

# 油盐酱醋真不锈 苏泊尔真不锈 2代健康铁锅稳立选购之首

苏泊尔作为炊具行业的领导品牌，不断革新产品技术，深得消费者的喜爱。自其真不锈2代健康铁锅上市以来，凭借着首创的“精铁刚化工艺”和“无涂层不锈技术”，让铁锅可以直面油盐酱醋随意烹饪，达持久真不锈的效果，成为不锈铁锅消费的首选品牌。

**专家支招：购买健康不锈铁锅，选购有门道**

铁锅是中国家庭厨房烹饪的必备炊具之一，不锈铁锅的出现，无疑让“煮妇”们的厨房生活变的更加愉悦。但是该如何选购一口健康不生锈的铁锅呢？对此，业内炊具专家为消费者选购来支招。

首先，选购健康的不锈铁锅要认准可靠的品牌。像苏泊尔这样国内知名品牌的产品更有保证；其次，要看材质。材质是铁锅的基础，基础好了，锅的质量才有保障。例如苏泊尔真不锈2代健康铁锅采用精铁基材打造而成，铁质更纯更健康；第三，掂重量。市场上卖的铸铁锅要重于精铁锅，而苏泊尔真不锈2代健康铁锅精选优质铁基材，质感卓越，重量适当，是铁锅选购的不二之选。

**4倍耐盐，8倍抗酸 真不锈2代健康升级稳立选购之首**

以往普通不锈铁锅对付一般菜肴烹饪还

SUPOR 苏泊尔



能应付自如，但是遭遇重口味的浓酸酱料，还是会出现生锈现象。

对此，苏泊尔推出全新真不锈2代健康铁锅，将高纯度精铁基材经过创新“精铁刚化工艺”，让铁锅表面坚固致密，全面抵御油盐酱醋对锅体的侵蚀，一举满足了消费者对不锈铁锅各种重口味烹饪的使用需求。

在销售卖场，一位购买了苏泊尔真不锈2代健康铁锅的消费者表示：“以前用的老铁

锅，经常生锈。去年12月，在超市里看到苏泊尔真不锈2代健康铁锅，抱着试试看的态度买了一口，到现在半年了，任我油盐酱醋怎么烹饪，再也没有生锈过，而且不管是钢丝球还是金属铲，完全随意使用。”

**使用健康好铁锅，注重保养是关键**

据悉，有消费者表示：“家中购买的不锈铁锅买来还是好好的，可是使用了没一段时间，就出现了生锈的现象。”对此，业内专家表示，要想让健康好铁锅保持优良的使用状态，注重保养很关键。

炊具专家特别提醒消费者，苏泊尔真不锈2代健康铁锅的表面很光亮，首次使用最好不要煮水，因为煮水可能会由于水垢的原因让锅体变色，虽不影响正常使用，看起来却不美观了。

且在使用过程中，可能会出现不均匀的色块，其实，这是由于锅体过分受热，或者使用调味料造成的，都是正常现象，不会影响产品品质和烹饪健康，只要用钢丝球和百洁布洗净擦干就好了。

业内专家表示，苏泊尔真不锈2代健康铁锅提升了不锈铁锅技术水准，为消费者选购健康铁锅提供了新的参考标准，再一次带动了不锈铁锅品类的技术革新。

## 雪榕生态菇 成为“中国航天 事业合作伙伴”



9月18日，上海雪榕生物科技股份有限公司携手中国航天成功举办“生态与科技同行——雪榕生物携手中国航天授牌新闻发布会”。中国航天基金会理事长张建启向雪榕生物董事长杨勇萍授予“中国航天事业合作伙伴”称号。

雪榕生物在菌种、培养基配方、生产工艺等方面均拥有核心自主知识产权，引进国际先进设备工艺，采用三级净化技术，营造良好的人工模拟环境，将食用菌生长环境与病菌、虫害隔离，从源头确保食品安全。为此雪榕生物成为中国航天战略合作伙伴，并再次成为中国食用菌行业的焦点。目前为止，雪榕生物是食用菌行业唯一获此殊荣的企业，也是中国航天在上海地区唯一的食品类合作伙伴。

送礼季不发愁

## 灵悦智能电视宝 走俏礼品市场



又逢一年送礼季，在这个中秋连国庆的双节，不少商家早已深谙送礼之道，提早准备了各种寓意的“佳礼”，殊不知送来送去还是烟酒茶“老三样”，让人丝毫不感觉到“新意”。随着娱乐科技产品的普及，传统“老三样”已经逐渐在送礼清单中“失宠”，反而是对个人或家庭增添生活乐趣的高科技产品越来越受欢迎。近来在网上炒得沸沸扬扬的灵悦智能电视宝就是其中之一，不仅能让用户免费不间断地在家里的电视上欣赏各视频网站的精彩视频，而且还能给家人带来全新娱乐体验。

在“老三样”礼品逐渐被忽视的今日，为用户生活提供更多享受的高科技礼品悄然爬上礼单前列的位置。以灵悦智能电视宝为例，产品实现了用户“网络视频电视看”的愿望，同时，也能让家人一起在《愤怒的小鸟》游戏中其乐融融，或在《水果忍者》中较量一番。当然，用户也可以网上冲浪，阅读新闻、小说，或者使用QQ与朋友聊天。甚至，还可以在使用手机或平板电脑遥控启动灵悦智能电视宝，与家人或朋友一起度过美好闲暇时光。

