

# 皮卡安全联盟成立促用户安全意识提升

日前,中国皮卡安全联盟正式成立,以长城汽车、博世为代表的联盟企业表示将通过技术合作共同促进皮卡安全性能的全面升级。中国皮卡安全联盟同时发布了首款安全认证车型——标配ABS+EBD的风骏5,引发了市场对于安全皮卡新的关注,也将皮卡车主的安全意识提升到新的高度。

在安全联盟的技术合力下,长城汽车风骏皮卡将ABS这项重要的汽车安全装备统一配置,推出了全系标配德国博世8.0版ABS+EBD的升级换代车型风骏5,打破了ABS只出现在高价格皮卡上的局面。

在分离路面的试验中,风骏5以40公里/小时的速度冲向湿滑的分离路面,发生制动时,没有配备ABS的车辆发生了严重的侧滑,几乎原地转圈一周。而配备了ABS的风骏5,在车辆发生制动时则稳稳地停下。在紧急制动试验

中,车辆以100公里/小时的速度进行紧急制动。没有配备ABS的车辆在紧急制动时,前轮抱死,方向盘失去作用,并发生了甩尾现象,轮胎摩擦地面严重并产生很多烟雾;配备ABS的风骏5则前轮正常滚动,没有抱死和甩尾现象,制动距离也明显缩短了。

实际日常的使用中,作为多功能车型的皮卡所行驶的路面远远要比试驾路面复杂的多。如果车辆没有配备ABS、EBD等主动安全系统,行驶在复杂路面上,一旦发生紧急制动则相当危险。而车辆配备ABS之后,车辆的制动性能得到大幅提升,在应对复杂路面会更从容和安全。

作为中国皮卡安全联盟首推的安全车型,风骏5一直是皮卡消费市场的风向标。在前不久举行的“皮卡中国行”活动中,长城汽车风骏皮卡展位尤为热闹,标配“ABS+EBD+倒车雷



达”的升级换代车型风骏5更是吸引了众多消费者前来咨询。仅永安站活动中,风骏皮卡就以8台现场订单的成绩成为了“皮卡中国行”这一分站的销量领跑者。

现场一位新购入风骏5的皮卡车主告诉笔者,

风骏5配备了ABS系统,只比原来涨了1000元,非常的超值。ABS在车辆发生紧急制动时增加了行车的系数,这样可以更好的保护他和家人的安全。这位车主还表示他一直都信任长城汽车的品质,如果身边朋友要买皮卡,他一定推荐朋友买配备ABS的风骏皮卡。

作为国内皮卡行业的领导者,风骏5标配的是比较高级的博世8.0版的ABS,在为用户带来实实在在的安全的同时,也为中国皮卡行业的健康发展做出贡献。皮卡市场观察家分析,随着安全联盟的成立,皮卡用户安全意识的不断提升,势必会在皮卡市场掀起“安全”消费浪潮,形成基于安全的新竞争格局,这有利于国内皮卡行业安全性能的整体提升。

## 夏季冰箱使用频繁 海尔冰箱三门全无霜成行业主流

### TCL步入全球彩电市场快速上升通道

7月5日,2012中国国际消费电子博览会(简称“电博会”)在青岛会展中心盛大启幕,本届展会以“智·惠”全球”为主题,吸引了来自海内外的众多知名品牌参展。作为连续四年蝉联全球第一的冰箱品牌,海尔冰箱的展区尤其引人注目,360平米的展区人头攒动,记者在参观展区时发现,一位参观者正在海尔展区工作人员的帮助下发送微博,参加海尔在网络上举办的活动。

笔者随后采访了这位参观者,这位来自青岛的任先生告诉记者,他参加的是海尔在官方微博举办的“晒智能家电生活 征未来家电创意”活动,他晒的是自己在使用海尔无霜三门冰箱期间,这款冰箱给自己的家庭带来的舒适体验。

在展区工作人员的介绍下,笔者登录微博浏览了该活动,除了晒舒适体验,还有很多网友在活动页面的评论中“吐槽”,讲给自家冰箱除霜的烦恼,网友“张小啮”就在微博中这样写道:“夏天开关冰箱门的次数非常频繁,冰箱内的温度与室温差别大,很容易结霜,所以,冰箱还是不结霜的好!”

