印度首台五星级无霜冰箱

在印度市场,海尔不仅成为最受当地消费者欢迎的海外品牌,同时还占据了当地行业技术的制高点,成为当地市场趋势的引领者。近日,印度媒体《每日电讯报》发布消息称,海尔在印度推出了当地首台符合2012年新能效标准的5星级风冷冰箱。这意味着海尔凭借全球领先的技术与产品创新能力,已经超越了欧美日韩冰箱品牌,成为印度冰箱市场格局的引领者。

对此,市场分析人士认为,印度消费者对产品的 时尚性要求很高,同时由于印度地处热带,人们对冰 箱冷冻需求极为频繁。海尔推出的风冷冰箱不仅采



用了绚丽外观,而且其充分 考虑当地用户需求的差异 化设计也满足了消费者需求,为消费者提供了更多选 择空间,引领着当地冰箱市 场的发展趋势。

此外,该篇报道还详细介绍了海尔风冷无霜冰箱的差异化之处。据介绍,该

产品采用上冷冻下冷藏式设计,充分满足了当地消费者冰冻日常饮料等需求。在印度推出符合当地5星级能效标准的冰箱产品,充分体现了海尔根据当地用户需求进行产品创新的理念,而这一切都离不开其完善的工业创新体系及领先的全球优势资源整合能力。据悉,目前海尔在印度已经建立起设计、制造、营销的"三位一体"布局,依托这一布局,海尔能够从当地生活习惯、文化传统、风俗民情等层面及时、准确地把握消费者需求,进而针对性进行产品的创新研发。从印度市场来看,海尔已经推出了多款满足消费者需求并引领市场趋势的冰箱产品。根据印度富裕阶层住宅比较大,主人喜欢在厨房客厅放置对开门冰箱等高端家电的特点,海尔推出了拥有风冷无霜设计与时尚外观的高端对开门冰箱,迅速赢得当地高端消费者的青睐。

凭借满足当地消费者需求的高品质领先产品,海尔在印度市场彰显出强大的品牌影响力和市场号召力。据印度权威咨询调研公司Trust Research Advisory(TRA)对当地16000个品牌进行的10万份调查问

"海尔诰"

卷的结果显示,海尔位列"印度人最信任品牌50强"榜单第19位,成为唯一人选的中国品牌,并且在排名上领先于诸多国际知名品牌。事实上,印度市场的领先表现只是海尔在全球市场的一个缩影。从全球市场来看,海尔正不断以最具创新性的高品质产品改变着全球甚至发达国家市场对于中国品牌的印象。去年IFA期间,德国最大电视台RTL《柏林日报》德新社等全球知名媒体集体聚焦海尔,对海尔集团推出的高端法式对开门冰箱、"MY ZONE"系列无霜冰箱、复式滚筒洗衣机等领先产品进行了重点推介,并将其称为能够引领市场趋势的产品。

海尔冰箱以领先的技术与卓越的品质达到了全球各国市场的准人标准,赢得了全球消费者的认可。世界权威市场研究机构欧睿国际(Euromonitor)公布的2011年最新市场调研数据显示:海尔冰箱品牌零售与制造商零售的全球市场占有率分别高达13.7%和16.5%,比去年分别增长2.9个百分点和3.9个百分点,连续四年蝉联世界第一,海尔冰箱的全球第一品牌地位进一步巩固。 (辛闻)

夏普LX840A系列 高端智能电视全新登场

近日,来自日本的世界知名品牌夏普推出了升级版 SMART TV(智能电视)——LX840A系列。据了解,本次推出的LX840A系列将涵盖46英寸、52英寸和60英寸等三个产品尺寸段。

LX840A搭载了夏普独有的四色技术,它采用四色滤光片,在红、蓝、绿三色的基础上加入黄色,实现更广阔的色域,可以更加生动地再现黄色、金色、祖母绿色等传统三原色技术难以表现的色彩。在音质方面,通过3D环绕声中新增的"体育场"模式,真实还原如体育场、音乐会等的现场效果。同时,辅以DTS音频解码技术,能够提供高素质的音频记录格式,为环绕声的影视作品提供了更加优质的技术和效果,让电视也有良好的"嗓音",再现身临其境的逼真和震撼。

LX840A系列导入全新的智能界面,在浏览器、智能应用方面做了更多的技术支持,让电视操作系统更加简洁方便。相应的在电视遥控器上设置了智能键,用户一键就可直接调至智能界面。3D播放也一样方便,当输入信号中检测到"3D片源身份信息"时,画面自动切换至3D模式,即使没有收到3D身份信息,当影像具有3D规律时,画面也会自动切换到3D模式。LX840A还支持DLNA家庭娱乐互联,可以在家电、PC、移动设备之间实现音乐、视频、图片等各类数字影音文件的无缝共享,让多屏互动不再遥不可及。还支持WIFI无线上网。夏普高层透露,LX840A已于3月上市,努力为用户提供更多的智能服务。





