

# 蒙牛果蔬酸酸乳牵手人气天王韩庚 演绎时尚营养新精彩

鼓励国民一天吃五份新鲜的蔬菜水果的“天天五蔬果”营养健康运动,早已风靡全球;而据调查,我国国民每日摄取的蔬果量远远低于国际标准。

于是,作为一向关注国民健康的蒙牛创新性的升级了蒙牛果蔬酸酸乳,优选多种蔬菜与水果,将大于等于10%的纯果蔬汁融入醇香牛奶,带来4款全新组合,满足不同人群对各自所需营养的摄取,分别是以红润养颜的番茄口味果蔬酸酸乳、纤养益容的黄瓜口味果蔬酸酸乳、提升免疫的紫薯口味果蔬酸酸乳和益肝明目的胡萝卜口味果蔬酸酸乳。而拥有超高人气的亚洲天王韩庚的倾情代言,更为新品平添了一份时尚动感的氣息。

**人气天王锐不可当 韩庚华丽化身“果蔬控”**

如果你现在打开电视,一个跃动的身影总是会出现在报道中,他就是韩庚,一个公认的亚洲天王!在经历了娱乐圈各种沉浮之后,韩庚展翅高飞,一跃冲上了各大颁奖典礼的舞台,成为顶级时尚红毯上最耀眼的明星,他的光彩有目共睹。在所有人心目中,韩庚的健康和活力是他个人最显著的标签,也正是基于此,才实现了蒙牛果蔬酸酸乳与韩庚的完美联姻,他跃动的身姿,俊朗的外表,充满活力的形象与蒙牛果蔬酸酸乳时尚、健康的品牌气质浑然天成。而与韩庚的精彩合作,无疑也彰显出了蒙牛果蔬酸酸乳在细分



品类行业中的领导地位和升级蜕变后与众不同的魅力。

在全新的蒙牛果蔬酸酸乳“摘番茄篇”的电视广告中,韩庚身着粉色上衣,青春逼人,活力四射,他快乐地在果园里摘取番茄,心旷神怡的品尝升级后的蒙牛果蔬酸酸乳。在广告拍摄间隙,韩庚接受采访时不禁表示:“作为艺人,不规律的饮食习惯常常威胁我的健康,而蒙牛果蔬酸酸乳具有丰富全面的营养,能保证我一天的营养所需,而且酸甜的口味也是我很喜欢的,我以后在排练和演出时候都会随身带着它,随时随地补充营养。”

**蒙牛果蔬酸酸乳新升级 营养更丰富**

全新升级蜕变的蒙牛果蔬酸酸乳将多种纯正果蔬汁与醇香牛奶完美组合,优选更好的品质,营养更加丰富。牛奶的营养价值高是众所周知的,它含有丰富的活性钙,是人类最好的钙源之一。而蒙牛果蔬酸酸乳全新升级后的番茄、黄瓜、紫薯、胡萝卜四种口味与牛奶完美的结合,搭配不同的果蔬组合,为你量身定制的营养果蔬套餐,相信总有一款适合你。

其中,改善皮肤状态、增加皮肤红润光泽的番茄果蔬酸酸乳,严选日照超过10小时的新疆番茄,含有丰富的维生素C和A以及叶酸、钾这些主要的营养素,特别是它所含的茄红素,对人体的健康更有益处,同时融入了草莓、紫葡萄、蓝莓、樱桃、青梅、口味酸甜,营养丰富。而有助纤体塑身,补水润肤的黄瓜果蔬酸酸乳,优选丰富维生素的新鲜黄瓜,富含维生素E和黄瓜酶,除了润肤、抗衰老外,还有很好的细致毛孔的作用,同时融入青提、猕猴桃、枇杷、西柚、覆盆子,带来丰富的矿物质与膳食纤维。而增强免疫力的紫薯果蔬酸酸乳,精选富含花青素和多种微量元素的紫薯,富含丰富的蛋白质,搭配黑加仑、菠萝、树莓、杨梅、柠檬,营养更全面。而明目补气,焕彩添活力的胡萝卜果蔬酸酸乳,特选胡萝卜,带来丰富维生素、矿物质与膳食纤维,再融合甜橙、木瓜、石榴、蔓越莓、青苹果,新组合好营养。

## 消费需求兔年升级 松下引领洗衣机高端市场

进入2011年,越来越多的消费者开始钟情于大容量、高洗净比且能呵护衣物的高端洗衣机产品。而松下洗衣机凭借创新科技和人性化设计,满足了消费者对产品不断升级的需要,旗下滚筒和波轮新产品持续走俏市场。

**高档衣物放心洗 松下滚筒尽显品质生活**

近几年,滚筒洗衣机由于在功能设计上贴近消费者对高品质生活的需求,开始进入更多家庭。像时下热销的松下斜式滚筒洗衣干衣机阿尔法系列,就汇集了洗护一体、变频、烘干、除菌等热门技术于一身,赢得了众多消费者青睐。

