

红宇新材年报增收11%

3月18日，红宇新材涨停，创下28.53元的历史新高点，尽管3月19日股价略有回调，但其一路走高的趋势，令投资者很是欲罢不能。

业绩方面，2014年公司实现营收2.13亿元，同比增长11.53%，海通证券研究员施毅等称，这意味着公司销售收入连续两年下滑的势头得以有效遏制，逐步转入上升通道。而随着募投项目建设顺利推进，公司的节能技术可以说是全面开花。

在公司技术创新和研发

逐渐独占行业鳌头的这个过程中，公司总工程师、核心技术人员的任立军自然功不可没。

毕业于清华大学材料专业的任立军2006年入股公司，也是红宇耐磨新材料股份有限公司的主要发起人之一，曾任中南大学抗磨材料研究所所长，从事耐磨材料研究二十余年，他与董事长朱红玉虽然没有任何亲属关系，却是朱红玉身边最为得力的工作伙伴和助手。2012年红宇新材上市时，60岁的

任立军已经出任公司总工程师多年，负责技术研发全面工作。

任立军的妻子万女士告诉记者，任立军之所以这么“拼”，就是想让自己耗费一生心血研发掌握的技术能为社会做出贡献。事实也确是如此。根据国家节能减排十二五规划，火电厂厂用电率要求下降0.13%，而据红宇新材反映，其客户用公司的磨球和衬板，厂用电率可以下降至少0.2%。

■记者 黄利飞

今日团购盛宴 老发票可抵100元

上周，通程电器第六届快乐消费节启幕，千余款特价商品受到了消费者的热捧。为了感谢消费者的支持，今日，通程电器继续发力，联合全省五十家门店继续为广大市民放价。持老发票进店，来就送100元

在今日团购活动中，通程电器重新整合上千款超低价主流商品，重磅出击。

现在，老顾客就可在家寻找老发票了。只要持有通程电器2015年以前的购物发票，今日至通程电器任一门店，凭票即可领取100元老友心意卡，除特例品牌及特价产品外，购大家电、厨卫电器、空气净化器、净水器，老友心意卡可直抵现金使用。另外，众多品牌还将有“满800减100”的优惠活动。

突破单品优惠，通程全线底价

在今日的团购活动中，通程电器还将携手格力、美的、海信等众多知名品牌，强强联手，同步发力，让价格“一破到底”。活动期间，购长虹50吋高清彩电只需3397元，名牌1.5P冷暖挂机1799元，美的8公斤全自动洗衣机活动价1498元，美菱560立升双开门冰箱3799元。而在小家电类，格兰仕微波炉特惠价199元，还有方太欧式烟灶套餐团购价3999元。同时，本次团购活动还将有新品家电助阵，如康佳新品腾讯T60系列——50吋4K超薄8核彩电，通程全省首发价6399元。

另外，在今日团购中，万人空巷抢空调活动火爆再续，全场空调最高直降三千，错过3·15，绝对不能再错过今天。

经济信息

公众无需“谈霾色变”

雾霾天气接二连三地在我国各地出现，对公众生活造成一定的影响。各大媒体对雾霾天气的持续关注让其曝光率骤增。“雾霾伤害”的报道吸引公众眼球，这让雾霾不仅伤身，还让民众“很伤心”。

高密度的人口，经济及社会的快速发展必然会排放大量细微颗粒物，若遇上沉稳天气，雾霾便会出现。伦敦、洛杉矶治理雾霾都达数十年，中国治霾也不能一蹴而就。而在这个漫长的治理过程中，公众首先要做到的是，积极乐观，摒弃“谈霾色变”。

在今天，各级政府已经采取各种措施去改善大气质量，同时不少良心企业更是主动以产学研的方式，研发防霾健康产品，引导群众积极抗霾。其中，备受关注的是广药旗下核心企业白云山潘高寿于2013年与上海复旦大学合作完成的国内首个防治PM2.5肺部伤害研究。研究发现，潘高寿治咳川贝枇杷露和蜜炼川贝枇杷膏可抑制炎症因子与各种细胞内容物的分泌，有效清除肺部垃圾，促进细胞的愈合与生长，保护肺部组织，减少肺损伤，对PM2.5引起的呼吸道毒作用均具有明显的防治功效。该企业负责人表示，潘高寿作为百年老字号药企，应努力捍卫国民呼吸健康，希望市民以健康的体魄和积极的心态抗霾，为政府治理雾霾预留时间和空间。