省体育中心江浙沪丝绸展 4月20日至5日14日举行

一年一度的传统品牌展会-江浙沪丝绸服装服饰大型展销会于4月20日至5月14日在济南·省体育中心体育馆隆重举行。

本次展会组织邀请了自江苏、浙江、上海等长三角地区正规丝绸厂商,还有北京、天津、广州、大连等八省市服装厂商共300家。丰富的商品让展会倍显热闹气氛,主要参展商品有品牌丝绸服装、真丝针织服装、春夏季男女时装、休闲运动服装、家居睡衣系列、中老年服装、童装、鞋帽、春夏床上用品等等。

展会上所有商品都为参展厂家直销,销售环节的减少给顾客带来更多实惠,展会上的商品大多低于市场价5成以上。

此外,为进一步丰富展会内容,还组织了八省市土特产食品展团一同参展,也为展会增添了不少热闹气氛。

美丽的丝绸、实惠的价格,2012首届江浙沪大型丝绸服装展邀您共享精彩直销展会。地点:省体育中心体育馆。日期:4月20日至5月14日。

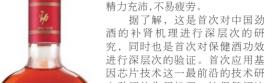
劲酒保健机理研究成果权威发布, 引领保健酒技术创新

近日, 劲牌有限公司联合复 旦大学中西医结合研究所共同发 布了劲酒补肾机理的研究结果, 从研究的角度论证了劲酒在补 肾,免疫调节等方面的作用。这一 研究成果发表在最新一期的《中 国免疫学杂志》(第27卷)上。

这一科研成果的公布,在社会范围内引起了不小的反响,成为近期热议的焦点。而这对我国保健酒行业的发展,引领保健酒技术创新具有里程碑式的意义。

复旦大学中西医结合研究所 是国内从事肾阳虚证的现代机理 以及临床应用研究的权威机构, 此次与劲牌公司合作,历时三年 对中国劲酒补肾机理进行研究, 首次证实了劲酒在补肾、免疫调 节等方面功效显著。这进一步证 明了在市场走访调研中,消费者 反映劲酒在温补肾阳方面的显著

功效,并有效改善免疫力下降、精力衰退、睡眠 质量低下、中老年消费者频繁起夜等现象。大 部分消费者在饮用劲酒后,身体能够持续性均



完劲酒的作用机理,让保健酒这一个。 一酒类产品充满了科学性、可信性。中国劲酒补肾机理研究为保健酒的发展揭开了一个新篇章,充分证明了保健酒的功效有其科学的基础和理论依据,对于未来保健酒的市场发展、技术创新提供了有力支撑。

匀发热,感觉通体舒泰,并且感到

随着市场需求的进一步扩大, 保健酒的品质与功效将越来越受 关注。为了增加劲酒的健康功 效,劲牌公司依据中华五千年中 医理论精华,运用现代生物技术 进行了多方面的综合研究,将多

味名贵药材精华蕴于劲酒之内,并对组方进 行了科学组方和反复优化设计,从而使劲酒 成为名副其实的中国第一保健酒品牌。



特仑苏城市音乐会:一场名仕感知品牌力的文化盛宴

近日,由特仑苏 主办的城市音乐会在 北京音乐厅隆重拉开 帷幕。除了钢琴大师 刘诗昆先生与北京交 响乐团同台献艺外, 更有诸多享誉国内外 的艺术名家的参持。 据悉,音乐会将持续

整4个月,跨越全国21个城市,也为参与者精心准备了诸多互动体验环节。

与郎朗同台 名仕感念品牌魅力

据知情人介绍,音乐会门票的获取方式与往届一样,注册特仑苏官网、参与线上抢票的用户或在商场购买其产品的消费者均有机会拿到门票。在活动期间,特仑苏会员上传自己真实的钢琴演奏视频,即有机会登上音乐会的璀璨舞台,与名家同台演出,展现艺术天赋、分享艺术感动,更有机会与国际钢琴巨星郎朗同台演出。另外,相比往年,今年的演出阵容更加强大、更具国际化色彩,汇聚了来自全球的著名乐团和顶级音乐大师,为特仑苏城市音乐会增添了更多看点。

与往届相比,本届音乐会更加注重参与者

的互动体验。据主办方介绍,特仑苏官方微博将对音乐会进行现场直播,新增的"微博上墙"更成为京城首演的最大亮点。这一环节让消费者通过微博这一新兴媒体形式,将自己对于音乐的理解以及本次

