

# 家庭采暖新选择 阿里斯顿壁挂炉受青睐



## 阿里斯顿

阿里斯顿壁挂炉，新房老房都适用

几年前的长沙，消费者在装修房屋的时候对暖气片安装还没有意识，如今，在没有集中供暖的长沙，越来越多的开发商和消费者选择把壁挂炉和暖气片作为老房子采暖和新建住宅的供暖首选，以实现舒适的暖冬生活。

老房安装暖气片看似是一个难题，其实并没有我们想象的那么复杂。尤其是对于经验丰富的长沙阿里斯顿壁挂炉经销商来说。

壁挂炉和暖气片整套系统安装，无需大兴土木，无需改造房屋，一天甚至几个小时就可以轻松安装好，当天安装就可享受舒适的温暖。

那么安装整套系统究竟有多优惠呢？100平米建面的房子采暖系统费用大约在2万多元左右，包含阿里斯顿壁挂炉设备及施工、材料费在内（以经销商实际报价为准），是绝大多数家庭可以承受，冬季采暖体验将大大超过干燥的空调房。

阿里斯顿壁挂炉特约经销商提醒您：进入冬季后，暖气片安装进入高峰期，排期表往往要排到第二年春天，价格也没有优惠。现在，您可以提前联系阿里斯顿特约经销商，搓开暖气片安装高峰期。

或执本期报纸上门即可享受本月安装优惠大礼包。如果你对暖气片安装有疑问，您可以随时至阿里斯顿壁挂炉专卖店参观或电话咨询。

长沙泓邦供暖设备有限公司（阿里斯顿一级经销商）

长沙专卖店地址：长沙市万家丽路与二纬路交叉口阿里斯顿专卖店

咨询电话：0731-82125903

网址：www.ariston.com.cn/heating

# 《快乐 ELIFE》开播大热 金立年轻子品牌“清新”范十足

10月16日，由金立手机与腾讯视频联合出品的网络自制剧《快乐 ELIFE》开播即大热。

截止17日，该剧点击已经突破620.6万次，并在网络论坛、微博、微信等平台转发数10万余次，百度搜索《快乐 ELIFE》结果已达21万多条。

《快乐 ELIFE》开播伊始，无所不知的何老十、重口味的彭友、女汉子美丽、萌妹子吴雨等角色即吸引来大批年轻观众，他们在无厘头演出面前喷饭大笑，思考心灵导师何老十提出的“你有病！”这个话题，中国版“生活大爆炸”就此拉开帷幕。同时，大部分网友对主演手中的时尚手机 ELIFE E6 产生了浓厚兴趣。

《快乐 ELIFE》由金立手机与腾讯视频携手打造，是全球首部互动功能喜剧。与传统的影视剧制作不同，《快乐 ELIFE》率先启动了社交分享沟通机制。

并且，何昊、彭宇、张晓晨、付梦妮、姜雨晨五个主演都会“玩穿越”，通过角色微博，每周三正午12点，这些鲜活的人物将从剧中走出，与小伙伴们实时互动。

热心网友回复，剧中主演们



使用的就是金立旗舰手机 ELIFE E6。该机不仅拥有1300万像素摄像头、1920\*1080高清屏幕、四核处理器等主流配置，一体化工业设计更是让业界惊叹“够时尚”、“够大方”。

从首播播出效果来看，ELIFE E6 完全是“本色出演”，已经博得诸多观众喜爱，ELIFE 子品牌正逐步受到年轻朋友们的广泛欢迎。

业内人士指出，金立手机联合腾讯视频出品《快乐 ELIFE》，可视为金立品牌重塑的“奇招”。

作为沉淀行业十一年的国产手机大佬，金立意识到年轻人是智能机时代重要的消费群体，同时推出针对年轻人群体的子品牌 ELIFE，谋求智能机时代新突破。

# 东风标致“301之路”海外之旅精彩纷呈，中国秀即将上演

此次“301之路”海外段跨越5个国家6个城市，包括：301老爷车的诞生地，也是标致品牌法国的发源地——索肖、标致欧洲设计中心所在地——巴黎、PSA标致雪铁龙集团最大的海外工厂——西班牙的维哥、标致汽车王国——阿尔及尔、301全球首发地土耳其的伊斯坦布尔以及俄罗斯的莫斯科。沿着这条不寻常的“301之路”，我们细细品味这



