

“海尔小区”网友晒冰箱 赞储存食物新鲜又健康

“我对自己的尝鲜能力很有把握，现在我对海尔冰箱的保鲜能力也非常确定。”在寻找“海尔小区”的网友互动网页上，我们看到了来自南昌的徐小姐发出了上述感慨。

徐小姐是南昌一家幼儿园的食品安全负责人，每天上班第一个工作就是去厨房，检查当天运送来的食物，保证孩子吃的食物既新鲜又健康。“食品安全负责人最大责任就是为孩子们提供新鲜又安全的食物。”

几年来，徐小姐对食物的新鲜要求始终如一，在上千次食物的品尝下，练就了她如今食物尝鲜的本领。“有时候蔬菜水果从外观看不出是不是当天的，只有品尝了口感才能确定，所以谁也蒙骗不了我。”

徐小姐对食物的高要求也一直延伸到她的日常生活，选择怎样的冰箱，能最大化的保留食物的新鲜和营养，成了她最关心的问题。

“我平时工作比较忙，有时候买菜就会多买一些，然后放在冰箱中保存，但是这样的食物既容易串味，口感也会变得很差。”



徐小姐将问题请教了身边的厨师以及小区的邻居，大家都统一向她推荐了海尔冰箱，大赞海尔冰箱使用抗菌材料，能够祛除冰箱里的异味，确保了美食原味。

另外，海尔冰箱还有自动调节温度的功能，绝对能满足像徐小姐这样对储存食物有极高要求的人。

按照大家的推荐和徐小姐的对比，她最终选购了这款法式对开门冰箱。“这款冰箱非常好，我的要求它都

能满足了。比如，我把当天买的水果放到冰箱里面，过两天拿出来吃的时候，和刚买时的口感基本没差别。当然除了保鲜，冰箱还不结霜。”徐小姐对海尔家电有着极高的满意度，所以当她在网上看到海尔小区的活动时，便立即拍照参加了。

业内专家表示，如今企业竞争的重点，早已由单纯的产品竞争转变为为用户价值和用户体验的竞争。谁能快速把握用户需求，并以创新产品满足这一需求，谁就能在激烈的市场竞争中胜出。

海尔在全球用户中的受欢迎度以及领先的市场表现成为这一论断的有力证明。据最新欧睿数据显示：海尔冰箱以14.8%的全球市场占有率，第五次蝉联全球第一。

发现车轮上的“美丽中国” “安凯美丽中国行”活动昆明启动

2013年4月16日，“安凯美丽中国行”活动在春城昆明隆重启动。本次活动由中国旅游报社和安凯客车联合主办，以传播绿色旅游文化，推进绿色旅游装备产业发展，共建美丽中国为宗旨。

该活动将从昆明启程，穿行中国最美风景线及著名旅游城市，将绿色环保客车的魅力带到祖国各地。

这也是客车行业首次以产品为载体，在全国范围内进行的一场具有重大影响力的环保倡议和推广活动。

魅力安凯

传播旅游新文化

旅游业是一项美丽的事业，发展绿色可持续的旅游产业，是建设“美丽中国”的重要组成部分。

作为中国豪华与新能源客车创新典范，安凯客车更是致力于通过科技创新不断提升和探索节能环保与环保客车的研发，打造符合游客实际需求的绿色客车，通过实际行动呼吁车轮上的“美丽中国”，引领旅游客车市场发展新趋势。

一直以来，安凯始终重视如何满足中国旅游业发展的客车的研究和开发，把客户满意作为自己的最高追求，以消费者的需求为输入条件来打造自己的产品，力求提供更好的产品和服务。

“安凯美丽中国行”活动，不



仅倡导为旅客提供更加绿色、节能、环保、舒适的客车，更是为了推广绿色旅游事业，传播生态文明理念，发现美丽中国，传播绿色旅游新风尚，使本次活动成为一次美丽之旅、文化之旅、公益之旅和品牌之旅。

魅力安凯

实现企业与社会共赢

“制造更好的产品，创造更美好的社会”是安凯客车长期以来的企业愿景，并为之不断努力，如今安凯客车拥有更节能、更环保、更舒适的公路、旅游团体、公交和新能源等全系列客车产品。

安凯在旅游观光车领域有非常大的影响力，开发出了观光车、景区通勤车、旅游巴士等系列产品，并赢得了全社会的瞩目。从长白山天池到玉龙雪山，从九华佛域到武当仙境，旅游景观车覆盖了我国主要的5A级景区；