针对这些评论,笔者采访了展区的工作人员,这位工作人员向笔者介绍,海尔无霜三门冰箱是行



业中首款三门全无霜的冰箱,这款冰箱的推出,不仅彻底终结了消费者的冰箱结霜困扰,更引领了冰箱行业的无霜潮流,推动行业的升级转型,同时也彰显了海尔全球冰箱行业发展趋势风向标的地位。

据了解,海尔无霜三门冰箱通过行业领先的冷藏、冷冻全风冷技术,能够实现“零结霜”,给消费者带来无霜享受,生活更省心。除无霜体验之外,还有不少网友还晒出了对三门变温区的喜爱。

据悉,海尔无霜三门冰箱的中门有全宽变温区间,可在-18°C到5°C之间自由调节,消费者有冷藏、0度、软冷冻、冷冻四种选择,突破了传统冰箱的空间困扰。很多网友表示,软冷冻功能为生活带来了极大的便捷,肉拿出来不用化冻就可以直接切,又营养又省时。

另外,作为冰箱行业的明星产品,海尔无霜三门冰箱在保鲜、节能等功能方面也很优异。“我们这款冰箱采用光波增鲜技术和VC保鲜技术,可以让水果蔬菜在冰箱内继续光合作用,保持蔬果的VC含量和鲜活性。而变频技术的运用则能达到最优的能效比,这款冰箱达到了国家一级能效标准。”海尔冰箱展区的讲解员向参观者介绍道。

笔者在本届电博会现场还采访了前来参加活动的家电行业专家,这位家电专家表示,目前冰箱行业中,无霜冰箱已经成为主流,海尔冰箱作为连续四年蝉联全球第一的品牌,推出的无霜三门冰箱产品一直引领着行业的发展趋势,也受到消费者的青睐,这从本次电博会上海尔冰箱受欢迎的程度中可见一斑。

尽管各大企业半年财报还没公布,但可初步预见局面将是“几家欢喜几家愁”。

根据TCL前5月业绩的良好业绩与国家节能补贴政策拉动,业内人士预测,TCL多媒体上半年财报将会非常出色,有望成为中国区半年销售冠军。在全球彩电市场不景气的情况下,TCL实现逆势上扬,专家指出,这表示TCL已进入企业快速上升期,中国彩电或再次迎来TCL时代。

而TCL在智能电视产业的抢先布局,正是其大踏步前进的一大助力点。今年4月,TCL提出全云战略,积极整合资源,率先打通产业链上下游,并全面推动智能电视普及。5月,TCL 3D智能电视5大系列新品独家率先通过“六星智商”认证,成为行业标杆产品。

## “月亮代表我的心” 蓝月亮发起为中国跳水队祝福活动

日前,中国跳水队即将征战伦敦,冲击八金。为助力中国跳水队圆梦伦敦,近日,蓝月亮发起“月亮代表我的心”主题活动,邀全民一起为中国跳水队加油祝福,获得广泛关注和好评。

跳水“梦之队”整装待发,有望伦敦挑战8金

作为中国体育代表团最优秀的运动队之一,中国跳水队自1984年参加洛杉矶奥运会以来,7届奥运会共为中国军团贡献了27枚金牌,成为当之无愧的“梦之队”。

2011年上海游泳世锦赛上,中国跳水队拿下全部10块金牌,在今年3月中旬举办的跳水伦敦世界杯赛中,中国队包揽8金,可谓大获全胜。

如能保持前两次大赛的巅峰状态,中国跳水队极有可能在伦敦奥运会上勇夺8金,揭开历史新一页。

日前,中国跳水队队员吴敏霞、何冲、邱波、陈若琳、何姿等已奔赴济南展开伦敦前的封闭式训练,挑战奥运8金梦想。

牵手中国跳水队,蓝月亮发起“月亮代表我的心”祝福活动

近期,由中国跳水队官方合作伙伴、中国洗衣液领军品牌蓝月亮主办的“月亮代表我的心”全民祝福活动席卷全国。

蓝月亮与中国跳水队的合作其实早有渊源。08年,蓝月亮就高调签约跳水皇后郭晶晶,重磅推出深层洁净护理洗衣液,开创了液体洗衣的新时代。4年来,蓝月亮不断通过科技创新,业已成长为洗衣液行业第一品牌。