据介绍,松下此款产品充分满足了消费者“洗护一体”的洗衣需求。在传统卧式滚筒只能摔打洗涤的基础上,松下采用新颖的左右抛洗的洗涤方式,不仅洗净均匀率提升38%,而且还进一步改善了衣物在洗涤时的缩水率和磨损率,对羊绒、羊毛类高档衣物起到良好的保护作用。此外,该产品还集合了DULL-DD30磁极变频直驱电机、阿尔法烘干技术、光动银除菌技术等高端科技,外加人性化的斜式设计,真正做到内外兼修,充分彰显了松下以人为本的设计理念。

**波轮也能洗羊绒衫 松下洗涤技术大升级**

随着生活水平的提高,消费者对波轮洗



衣机也有了更高的需求,希望波轮也能够清洗羊绒衫等高档衣物。为了满足消费者这一需求,松下推出了泡沫净精洗系列洗衣机。

据了解,它通过升级原有的泡沫发生器和独创的精洗技术,让消费者也能体验到滚筒产品对衣物的“呵护”。洗衣机内部的精洗网板,完美地担当起衣物的保护屏障,有效避免衣物与波轮的直接接触,将磨损率大大降低;精心设计的四重瀑布水流冲刷并穿

透网板上的衣物,如同人手一样轻柔压洗,在不伤衣物的情况下,就能将衣物纤维深处的污垢洗净。

家电评论人士指出,随着消费需求升级,单一的产品功能已经难以满足消费者个性化、高端化的需求,洗衣机生产企业只有紧贴消费需求,在研发和设计等方面不断创新,才能充分满足消费者对品质生活的追求。

## 杰士邦 SKYN 极肤 带您进入非乳胶安全套新时代

“真感觉革命”SKYN极肤非乳胶安全套上市发布会在上海冠军溜冰场成功激情演绎。这款由全球安全套领导企业安思尔集团在华子公司杰士邦倾力推出的新品,是目前世界首个也是唯一一款经过临床验证的由革命性非乳胶材料“聚异戊二烯”制成的安全套,给消费者带来“就像你的肌肤”般的真实感受。在高科技全息秀的震撼表演和别具一格的花滑演绎之中,安思尔集团生殖健康护理业务全球总裁 Peter Carroll、杰士邦公司董事长兼总经理汤向阳先生以及著名心理学家、情商研究专家张怡筠博士共同启动了SKYN极肤非乳胶安全套的正式上市,倡导“说出真感觉”,引领中国消费者进入真感觉时代。

**更真实体验,“就像你的肌肤”**

SKYN极肤由全新非乳胶材质“聚异戊二烯”制成,临床测试表明:“聚异戊二烯”的独特分子结构,使其更柔软,具有更好的体热传导和润滑感受,有效提升敏感度。它不含天然乳胶成分,适用于对天然乳胶过敏的消费人群。SKYN极肤的推出是安全套市场革命,也是目前中国市场上唯一一款非



天然乳胶安全套。汤向阳先生表示:“我们从十多年的市场经验中发现‘消除隔阂,提升使用感受’是广大消费者最大的希望。SKYN极肤研发成功之后,我们就着手将它引入中国,希望能让消费者更早体验全球安全套的最新科技产品,希望给中国消费者的两性关系带来更为真切,亲密,没有隔阂,水乳交融的“真感觉”!提升中国人的“性福”感!开启中国非乳胶安全套新时代!”

**实力雄厚,带着光环进入中国市场**

安思尔集团非常有信心 SKYN极肤将

在中国市场获得成功。这样的信心来自于SKYN极肤在全球市场的优异表现,在英国、美国等多个国家后上市,立刻成为各地市场的明星产品。在正式上市前,安思尔做了详尽的中国市场调查,调查发现超过98%的中国消费者非常认同SKYN极肤的产品理念和品质。SKYN极肤也通过各类渠道进行中国市场产品试销和样品派发,显示出了巨大的市场潜力。

**拒绝隔阂,说出真感觉**

张怡筠博士非常认同SKYN极肤所倡导的“真感觉革命”理念,在当前两性关系中,时常因为忙碌、沟通少等问题变得冷漠和缺乏激情,长期以往会造成难以弥补的隔阂。SKYN极肤所倡导的拒绝隔阂,说出彼此的“真感觉”以及其产品所带来的肌肤般的亲密体验,也是对当前两性关系的革命,对推动建立和谐的两性关系产生积极的作用。SKYN极肤不同于奢侈品只为少数人所拥有,大多数中国人都能能力购买。安思尔集团和杰士邦公司一致希望全世界追求更高品质性爱的人都可以体验到SKYN极肤这款产品的魔力。

## 诺奇“未来之光” 点亮北京服博会

3月28日,“第十九届中国国际服装服饰博览会”(CHIC2011)将在北京隆重开幕,作为国内乃至国际最有影响力的服装展会之一,国内外各大服装服饰品牌也将纷纷亮相于此。