在国际市场，安凯旅游观光客车已经成为中国客车的名片，从拉斯维加斯到泰晤士河畔，从迪拜到悉尼，安凯客车已经成为中国制造突破转型的典型。

以安全、节能、舒适的运营品质，赢得了客运企业和游客的一致赞誉。

助力国民健康，劲酒特聘烹饪大师定制养生菜

在普通餐馆、自个家里就能吃上国家级烹饪大师定制的健康养生菜，这不是异想天开。

近日，从中国领先保健酒品牌劲酒方面传来好消息。为了满足广大百姓对饮食的健康需求，普及高标准、高品质的饮食养生新理念，劲酒特聘郑绍武、孙立新、焦明耀三位国家级烹饪大师，为普通老百姓定制四季健康养生菜，并将在全国范围内推广。

据悉，三位国家级烹饪大师将针对春夏秋冬四季的时令食材，定制36道健康养生菜品。每个季节，三位烹饪

大师都会应劲酒之邀各自创制3道健康养生菜，由劲酒第一时间对外公布大师们定制的健康养生菜谱，并面向餐饮店、公众推广。

日前，三位烹饪大师联手打造的9道春季健康养生菜的菜谱已推出。这9道春季健康养生菜，以春笋、香椿、韭菜、海螺、鲫鱼等当季时令蔬菜肉食等为主要食材，在制作上融汇了大师多年的烹饪经验。

值得一提的是，为了助益定制菜品的健康，大师们在选料、制作细节上也是非常用心的。就拿郑绍武大师的

陈香枸杞焖酥鱼来说，制作过程中加入的不是普通的料酒而是劲酒。

这缘于劲酒本身是保健酒，含有多味药材，具有抗疲劳、调节免疫的功效。郑大师表示，营养价值丰富的鲫鱼，与劲酒相组合，强化了这道菜的保健功效，有健脾利湿、活血通络、和中开胃的作用。

据劲牌公司相关负责人透露，特聘国家级烹饪大师定制四季健康养生菜及推广，目的旨在满足人们对饮食的更高层次的要求，推进社会公众健康生活水平的提高。

中国独家获 2012-2013 年度“全球家居创新大奖”企业

整合全球健康睡眠资源，慕思凭创新走向世界

素有家居业“奥斯卡”美誉的“全球家居创新大奖(GIA)”颁奖典礼于前不久在美国芝加哥隆重举行，据悉，全球共有来自22个国家23家企业参加了此次盛会。

慕思作为国内唯一获奖企业应邀出席颁奖典礼，并一举夺得2012-2013年度“全球家居创新大奖”殊荣。

慕思荣获“全球家居创新大奖”

据了解，此次GIA全球家居创新大奖由国际家居协会(IHA)和国际家居展共同主办，因其提供的评选平台具备完全的公正性和权威性，现已成为推进全球家居创新发展的重要颁奖盛事。

慕思首席文化执行官邱浩洋代表慕思领奖并发表获奖感言。他表示，慕思对能作为中国地区唯一一家企业应邀嘉宾出席盛会现场而倍感荣幸，此次颁奖典礼也是对慕思多年创新成效的认可。

全球健康睡眠资源整合者的世界蓝图

据悉，自慕思成立以来，短短9年时间一跃成为寝具行业的领军品牌，源自于其坚持不懈的创新。

在产品创新方面，慕思整合了全球零散的健康睡眠资源，并将其有机地组合在一起；而慕思即将面世的第四代睡眠系统，“香薰”等更多科技元素将会融入，将创新提上了一个新的

台阶。

在营销创新方面，慕思积极开展娱乐营销，从“欢乐中国行”到“明星公民”，从探索“欧洲健康睡眠文化”到畅享“澳洲睡眠文化”，从微电影《床上关系》到《一睡成名》，慕思以寓教于乐的方式，普及睡眠睡眠理念。

据了解，定位为全球健康睡眠资源整合者的慕思，已先后与多家国际知名寝具生产商开展了战略合作关系；每年带领消费者、经销商、媒体等人士探索世界健康睡眠文化。

慕思总裁姚吉庆表示，慕思要向所有消费者乃至整个世界传达这样的信息：我们专注于整合全球健康睡眠资源，并积极地推广健康睡眠理念。

售价不变品质升级 2013款宝骏 630 诚意上市

4月13日，上汽通用五菱乘用车品牌宝骏汽车2013款宝骏630正式上市，推出品质全面升级、适合主流家庭选购的1.5L和1.8L两个排量共10款车型，售价维持不变，价格区间仍然为6.28—9.58万元。