和谐社会是人类孜孜追求的美好社会，面对雾霾天气，公众不必过于恐慌，应以一种积极的心态去面对和坦然接受，理智地与政府一起抗霾，共筑美好蓝天。

200万高额赔案凸显银行保险“保障”功能

近日，一张50万元银保保单客户出险，金额高达213万元的巨额保险理赔在一周时间内结案，理赔款送达受益人，让人们重新审视一向被视为投资理财的银行保险产品。据了解，自2003年起，张女士在北京某银行先后为子女购买了泰康“千里马B款

保险”和“稳健理财终身寿险(万能型)”产品，并为自己购买了50万元保额的“金满仓两全保险(分红型)”。日前，张女士在河北突遭意外，不幸身故，按“意外身故保险金额4倍给付”的保险条款，张女士家人获得保险金213万余元。泰康人寿银保事业部

相关负责人介绍：“我们注重大病提前给付、医疗费用报销、医疗津贴以及保费豁免等保障功能的全面完善，越来越重视银保产品“长期理财+长期保障”的兼顾，引导消费者树立更理性的保险理念。”

■通讯员 王志平 尹婷婷

城步七旬老农点赞“护笋通告”

“县政府的护笋通告就是好！今年我家竹山至少多长了1000多根竹子，不用费力就多赚了一万多元……”3月19日，城步丹口镇下团村70多岁的老农陈老伯指着墙上张贴的“禁止挖笋通告”赞不绝口。

面对屋后一望无际的竹林，陈老伯充满着憧憬。

近年来，随着农村青壮

年劳力纷纷外出务工，该县威溪、茅坪、丹口等乡镇山林上的楠竹无力管护，进入冬季，一些村民就扛起锄头到别人承包的竹林里挖笋卖钱，严重侵害了承包林主的利益，也破坏了生态环境。

为此，城步县加大了竹笋竹林管护力度，每年春分后，县政府及时张贴护笋通告，严禁任何单位和个人进

山采挖春笋，禁止收购、销售和运输春笋，要求各养殖户加强对牲畜的看管。县林业局工作人员进村入户抓好护笋宣传，并联合县森林公安局及乡镇林管站、竹木检查站加强监管和检查，依法制止非法采挖、运输春笋和损坏竹笋、新竹的行为。

■记者 陈志强
通讯员 阳望春 戴龙柱

春季家装

进入3月后，春季家装才步入了真正意义上的快车道，不少消费者立马投入到这股热潮中。为此，林内创新性推出的“星际系列”新品，其凝聚智能高科技，在性能、外观、节能环保和使用体验上均为行业领先，为家装人群提供了一套智能、健康、洁净厨房解决方案。

据悉，作为世界燃气具巨头，林内即将首創厨电行业线上新品发布，此次“星际系列”——Lotus超能火燃气灶、3A净界智能烟机和智净系列消毒柜三款新品3月底天猫商城首发，并于搜狐进行网络新品秀，此举改变了厨电产品传统上市思路，开创了厨电品牌全新的电商营销模式，可谓意义深远，预计在羊年伊始即掀起一场成套厨电抢购热潮。

Lotus超能火燃气灶
开创高效火力新纪元

燃气灶是厨房的核心，一款优质的智能高效燃气灶，是科技厨房的必备。

林内“星际系列”新品驾到



林内“星际系列”的 Lotus 超能火燃气灶热效率高达 61%，比普通燃气灶节能 22%，每月节省了 1/5 的费用开支，开创了高效火力新纪元。

3A净界智能吸油烟机
前所未有的洁净体验

厨房空间的环保清新，取决于一款优质的油烟机。业内人士表示，单一指标来衡量油烟机大吸力的时代早已成为过去。林内“星际系列”的 3A 净界智能油烟机超一级能效，并拥有三重净烟技

术，从拢烟、吸烟、滤油三大决定性方面控制吸烟效果，真正实现油脂分离，彻底解决了中国厨房的油烟问题，不仅为消费者打造节能健康的厨房环境，更营造环保清新的公共空间。

据林内导购人员介绍，林内 3A 净界智能吸油烟机外观采用 iPhone5s 的一体化设计，全触摸屏操控，时尚智能体验无与伦比。延续了卢浮宫的科技灵感，开创黄金三角拢烟区设计，达到最佳的拢烟效果，最大限度吸走厨房油烟，有效防止油烟倒灌。

智净系列消毒柜
开创智能消毒 2.0 时代

林内“星际系列”全套厨电开创高效节能新纪元。从美食烹饪、空间环境至饮食安全，打造一体式环保、健康、智能的魔幻厨房体系，赋予了前所未有的使用体验。不仅引领了厨电节能环保发展潮流，更重新定义了高端厨房。

走近卡车司机，昆仑天威启动全国巡展

2015年3月16日，由昆仑润滑油举办的昆仑天威“无‘威’不至—发现最美生活路”大篷车巡展活动在广州正式启动。此次活动将覆盖全国26座城市，历时三个月，共计70场路演，聚焦卡车司机群体，为他们带去实实在在的关爱。