城市音乐会的感受在现场LED大屏幕上进行 分享,体现了极强的互动性。这种会员体验 方式的融入,使得特仑苏城市音乐会现场充满 了浓浓温情,同时也更加丰富了专属人生的深 刻内涵。

专属天然生活 成就特仑苏人生之不同

有關人然主治 成銀行它亦入生之小同特仑苏通过城市音乐会将高雅艺术和金牌文化融为一体,为名任会会员带去了卓尔不凡的尊享感。作为中国领先乳品企业的高端品牌,特仑苏始终致力于推动高雅艺术的向前发展。目前,城市音乐会在全国范围内的演出多达上百场,其他文化艺术季的活动项目也随之陆续开展。特仑苏在文化艺术领域做出的杰出贡献充分体现了其作为文化推动者的使命和承诺,进一步强化了"人生所以不同"的品牌理念。

以"品牌"为号角 容声冰箱推出艾弗尔Ⅱ系列新品

在竞争加剧、寒气甚浓的家电行业,如何能够突围并获得长足发展?

"中国的家电产品在硝烟弥漫的白热化竞争中要想获得长远发展,最终获胜,要做好产品,更要做好品牌"。在近日容声艾弗尔Ⅱ系列高端冰箱新品上市发布会上,海信科龙副总裁甘永和如是说。

3月31日,容声冰箱在广州正佳广场举行了艾弗尔Ⅱ系列新品上市暨logo升级新闻发布会,现场展出并演示了艾弗尔Ⅲ全系新品,同时正式启用更加简洁,时尚的容声第四代logo。笔者在现场看到,容声冰箱推出的艾弗尔Ⅲ系列新品在外观上继承了艾弗尔—代的精致,时尚,同时产品线条更加分明、流畅,其中376WYM/B为代表的艾弗尔Ⅲ系列新品采用了屯平黑色玻璃面板,看上去极尽简约气质,天衣"无缝"。据现场工作人员介绍,纯平玻璃面板对制作工艺要求特别严格,绝对不能有沙漏、波纹等半点瑕疵,当初容声采购了近4000块面板,但是经过8道检测程序后,最终仅仅采用了400余块,面板的淘汰率

高达近90%。另外,为了保障玻璃面板线条的流畅、观感上的完整,容声艾弗尔 II 系列新品采用了国际上领先的2mm隐形包边设计,而目前行业内大多数产品仍然仅停留在5mm工艺水平上。除了外观上的可圈可点之处,容声艾弗尔 II 系列新品在内部工艺上也极为用心。现场工作人员介绍,容声在进行艾弗尔II 系列新品的内部设计时,重点考虑两点,一是消费者操作方便,二是消费者使用放心。双果菜盒设计就是充分考虑消费者的不同储物需求,即采即食就可以存储在零度保鲜盒内;要长期储存就放在果菜保湿盒中,可自行开关的气孔能够调节保湿盒内的湿度,保证果蔬必要的湿度的同时避免腐坏。另外,冷冻室采用塑料滑轨,摩擦小,不变形,就解决了铁制滑轨在冷冻环境内极难拉取的问题。

据悉,针对风冷冰箱容易导致食物风干的问题,容声率先研发并在艾弗尔 II 系列新品中全面运用了纳米水雾保鲜技术,通过搜集冰箱内果蔬释放的水汽并分解成细小的纳米单位再次进入果蔬内部来进

行补水,同时结合360°环保式送风设计,解决了食物风干问题。经实验证明,在同等储藏条件下,应用了纳米水雾保鲜技术的艾弗尔Ⅱ系列冰箱比普通冰箱的果蔬含水量高出10%。

海信科龙副总裁甘永和指出,容声在行业整体面临"形似"严重的困境中再度推出艾弗尔的升级产品艾弗尔 II 系列冰箱,正是在践行容声冰箱的品牌战略,以"敢为人先,品质取胜,主动与时代对话"作为容声冰箱的品牌内核,通过与世界顶尖级工艺设计公司DESIGNIT合作,进一步推出更加满足现代消费者生活需求的高端冰箱产品。发布会中,甘总指出,容声冰箱的目标就是"做中国最好的冰箱,做冰箱中最好的品牌"。

据悉,容声冰箱在家电市场环境疲软的2012年初三个月,销量则一路走好,市场份额环比、同比都出现较大幅度增长,品牌战略优势逐步显现。据笔者了解,容声艾弗尔 II 系列新品将在全国范围内进行主题巡展促销活动。