奖的战绩，成为当天的大赢家。

“这一倾向已经从帝度的弯道超车中得到体现。”合肥荣事达三洋股份有限公司副总裁、营销公司总经理章荣中告诉笔者，作为今年2月刚刚推向市场的国际高端家电品牌，帝度在行业不景气的当下却实现了先声夺人，截止4月底，帝度冰箱的一期销售额已经超过600万。

章荣中认为，帝度的热销正是合肥三洋利用后发优势，基于对冰箱业发展走向的把握，将科技、节能、智能等消费需求相融合，精确切入高端市场的结果。“以帝度独特的云保鲜除菌技术为例，一改此前冰箱被动防御的保鲜模式，通过连续释放水粒子团主动向细菌进攻，将其消灭在萌芽状态。这个化被动为主动的过程，能将冰箱的除菌率提升至99.9%，从而明显延长食物的保鲜期。”

“会有人因为帝度日耗电量仅仅0.25度而对它有好感，也会有人因为帝度内置的折叠格架而选择它，甚至还有人因为冰箱的门把手不凉而感知到帝度的人性化。”章荣中说道，如今的消费者说不准会因为哪一个细节的改变而选择某个产品，家电企业要做做的就是最大程度地满足消费者的各种心思。

强劲续航 + 大屏智能 联想乐 Phone A750 惊爆低价

目前手机领域，大屏已经成为一种流行趋势，不仅浏览网页和观看视频效果出色，而且玩游戏的体验也非常好。所以，不用平板电脑就能享受宽广视角，何乐而不为呢？但是，大屏幕耗电量大也是亟待解决的问题。因此，具备强劲续航能力的大屏手机就受到了越来越多消费者的青睐。今天，小编为大家推荐一款联想新定义千元智能机——联想乐 Phone A750，强劲续航能力搭配大尺寸屏幕，喜欢的朋友们不妨关注一下！

在外形设计方面，联想乐 Phone A750延续联想手机的设计基因，高贵圆润的外形，散发时尚大气的魅力。手机正下方设置的三个感应虚拟按键，从左至右分别是菜单键、Home键和返回键，操作方便快捷。

手机拥有4.0英寸1600万色TFT高清大屏，沿袭智能手机的“触”“控”特点，联想乐 Phone A750将网页缩放及多屏切换都变得轻松自如。

性能方面，联想乐 Phone A750配备1GHz高速主频与4GB超大机身内存，强悍动能表现出色另外，联想乐 Phone A750配备500万像素摄像头，具备自动对焦、人脸识别、全景连拍等特色照相功能，轻松呈现饱满细腻的画面。同时，手机支持无线AP功能，供其他设备在网络中遨游。

在使用过程中，小编发现了手机短信字体缩放的特色功能。指尖反向滑动可以呈现最佳比例的短信界面，放大短信字体可以满足更多年龄段客户的需求。这款手机搭载了全新Android 2.3.6智能操作系统，加入了联想四叶草的经典页面。解锁界面就充分利用了四叶草的特性，滑动底部叶片向右就可以快速开启。于此同时，手机具有联想社交网络功能，用户在进行网页截屏的同时，就可实现新浪微博、腾讯微博、搜狐微博等的同步分享。

当然，最吸引用户的恐怕还是超高性价比的合约购机计划，据了解，联想乐 Phone A750参加中国联通的“预存话费送手机”、“购机入网送话费”等活动。想马上入手一部联通新定义千元智能机的朋友不妨去当地中国联通营业厅、各大手机卖场咨询购买。

低碳环保 “JMC”在行动

漠视环保、破坏环境，环境终将殃及人类。如今，地球需要更多的绿色、更低碳的环境、更环保的生产生活方式。因此，低碳节能、保护环境，人类义不容辞。

2012年6月，一支低碳环保的先锋队担负起了宣传与体验低碳环保的责任和义务，在中国大地上沿着“J”、“M”、“C”的线路，在20个城市连续开展“JMC轻卡低碳中国行暨全国巡回节油体验营”系列公益活动，掀起“绿动·心动·行动”的绿色环保之风。此活动由中华环保联合会青少年环境友好行动委员会、江铃汽车股份有限公司、中国汽车报社、中国汽车新闻工作者协会联合发起主办。

该系列公益活动于6月9日在杭州正式启动，此次活动得到杭州市环保志愿服务总队大力协办，主要开展三项公益活动：首先，在浙江工商大学环境科学与工程学院举办“校园



低碳课堂活动”，与学子们探讨低碳环保之道；其次，在杭州月星国际家居生活广场，向市民赠送植物种子和低碳生活手册，与群众一起播种希望、传递绿色；最后，江铃JMC轻卡车队在不同路段体验交流更节油、更低碳、更环

保的产品性能与驾驶技巧。

在这支队伍中，江铃汽车始终以积极的姿态和行动支持低碳环保。在用高品质轻卡帮助用户创造幸福生活、共建和谐社会的同时，不忘倡导节能减排，并以实际行动投身环保公益活动。从2002年至今已连续举办九届节油大赛，通过比赛和体验活动分享节油经验，践行低碳环保的社会责任。

中华环保联合会青少年环境友好行动委员会作为首席主办方，对此活动寄予厚望。该会秘书长谢玉红认为此活动意义深远、务实有效，不仅倡导低碳理念、投身低碳行动，还呼吁更多的组织和个人，践行低碳环保的生产生活方式。

