



2010年8月6日 星期五 编辑/张文杰 图编/言琼 美编/杨乐 校对/张郁文

方太厨电：溪边奇茗冠天下

斗茶歌

年年春自东南来，
建溪先暖冰微开。
溪边奇茗冠天下，
武夷仙人从古栽。
宋/范仲淹

武夷岩茶是中国乌龙茶中之极品，其“活、甘、清、香”妙不可言的“岩韵”，蜚声四海，誉满九州，令古往今来的茶人爱的如醉如痴。范仲淹诗称其“冠天下”。中国厨房家电巨头的方太，以人性化的技术与设计作为利器，15年来横扫天下，独占鳌头，隐隐有“冠天下”之势。

和米博热水器一起爱上高尔夫

高尔夫球是一项全球公认的优雅、健康的绅士运动，绿色、氧气、阳光、友谊，在高尔夫运动中一个都不能少。现代社会生活节奏太快，人与人之间充分交流的时间越来越少，留给每个人独立思考的空间也很有限，因此，“慢生活”开始流行，也开始享受那些不追求速度和力量的运动，比如说高尔夫。

一个热水器品牌为什么会如此热衷推广高尔夫球运动？

米博热水器贴上“高尔夫”标签之后，真的就能成为高端生活方式的一种标志？

高尔夫球在长沙这样的省会城市也还是一个“小众运动”，但是热水器却是每家必需的“大众用品”。米博热水器为什么会选择“豪赌”高尔夫？



厨电行业的市场营销实战专家、方太集团市场总监孙利明。

主动适应 学会转换角色

带着种种疑问，记者赴活动现场采访了厨电行业的市场营销实战专家、方太集团市场总监孙利明。

“米博热水器是方太集团2009年强势推出的创新力作，米博为什么会举办本次高尔夫体验巡回赛，原因是多方面的。”孙利明说，我们最初的想法比较单纯，就是想把高尔夫作为一种市场营销的手段。因为我们发现，米博热水器的价位、品质都比较高端，和高尔夫球运动人群的消费特征十分吻合，也就是说，他们是我们的重度消费人群，如果在这群人

中搞活动，一定可以拉动产品的销售。但是后来我们的思路发生了调整，根据对大城市生活方式的研究，我们发现更多的人其实是处在“想玩高尔夫”和“会玩高尔夫”之间，他们本身的消费能力很强，但是对很多新生事物和新生品牌缺乏体验，米博作为一个新品牌，有必要去普及一些时尚生活方式的知识，所以我们将活动对象扩大到公众。

现代都市生活，很多人都觉得压抑、难受，其实是缺乏“舒适”这种能力。有人认为周末休息窝在沙发里看电视就是一种舒适，有

人认为夏天呆在空调房间里一动不动就是一种舒适。真正的舒适应该是身体和心灵的全面放松，是一种积极而自信的人生态度。

在孙利明看来，舒适不仅是一种能力。我们每个人还要主动去适应社会环境，要学会角色的转换。比如说，未来的男士应该是“上得商场、下得球场”的新绅士。



市民感受心灵深处的“清凉”

一位来自株洲的参赛选手王先生感言：“高尔夫在我心目中是一项高雅、高贵的运动。我此前从来没有打过高尔夫，这次也是抱着试试看的心情来参加活动。没想到在教练的指导下，很快就找到了感

觉，虽然是在模拟的环境下挥杆，但我的脑海里已经浮现出阳光、绿地、沙滩，仿佛是在生机盎然的丛林里锻炼身体，眼前一望无际的绿色，让我感到了心灵深处的“清凉”。

【武夷岩茶】

武夷岩茶具有绿茶之清香，红茶之甘醇，是中国乌龙茶中之极品。武夷岩茶条形壮结、匀整，色泽绿褐鲜润，冲泡后茶汤呈深橙黄色，清澈艳丽；叶底软亮，叶缘朱红，叶心淡绿带黄；兼有红茶的甘醇、绿茶的清香；茶性和而不寒，久藏不坏，香久益清，味久益醇。泡饮时常用小壶小杯，因其香味浓郁，冲泡五六次后余韵犹存。

高明的茶师把武夷岩茶的“岩韵”归纳总结为“活、甘、清、香”四个字。



方太&米博联合专卖店8月8日长沙三店同开 全省49店携手同庆

一起来参与这场厨电与热水器专业品牌联盟的盛会吧！

始终专注于高端厨电领域的方太，携手以创造舒适生活为理念的高端热水器品牌米博，共同缔造“方太&米博专业品牌联盟”。从今天开始，莅临方太&米博联合专卖店，让你的每一次选择都能收获双份的享受与安心；每一次体验都能感受双份的专业与品质保障。

新张门店地址：



新张门店限量惊爆商品：



开业庆典+专场团购，超值优惠、惊喜不断！
团购支持：搜房网、三湘团购网

总经销：长沙方太电器有限公司