笔者近日就从诺奇股份公司了解到,诺奇时装今年将首次以参展商的身份出现在服博会上,并举办一场主题为“未来之光”的大型时尚秀,在推介创新SPA(自有品牌服装专业零售)模式的同时,充分展示诺奇以光之快速紧跟市场流行趋势的商品,及代表企业引领时尚业未来发展的抱负和梦想。

在中央“十二五”规划提出的扩内需促消费的政策号召下,服装零售业进行渠道革命、力增附加值已成必然。而在消费者越来越追求个性化时尚的当今,以诺奇为代表的SPA服装业态将是引领国内服装业发展的重要革新力量,代表着服装业未来发展的先进方向。“因此,本次时尚秀的主题也定为‘未来之光’。”诺奇董事长丁辉介绍说。

据了解,2007年开始,诺奇逐步确立了商品企划、设计、生产、销售一体化的SPA商业模式,市场规模迅速发展,目前已在全国开设数百家直营化管理的连锁门店。诺奇与其他SPA企业大致相同,拥有多位买手型设计师,通过借鉴和改造流行时尚,迅速实现服装款式的推陈出新;通过整合供应链,以自有的“诺奇”品牌向厂家下单订货,然后通过快捷的物流体系直接配送到全国各个终端门店。基于此,诺奇实现了对所有直营和加盟店采取直营式管理,并且100%现货供应、无限次随时补单,而非传统的“期货制”,广受加盟商欢迎。

基于对SPA模式的创新运用与管理,2010年的CHIC“中国服装商业论坛”上,诺奇被著名经济学家郎咸平当成案例现场分享,其发展多年的会员制也被业界称为“会员数据库营销”,还被美国西北大学作为案例编入EMBA教材,同时美国哈佛大学也计划将此编入“哈佛教学案例库”。此外,诺奇还与东华大学共同成立了国内首家以“快时尚”为研究对象的校企合作组织。

诺奇此次在CHIC2011 E1馆(男装馆)布下300多平方米的展馆,将与雅戈尔、红豆、波司登、杉杉等企业组成知名服装品牌展位群。据丁辉介绍,诺奇除了依托这一广阔平台推介在商业模式、运营管理和产品上的诸多优势,吸引上游原材料商、生产商及加盟商一起加入发展事业,更希望借此机会和行业同仁们一起来探讨和分享服装业未来的发展之道。

## 平安电话车险 客户享全国免费救援

在平安电话车险率先成功实现1天赔付一周年之际,近日,中国平安再次提出“承诺不变,服务升级”:除保证1天赔付外,还将为其VIP客户以及通过新渠道购买商业车险的客户免费提供包括接电、紧急送油、现场抢修在内的多项道路救援服务。

如今,在理赔服务承诺标准不断提升、同业竞争日益激烈的形势下,平安车险再次用事实和成绩刷新了业内记录,出色完成了对客户、对社会的庄重承诺。据悉,“一天赔付”承诺实施一年来,截至2011年1月31日,平安车险案件共535.37万件,符合承诺条件的案件数534.62万,承诺服务达成率99.86%,件均处理时间0.269天。

而新的一年,平安产险根据广大车主的需要,提出了新的服务承诺,即在维持车险一天赔付承诺不变外,将向约500万客户免费推出救援升级服务。

## 筒领天下之霸气: 三洋“宽”系列滚筒洗衣机问世

滚筒洗衣机最早从欧洲引入,起初因向上排水的方式不被广大中国消费者接受,所以仅维持着较低的市场份额。近些年,随着产品的技术升级与消费者生活需求的转变,滚筒洗衣机渐渐被越来越多的家庭所接受。随着近两年变频技术的不断发展和全面应用,使滚筒洗衣机获得新生,市场份额不断扩大,仅2010年下半年就同比增长40%之多。一些对市场变化感受敏锐的企业,已渐渐将产品重心转移向滚筒洗衣机领域,这其中就包括“变频王者”合肥三洋。

合肥三洋作为国内最早一家自主研发与自主制造变频电机的企业,已在变频领域拥有充足的技术与实力,之前所推出的顶开式滚筒、斜式滚筒等都拥有较高的市场占有率。就在3.15期间,合肥三洋再次隆重推出了全新“宽”系列卧式滚筒洗衣机,强势入驻滚筒主流市场。采用三洋变频技术的“宽”系列,以大容量为出发点,或将成为最适合中国消费者的卧式滚筒洗衣机。

“宽”系列一反欧式滚筒的缺点,兼具了上下排水两种方式,卫生间、阳台、厨房均可使用。为了能站立操作,三洋特将欧式滚筒改为了“两点钟”方向的开门方式,消费者无需频繁弯腰即可轻松取放衣物。该产品还添加三洋独有的“NF全模糊智能控制”,洗衣机就像一个智能保姆,可根据衣物的面料材质自动进行水位、时间、洗涤的精准调节。

据业内分析人士指出,“宽”系列洗衣机的推出,标志着合肥三洋成为国内第一家全线产品变频化的洗衣机企业,滚筒洗衣机主流市场的既有格局将被打破,拉开了新一轮市场竞争的序幕。