更为重要的是，为真正简便用户的操作和使用，灵悦智能电视宝沿袭了传统电视机的遥控器操作方式，上述所有的功能都可以通过一个小小的遥控器全部实现，无论是移动互联的科技达人，还是穿梭于写字楼的白领一族，甚至退休在家的老年伴侣，灵悦智能电视宝都能让他们轻松上手，以最简单的方式感受科技带来的巨大魅力。送灵悦智能电视宝就是送全新健康娱乐生活体验，就是传递给他人一份贴心和关怀。礼品承载的是不仅仅是送礼物的一份感情和尊重，更是一种对亲朋好友或者客户的关心。性比较传统的礼品而言，灵悦智能电视宝更倡导健康、自由、舒适的看、玩、享受生活，送人之后，既实用又富有价值感，并且还饱含赠予人的一份浓浓厚谊。

业内人士分析，节庆礼品市场潜力巨大，科技化礼品作为近年来的主力，无论在包装样式或是在产品配色方面均应该不断迎合节日礼品需求，而且调查显示，更为贴近生活气息的包装和产品配色更容易受欢迎。灵悦智能电视宝在外包装以米色为主色调，与家居颜色相近，更能体现出舒适休闲的感觉，而且产品使用了经典的乳白色作为产品外观配色，更突显高科技化的产品特点，让人爱不释手。

灵悦智能电视宝送礼少一些纠结，多以一些坦然；也让受赠者少一些枯燥无味，多一些丰富多彩。灵悦智能电视宝，既是科技带给人们最好的礼物，也是国庆中秋送礼的首选礼品，健康生活，全新生活体验，就从选择灵悦智能电视宝开始。

## 借道五粮液经销商 潘高寿治咳老字号“大健康战略”提速



指引明确，“潘高寿品牌本身就像一个保健品”。

然而潘高寿也有短板，一直以来，潘高寿药品的渠道主要包括通过批发代理、在大中城市的药店、农村及城市周边地区小型诊所为代表的第三药品销售终端和医院，这无法满足发展保健产品的需要。

在这样情况下，与银基的合作就显得尤为重要。据悉，作为国内首家酒类流通上市公司，银基集团握有五粮液、国窖1573等多个高端知名白酒品牌的经销权，在全国有1.4万个终端渠道，营销实力强劲。

根据目前的框架协议，此次广药和银基就潘高寿品牌的合作是“授权+股权”的经营模式，广药集团作为潘高寿品牌的所有人，将“潘高寿”的品牌授权给合资公司广州潘高寿食品饮料有限公司使用。

银基集团按协议规定支付品牌授权费用外，双方都将参与合资公司的业绩分成，对其盈亏负责，共担市场风险，共享市场收益，这一以双方捆绑和互惠的模式成为潘高寿拓展经销渠道的新探索。

魏大华表示，此前王老吉简单的品牌出租不同，潘高寿引入外部资本的目的在于借助专业运营力量来共同开拓潜力巨大的“大健康”产品市场。

作为全国唯一拥有“潘高寿传统中药文化”、“潘高寿凉茶（72号秘方及其专用术语）”的全国老字号企业，潘高寿进军“大健康产业”拥有产品与品牌的双重优势，如能顺利借助资本运营，再造一个“王老吉”不是神话！（苏震）

## 解构现代服务——双面现代

印象中，韩系车，当然代表品牌就是现代了，给我们的感觉是舒适性出众，驾乘感受讲究“润物细无声”，内饰做工不但精致到走火入魔，审美标准也非常严格，要求和外观一样漂亮。

另一个特色是它们的配置表，动辄全系标配，有时候你需要根据动力排量才能区分出高低配车型。这份体贴令人很舒服，和欧美系车风格迥异，后者的原则性很强，不跟你谈感情，只和你讲逻辑，换句话说，你选或不选，它就在那里。

**情商效应**

此前现代汽车推出了一套面向雅科仕与劳恩斯车主的专属服务，这些项目除了表达出与豪车级别门当户对的尊贵之外，还有细腻的一面。“上门取送车辆”是其中一个典型例子，受到很多车主欢迎。

具体内容是：当座驾需要维修/保养时，只需要打个电话，4S店人员就可以登门取车，维修完毕后再把座驾送回你家里。

这项服务除了能在一些特殊情况下解决你的燃眉之急以外，还有一种遥控效果，就像用遥控钥匙开关车门，但比这个要爽，属于远程控制——足不出户，便利性问题就迎刃而解了。最关键的是，这是一种对客户的尊重，所以对方会认可你。

这和购车之初是不一样的，彼时的尊重多少带有一些目的性，也出于礼貌，而此时是



真正的无偿关怀，代表你的“婚后生活”依然很美。

**技术基底**

事实上，现代推出的这套服务体系，最引人注目的是保养期限和残值保障这两项。雅科仕车主享受60个月不限公里数保修，劳恩斯车主享受5年/10万公里保修期。

残值保障的内容更精彩，在安置二手车时，现代为雅科仕车主提供1年内最高80%/2年内最高65%/3年内最高45%的残值保障率。

同时为劳恩斯车主提供1年内最高80%/2年内最高65%/3年内最高50%的残值保障率，也就是我们常说的二手车保值率。

现代的造型美誉由来已久，而品质获得

认证的时间同样不短。近几年，现代在北美J.D.Power的质量评测中总能在前几名里占据一把交椅，是很有说服力的。

虽然这家车企的“技术工程”比较浩大，进展却很迅猛，除了整车品质赞誉之外，动力系统方面的成就同样很惊人。今年现代推出的两款新作品：劳恩斯-酷派2.0T以及Veloster Turbo-GDi飞思分别刷新了同排量级别的参数纪录，成为高新技术领域里一支不容忽视的力量。

没有空穴来风的事件，现代看似出手阔绰的豪华服务，完全可以追根溯源到技术实力。而且这个品牌非常聪明，把技术与服务结合起来，另一方面，它拥有感性的一面，进而把服务塑造的非常细致，在技术富足之余，品牌也充满温情。