此次伦敦奥运会上中国跳水队若以八金收官,将会为中国跳水体育事业翻开新的篇章,也同样完成亿万中国人期待已久的夙愿。

作为中国跳水队官方合作伙伴的蓝月亮多年来不断攻克科技难关,独创核心技术,着

眼于行业发展,深入挖掘消费者真正需求,追求卓越品质。这与跳水队一直秉承的奥林匹克精神完美契合。

“月亮代表我的心”祝福活动形式多样,广受关注

作为中国跳水队官方合作伙伴,蓝月亮在全国上百个城市的数千个销售终端搭建起了形式新颖的祝福台,开通了3条短信平台,诚邀全民祝福中国跳水队勇夺金牌、圆梦伦敦。

在网络上,蓝月亮开通了专门的祝福网站,接受网络祝福。网友们可以通过直接登录、拍摄二维码链接、蓝月亮官网、蓝月亮洗衣液新浪官方微博链接等多个端口进入到活动网站,送上自己的祝福。

同时,此次祝福活动还推出APP手机客户端,从活动官网上下载后即可随时随地参与祝福。据悉,祝福活动设置了“送祝福,游伦



敦”的6万元伦敦游大奖,引发了网友和消费者的高度关注和踊跃参与。

活动同时,有网友在网上发表评论称:“中国跳水队需要我们的支持,蓝月亮提供的平台让我感受到了中国企业的责任,也让我感受到了中国人的团结,中国跳水队加油,蓝月亮加油!”

## 运动盛夏节能之春 风扇行业逆势飞扬

### 行业转型吹起先锋集结号

今年夏天可谓是运动之夏,在欧洲杯闭幕没多久,伦敦奥运会紧接着也将要来临了。在这个倡导运动与健康概念之夏,运动与自然、低碳与节能的诉求自然大受追捧。

而充沛的雨水,也让这个夏天充满了凉爽的气息,降温需求不大而健康通风需求看高。各种因素的叠加,让电风扇产品在这个盛夏,有了再度热销的可能。

排位行业前三的先锋电风扇在去年实现了超过50%的增长,势头强劲。2012年最新的中怡康数据显示,随着美的风扇市场份额的下降,一线阵营的先锋和艾美特逆势上扬,市场份额提升较大,而二线阵营的松桥也有了不小的增长。

电风扇作为一种节能型产品,代表的是一种自然、健康、环保的生活态度。而先锋电风扇,升华了这一产品的品牌内涵,今年打出“我享我风尚”的品牌旗帜。在科技、专业的品牌调性上,又增加了一丝时尚的气息,受到许多年轻消费者的欢迎,成为了吹响今年风扇业升级转型号角的行业急先锋。

先锋电器集团执行副总裁刘国君在接受

采访时认为,随着生活水平的不断提高,审美品位的逐步上升,电风扇产品工业设计越来越趋向于精致化、艺术化,与家居环境相匹配。

结合这一趋势,先锋风扇全面将工业设计思路与行业流行方向进行结合,推出代表先锋形象的产品工业设计,力求时尚、简约、环保,把握并符合当前消费和审美潮流趋势,逐步形成先锋自身特有的独特产品系列化风格。

先锋电风扇工业设计上进步的同时,所主打的超强铝核电机、超强COOL风引擎、速COOL绿色冰帘等独特卖点与专利技术大受欢迎,更是彰显了这一品牌在技术与功能上的优势。

在产品、设计、功能三大方向的突破形成后,先锋电风扇在行业中前景看好。

家电业专家张亚晨表示,在行业拥有优势技术之后,先锋品牌将向消费领域转移,在成



为一个令人尊敬的品牌之后,未来数年后,先锋很有可能会转变为一个值得市场信赖的消费品牌。

先锋电风扇的品牌拥有者先锋电器集团,目前已具备年300万台电风扇的生产能力。并早在2000年就已经通过ISO9000认证,并全部通过CCC认证,部分电风扇产品也已经通过

UL、GS、CEI认证。

先锋产品畅销全国大江南北并同时销往美国、欧盟、南美、中东、俄罗斯等三十多个国家和地区。

国内市场除西藏外均有先锋产品的品牌专柜,“先锋”已成为小家电行业主导品牌,为众多消费者所喜爱。