为配合新车上市，“中国好声音”实力唱将张赫宣为宝骏汽车全新创作的歌曲《伙伴》，在上市发布会现场首发，歌曲生动诠释了

了宝骏品牌一直坚持的伙伴理念。

据悉，2013款宝骏630遵循通用汽车全球高标准打造。新车继续沿用通用汽车成熟技术平台研发的动力总成，在外观、内饰、静音、工艺等方面进行了全面升级。

产品品质和车辆性能达到国际先进水平，以更高性价比兑现了“可靠伙伴”的品牌承诺。

快克感冒药成了抢手货

虽然没有针对流感病毒的疫苗，但感染并非不可治愈。从现有病例发现，如果流感病毒进入呼吸道下端比较深的地方，引发严重的肺部感染，有可能造成呼吸衰竭。

如果在流感病毒侵入人体前或侵入人体之初就服用相应抗病毒药，还是能够预防的。

流感预防比治疗更重要，这是医学界公认的准则。咱普通老百姓该如何预防流感呢？首先，要养成良好的卫生习惯，保证充足的睡眠，提高机体免疫力。

对禽蛋类的食品应煮熟食用。另外，卫生部官网有篇《流感疫情》类的文中提到，临床高度怀疑或实验室确认流感的患者，应尽早使用“奥司他韦、金刚烷胺”等抗流感病毒药物。

目前防治流感病毒的主要有两类药物：烷胺类（以金刚烷胺为代表）和流感病毒神经氨酸酶抑制剂。

金刚烷胺近年是中国及其它大多国家卫生部门治疗和预防流感推荐药。其抗病毒机理：当病毒未进入细胞，可有效阻止病毒脱

壳，阻止其进入。若病毒已进入细胞，则可阻碍病毒更大范围复制。流感初起（病毒未侵入肺部），服用金刚烷胺类感冒药一定程度上可阻止病毒侵犯人体。

市民家中可备些含金刚烷胺的抗病毒感冒药，目前市售感冒药中含金刚烷胺的主要是复方氨酚烷胺胶囊，如国内销量巨大的快克牌复方氨酚烷胺胶囊。

快克牌复方氨酚烷胺胶囊是国内率先应用金刚烷胺的复方感冒药，也是复方氨酚烷胺类的首创者，是“抗病毒、治感冒、防流感”用药理念的首倡者。

据中国疾病预防控制中心流行病学首席专家曾光教授介绍，快克的“复方氨酚烷胺胶囊”是目前科学、合理的抗病毒复方制剂，既能有效抗病毒，又能消除感冒引起的各种症状。

含金刚烷胺的快克感冒药，在流感爆发时屡建奇功，是防治流感的首选药。家中常备快克感冒药，一天一粒防流感，一天两粒治感冒。快克帮您守护家人的健康！

3008的方程式 TMH 轻盈穿梭都市的欧系 SUV

“活该快乐”是自我定义更是种生活标榜，定位于都市SUV的3008专心致志为车主提供高品质快乐的都市生活。有诚意奉上自然就有销售数字递增回报，上市满月，销量指针就醒目的指向大于5000辆，钟声也随之响起“特美好”的都市讯号。所谓“特美好”，即以3008三大卖点T、M、H构建出的都市SUV风范，详解如下——T：不是每款发动机都这么“特别”

T直指3008所搭载的1.6 THP涡轮增压直喷发动机，标致雪铁龙集团和宝马集团合作的这款发动机可以说是含着金钥匙出生，集合了双方优秀DNA。

在都市复杂的线路交叉与信号更替中，车主之间往往都在分毫中较劲且乐此不疲，此时此刻，1.6 THP涡轮增压直喷发动机精确力学和爆发美学



都发挥到了艺术极致，1000转时涡轮介入工作，搭配保时捷技术6速手自一体变速箱(Tiptronic)，也许就是1秒的准绝杀，让你躲过红灯堵车；也许就是一个瞬时移位，轻松避开各种拦路虎。不仅要快准狠，还要拿捏稳。M：“美”上天的品质感与科技含量

3008的“M”灵感来自法国位列地球十大战斗机的Mirage幻影战斗

机的座舱。跟上面提到的“T”匹配就约等于贴地飞行，3008车主更是笑言“给我一个飞行帽我就敢拉杆起飞”，这种推背感、窒息感就是很多发烧车主梦寐以求的。

H：最“好”的休闲生活

H即是好，Hobby分体式尾门是最让人垂涎不已的3008卖点。车主总是在好看和实用之间有选择恐惧症，不过分体式尾门显然熊掌和鱼兼得。

3008的下尾门一旦放下可以承受200公斤重量，外出游玩Happy一番，自然也有它来“承担压力”舒畅心情，上尾门能遮风挡雨就很划算了，居然还可以玩场景模拟，BBQ或是垂钓，谈天说地或是浪漫约会，其中乐趣自己肆意琢磨去吧。