此活动贴近生活、靠近实际、关注实效，为群众的生活与环境的净化，势必会起到良好的示范和推动作用。

于绍乐 / 文

雅培进一步扩大家庭科教项目 培养中国未来“小小科学家”

6月6日，全球知名的多元化医疗保健公司雅培和其慈善基金会——雅培基金会携手中国科协青少年科技中心开展第三届家庭科学教育公益项目在长沙启动。

这项公益科教活动之旅抵达长沙，在长沙市碧湘街小学启动，当天共有50多名小朋友和家长参加。家长和孩子通过亲自参与实践有趣的科学实验来探索科学奥秘。家庭科教注重取材于日常生活中的材料比如杯子、气球和报纸等来学习科学原理。

同时，当地青少年科技中心专家和各学校科技老师在现场观摩了家庭科教活动，并积极参与了讨论与实践。

雅培家庭科教志愿者项目侧重通过寓教于乐的科学实验来引发小学生对科学探索的

兴趣。该项目邀请学校老师、小学生和他们的家长与雅培的科学家和志愿者们共同参与有趣的科学小实验，了解课堂以外的科普奥秘。

雅培家庭科教项目倡导快乐科教理念，基于小学、社区中心和科技馆，雅培科学家和志愿者与学校老师带领小学生和家长通过动手参与趣味科学实验来培养他们对基础科学的了解和认知。雅培家庭科教项目去年在中国9个城市展开，来自北京、深圳、成都、杭州、南京、厦门、广州、武汉以及上海的280多名雅培中国志愿者与全国800多名学生和家家长携手互动，共同揭开科学的奥秘。

“雅培长期致力于促进本地社区的发展以及面向学校和家庭的科学教育普及，这是我们企业社会责任的重要实践之一。”雅培国际

营养品部部门副总裁、大中国区总经理包罗杰说，“作为一家用科技传递关爱的企业，我们希望通过在领先科学技术方面的不断探索，为人类健康和医疗保健的改善和提升做出不懈努力。”

雅培科学教育项目是雅培与雅培基金会全球科学教育推广工作的一部分，雅培资助和支持以各种方式来激发和培养孩子们对科学及创新的兴趣。雅培的员工们也积极主动地投入他们的时间，通过各种社区活动来让学生们了解和分享他们对科学工作的热爱。雅培公司建立的雅培基金会过去五年中已捐献两千五百万美元，用于资助世界各地雅培工厂所在社区中的小学、初中及大学的科学、技术、工程及数学(STEM)的相关教学工作。

上市不足一年 销量突破15万台

卫冕冠军新一代 TIIDA 依然强势领跑两厢车市

截至5月24日，上市不足一年的东风日产新一代TIIDA，以超过156000台的累积销量，再次刷新由自己创造的中级两厢车最快销量纪录。位居中级两厢车市场排行榜首的新一代TIIDA，始终力压福特福克斯两厢、大众高尔夫6，并以单月超过14000台的佳绩在这一细分市场领跑。

TIIDA在国内上市后，创下了6年75万辆的辉煌业绩，缔造了中级两厢车市场奇迹。作为日产全球先进技术的结晶，TIIDA凝聚了日产汽车在技术、品质方面的综合实力，并以时尚动感的外观、超乎想象的空间、优良的操控性能和驾乘舒适性、先进的动力与节油性能，及低维护费用，赢得了业界的好评和消费者的喜爱，成为该级别市场平均增速最快、平均销量最高的车型。

去年5月，新一代TIIDA凭借全面领先的产品优势和时尚动感的外观造型，充分满足了年轻消费群体对个性、舒适和运动的追求。相关统计数据表明，新一代TIIDA以绝对领先的市场占有率，遥遥领先于两厢福克斯、高尔夫6等车型，并在J.D. Power 2011年中国新车质量研究(IQS)报告中再一次位居榜首，获得了“CCTV2011年度紧凑型车大奖”等诸多大奖。

新一代TIIDA自2011年5月国内上市以

后，市场状况一直良好，其上市首月销量即高达13000台，刷新了中级两厢车市场的历史最好成绩。去年新一代TIIDA全年累计销量达86680台，单月平均销量超过12000台。而今年以来，新一代TIIDA单月销量屡次超越15000台，上市不足一年，就顺利突破150000台销量大关。

今年以来，新一代TIIDA月销量一直稳中有升，并频繁刷新中级两厢车单月销量历史纪录。东风日产市场销售总部副部长杨嵩表示，新一代TIIDA以TIIDA 骐达和TIIDA GTS满足了两厢车消费群体的全方位需求。从近期的市场表现来看，新一代TIIDA不仅会保持单月15000台的销量，而且极有可能成为东风日产第一款单月销量突破两万台的车型。

延续了宽适、省油、美观等传统日系中级车特点的同时，新一代TIIDA实现了日系车核心动力的突破。新一代TIIDA以1.6L和1.6T两款全面超越竞争对手的强劲发动机，和



全新智能CVT无级变速箱的采用，进一步巩固和强化了自己的竞争实力，实现了从技术到销量全面超越同级。

分析人士指出，“新一代TIIDA是最值得购买的两厢车型，其不仅具有同级车中优秀的动力性能及稳定的操控感受，还通过合理的内部空间设计、精细的制造工艺，满足了一般家庭的使用，为驾驶者和乘坐者提供极佳的驾乘舒适感受。”

新一代TIIDA热销的原因不外乎卓越的产品和良好的服务，而正是基于此，我们可以预见它未来的销量会一路攀升。再加上它时尚的外观设计，与积累的声誉和口碑，相信“两厢车王”将会再度席卷车市。