款“全球车”的不凡魅力。

301是标致品牌针对全球新兴消费需求而设计的全新车型。作为品牌新全球战略下的重量级车型，301的全球首发需要一个与之战略意图相匹配的目标地。土耳其就是一个合适的试金场。

土耳其毗邻东欧、中东和北非国家，得天独厚地理位置优势，是历代兵家必争之地。标致301在伊斯坦布

尔投放，为其随后投放中欧和东欧市场，以及俄罗斯、中东、拉丁美洲和非洲市场，起到了很好的枢纽和翘板作用。

自法国索肖起步，东风标致301海外旅程，横跨5大洲6大城市，并通过设计、生产、工艺、售后服务、用户等多角度探访，全景式呈现了301全球品质之源。俄罗斯站之后，东风标致“301之路”国内段即将于11

月上市前正式启动，带着这股强劲的全球风，标致301将挺进中国，并将从它未来在国内的诞生地——武汉启程，之后转战成都、西安、郑州和济南等重点战略市场。

届时，国内媒体和消费者将有机会近距离体验东风标致301的全球品质、致雅设计以及先锋配置，并切身感受301作为全球车型的极致魅力。

# 校企合作升级，东风日产新十年人才培养加速

继“东风日产·青年日”活动后，2013年9月，东风日产再次发力青年人才培养，先后与华中科技大学、大连理工大学签约设立“东风日产奖学金”。按计划，2013年东风日产还将与清华大学、同济大学、吉林大学、华南理工大学4所全国重点学校共捐赠200万元，设立“东风日产奖学金”，定期奖励具有创新潜力的青年人才。

这是东风日产自2008年开展校企合作项目以来，继2012年开启“政、企、校”三方共赢的校企合作模式后，在青年人才培养上的又一次重大投入。

2013年，以设立重点院校专项奖学金为标志，东风日产全面升级校企合作项目。除扩大原有职业院校合作范围，将人才培养延伸到全价值链各环节，还将加大与985、211高校之间的合作，以创新型人才培养，驱动新十年的优质成长。

不断优化的人才结构，更高素质的人才队伍，才能给消费者带来更优质的产品和服务。“消费者一直在追求更优质的用车体验，赢得东风日产450万车主更多的信赖，需要更高素质的人才队伍。”

校企合作项目的开展，不仅有益于培养企业发展所需的创新人才，更提前将重视消费者需求的理念注入校园，让成长起来的新一代汽车人能紧密围绕消费者去创造更美好的人车生活。”东风日产副总经理任勇表示。迄今为止，在校企合作项目上，东风日产与20多个省份及地区近50所院校展开合作，累计投入资金超过1亿元，培育各类汽车专业人才超过10,000人。

重点高校助推，从“制造”向“智造”升级

“奖学金设立是一方面，同时，

我们还通过“领先校园”计划、赞助高校学生社团、活动赛事等方式，加大对创新型人才培养力度，鼓励更多具备市场化思维、敢于打破陈规的新鲜血液，能加入东风日产，助推企业从“制造”向“智造”升级。

“东风日产经营管理总部副部长李军表示。事实上，东风日产一直与高校密切合作，提前甄选、提前培养，不断提升青年人才综合竞争力。例如“领先校园”计划，不仅邀请东风日产一线骨干主动“走上讲堂”，进行高校宣讲，将成熟的理念带进校园，让未来的工程师能从消费需求角度，审视面向未来的产品。

还将一些有潜力的学生“请进企业”，到东风日产上岗实践，亲身体会怎么把消费者的需求细化到每一道工序当中，通过互动，进一步强化学生们对消费需求的深刻理解，有利于在未来的工作中，将创新思维转化为优质的产品和服务，反馈回消费者。