据悉，活动中凡参与“拍照赢卡车”APP及活动官方网站活动，上传照片的司机，就有机会获得价值40万元的卡车头大奖。

作为民族品牌的代表，昆仑润滑油始终坚持从关爱消费者角度出发，在研制真正适合中国路况、车况产品的同时，也为消费者带去关爱。此次活动旨在搭建一个可以与卡车司机交流互动的平台，通过卡车司机上传的生活照片，展示他们的真实生活。

中国石油润滑油公司副总经理孙树好在启动仪式上说：“一直以来，昆仑润滑油都将‘关爱服务’视为企业的核心价值，秉承对消费者关爱的承诺，

我们将用不断创新的精神为广大卡车司机提供优质的昆仑天威系列产品及丰富的配套服务，让卡车司机永远行驶在最美的生活路上。”

“昆仑润滑油以极致抗磨保护为基础，不断践行‘关爱服务’，从对车的关爱延伸到对司机及其家人的关爱。昆仑人相信，通过不断的努力与创新，昆仑天威系列产品将成为广大卡车司机最美生活路上最忠实的伴侣。”中国石油润滑油公司副总经理孙树好表示。

与“爱”同行 是一种怎样的体验？

从父亲眼里看到了肯定。

作为在父母期望重压下长大80后，我希望能给儿子一个平安快乐的童年。所幸，小爱给了我足够的安全感。四轮盘刹，EPS电子助力转向，ESC车身稳定系统，还有儿童安全锁，赢得了我的信任。

与“爱”同行，让回家之路有了更多幸福的体验。全新爱丽舍的“高品质、大空间、全配置”不一是为幸福的家庭生活而用心打造。有“爱”，才有家，愿越来越多的爱家好男人沐浴与“爱”同行的幸福体验。

用消费者代言，劲酒以行动践行阳光营销

近日，由国内知名保健酒品牌劲牌公司举办的“为消费者代言”活动在劲酒消费者中掀起了一股热潮。

在很多人看来“代言”已成为名人的专属，然而此次“为消费者代言——征集劲酒消费者出演央视广告片”活动，面向的却是全国普通消费者，对参与者外貌条件及演技水准几乎没有任何要求。那么“为消费者代言”到底代言的是什么？被征集人到底需要怎样的“非凡之处”？

据劲牌公司活动负责人透露，只要是劲酒消费者就能参加活动。该负责人介绍，多年来劲牌公司积极践行阳光营销理念，始终坚持以消费者为中心。征集消费者代言能更加真实地传递劲酒的健康饮酒理念，同时希望以此号召更多人坚持理性饮酒。

熟悉劲酒的人都知道，劲酒的每一则广告都是基于企业坚持倡导的健康理念及产品自

身真实品质进行拍摄的。除在传播上坚持倡导健康饮酒外，劲酒更多的将实际行动付诸于实实在在的产品品质上。20多年来，劲酒品质不断升级：选用幕阜山7眼深山甘泉自酿生态小曲原酒，在全国范围内遴选建立了14大地道药材直供基地，原料标准化种植面积达9000余亩，并采用数字化提取技术完整萃取药材精华，确保了劲酒的品质功效。

同时，劲牌公司常年开展“跟着劲酒去旅行”活动，主动邀请消费者到原酒基地、标准化数字提取车间、国家级实验室实地参观，将生产过程真实的展现在消费者眼前。

年销量8亿瓶的健康品质见证，千万次不可贪杯的温馨提示。劲牌公司诚邀消费者为健康代言，演绎自己的健康故事。2015，传递健康力量，劲酒有你更精彩！

胖大白就在身边 C4L领衔上演车市《超能陆战队》

随着《超能陆战队》的火热上映，充气机器人大白以呆萌治愈系的形象一举俘获众多女观众的心。C4L、新速腾、新卡罗拉这三款车型，正是现实中能时刻陪伴、呵护着你的那个大白。

东风雪铁龙C4L作为法系中级车的典型代表最大程度满足女性消费者对于车的需求。1.6THP发动机解决了传统涡轮增压发动机普遍存在的动力滞后现象，动力输出更为随心所

欲。新速腾1.4TSI的发动机最大功率131马力，最大扭矩220牛米，操控性能强。新卡罗拉一经上市，就在女性消费群体中赢得了诸多粉丝，根据配置分出了7个级别12款车型，让消费者有了更大的选择空间。这几位车界暖男可以给你带来更贴心自在的生活，在未来的日子里，他就为转化成心中的胖大白，像台词中说的那样——“住在心里”。