2012年毕业于清华大学，在花都二工厂工业工程科任职的蓝晴，就是通过“领先校园”计划培养出来的“新东风日产人”。“东风日产为我打开一扇窗，让我更全面地了解领先车企的业务运营，零距离接触全球领先的工业工程管理和模式。”蓝晴表示，“东风日产可以说是我人生的第二个清华大学，更坚定了我在工业工程领域做出成绩的决心。”

2013年，就有超过120名重点院校学生加入“领先校园”计划，为企业新十年发展储备更多的新鲜血液。东风日产还携手高校举办安全体验训练营、专业论坛、汽车电子设计大赛等活动。

如连续多年赞助清华大学“IE亮剑”全国工业工程应用案例大赛，不仅派员工与清华大学学生组队参



赛，斩获过企业组一等奖，还派出代表团参加学术交流，大大促进中国工业工程管理的创新发展。

通过校企合作，东风日产也能从高校学生的视野，更好迎合未来消费者的需求。例如，今年5月发起的首届“最美启辰车”设计大赛，就涌现出大量人性化、有启发的新颖设计。“学生们大多都是90后，他们是代表未来消费者在设计，大赛本身，也是在增强我们自己对消费者需求的把握。”东风日产总经理松元史明表示。

从领先校园计划，到深入高校举行各种比赛，再到专项奖学金的设立，2013年东风日产不断整合资源，与全国44所高等学府开展多层次校企合作，在东风日产制造品质全球领先的基础上，以未来消费需求为导向，培养更多有潜力的创新人才，推动东风日产从“制造”到“智造”的升级。

深化职业院校合作，提升全价值链人才素质

汽车行业带动性强、产业链长，

从零部件的制造和供应、汽车的设计和制造，再到汽车的销售与维修等，都需要大量优秀的人才。

《中国汽车人才发展战略研究》报告显示，2015年中国汽车产业技术人员年需求量将突破500万人，2020年将达到776万人。

早在2008年，东风日产就前瞻性地布局，启动校企合作项目，通过全方位、多领域的政、企、校三方共赢的校企合作模式，双向整合，寓教于学，为中国汽车职业人才培养探索出全新路子。

今年，东风日产不断扩大职业院校的合作规模和范围，以“制造领先”为突破，将人才培养的触角延伸到全价值链各环节，从优到全，从全到优，打造全价值链人才培养的良性循环。

2013年，东风日产与北京工业技师学院、广东省国防科技技师学院等全国22所院校达成合作协议，预计培养人才千余人。

制造方面，两期校企合作就为雷诺-日产联盟全球年度工厂的花都

工厂输送234名技工，其中，仅广东省技术学院，就为东风日产发动机分公司输送102人。

此外，东风日产还与上游供应商联手，将校企合作项目扩展到供应链环节。目前，已有181家供应商表达了加入东风日产校企合作平台的意愿。今年，东风日产将率先从广东地区选择2-3家试点供应商，实施校企合作联合办学活动。

而经销商层面，东风日产今年已经和12所院校签约，通过建设培训基地、联合学校开设销售、服务接待、机电维修等专业技能课程等，培养人才约2500人，每年向专营店输送约600人。

行业的进步，很多时候来自消费者不断提升的需求，而懂得主动倾听消费者声音的企业，才能在竞争中领先。在中国汽车“黄金十年”的发展历程中，东风日产时刻倾听、尊重消费者的理念，并将其融入前瞻、完善的人才培养机制当中，实现了累计销量450万辆的突破。

“卓越雇主—中国最适宜工作的公司”、“2012中国最佳人力资源典范企业”、“广东省最佳雇主”等系列高品质人力资源奖项，是业界对东风日产人才培养体系的高度肯定。

而通过全价值链人才的广度覆盖，和高校优质人才的精准培养，校企合作项目全面整合了企业、高校、以及经销商等全价值链利益相关方，搭建了理论与实践相结合的人才培养平台。

此举不仅打造了东风日产面向未来的体系竞争力，还以更广、更全面的合作，为中国汽车行业培养全方位创新型人才探索了全新路径，加快汽车行业革故鼎新的步伐，更好推动中国从汽车大国向汽车强国的腾飞。