

十月结婚季

听听他们的爱情誓言

十月,充满着幸福、甜蜜的味道,在经历了岁月的洗礼和层层叠叠的纷繁复杂后,相爱的人们终于修成正果,在金秋携手步上红毯彼此共度一生。愿他们一生都不要忘记结婚时的誓言,相互扶持,彼此相依,直到永远。

♥爱,就彼此相伴

爱情宣言:从相识到相知,从相恋到相爱,我们决定用一生的承诺来相伴。

如果爱情是一场魔法秀,那么缘分便是这场魔法秀的“催化剂”,让彼此陌生的两个人走进爱情的魔法世界。我们的相识缘于一次朋友的聚会,让处女座的他与金牛座的我,在星座魔力碰撞下,萌发出了爱情的枝芽。这枝芽沐浴着阳光,是两个人对彼此坦诚的爱恋;这枝芽承载着憧憬,是两个人对未来生活的期待;这枝芽意味着永恒,是两个人“执子之手,与子偕老”的一生承诺。



新郎:刘庆元 新娘:张俊超
婚期:2012年10月13日

♥爱,是打不走骂不散的

爱情宣言:紧握住你的手,一直走。

缘,前生五百次的回眸换来今生的惺惺相惜,命中注定我们会走到一起。用一个黑

脸娃娃打动了你的芳心,用我的真诚和执着换来你的倾心。一路走来,笑过哭过,吵过闹过,是我们对彼此的坚持让我们靠的更紧。我相信,打不走骂不散的才是爱情。每个人都是折翼的天使,只有两个人相互拥抱扶持才能飞翔。



新郎:杨海刚 新娘:滕树玲
婚期:2012年9月28日

♥爱,就是一辈子

爱情宣言:昨天,我们相识、相恋。今天,我们牵手步入婚姻的殿堂。明天,我们将一起创造属于自己的幸福和快乐。

2006年我们一同进入山东大学读书。我们是最好的朋友,无话不谈,渐渐地我们成了令人羡慕的班级情侣。在经历一个个欢乐和眼泪后,我说:我们结婚吧,我娶你。今天,我做到了,我们共同给我们的爱情一个完美地答案。亲爱的,我会爱你,宠你,疼你一辈子的,让你做最幸福的女人。

♥爱,让我们在一起

爱情宣言:执子之手,相伴到老。

我们在人生中最美好的时光相遇,大学这座象牙塔见证了我们的相知相恋的点点滴滴,毕业后我们没有因距离而改变彼此的心意,是永不言弃的爱让我们不远万里走到一起,踏上了二人崭新的旅程。2012年10月3日,这是我们人生中最重要的一天,我们携手踏上红毯,兑现了我们“不离不弃,白头偕老”的承诺。我们相信一定会相敬相爱,执子之手,将爱情进行到底。



新郎:吴建民
新娘:葛苏方
婚期:2012年10月3日

诚信纳客 钜惠泉城

——居然之家北园店“十一”倾情回馈

据悉,居然之家9月30日至10月7日,掀起十一家居聚会狂欢周,给泉城所有的消费者大放价。本次黄金周上将通过家具建材工厂、经销商、商场共同让利。百余个一线家具、建材品牌共同发力,最大力度,空前规模,商场更是真金白银的补贴给消费者:买家具、建材成交价后再享受8折优惠;建材满额赠建材现金券,上不封顶;50根金条现场抽出。

▶买家具、建材成交价基础上再享8折优惠

购买家具、建材成交价基础上折上折,居然之家商场真是让利。活动期间,消费者在商场购买家具、建材成交价基础上可再享8折优惠。那笔者就先帮您算笔小账,假如您参加完商户的优惠后是买了6000元的家具,又参加了商场再打8折,仔细一算,您最终4800元就可购得6000元的家具,节省1200元,如此划算,想购得有档次又实惠的家具、建材的消费者,十一假期不妨去居然之家逛逛,体验一番在做决定。

活动期间,只要消费者购买累计购买建材10000元,商场即送100元家具券,家具券没有任何限制也就是说,消费者在交款时无论参加了商场或品牌的家具,付款时可抵现金,以此类推,上不封顶。

▶金条现场抽出

房子买了,家具选好了,车也有了,可金价又上涨了,怎么办?居然之家现已准备好了50根金条,十一长假期间您将金条带回家。活动期间,消费者累计购物满3000元的顾客可领取抽奖券一张,以此类推。抽奖券在抽奖前投入奖箱,商场将在10月6日、7日下午16:00现场开奖,每天抽出25根金条。

▶家具“以旧换新”

您家有旧家具吗?您家需要购买新家具吗?您还在为怎么处置旧家具烦恼吗?这些都不是事!活动期间,消费者在居然之家购买家具时,可以申请将旧家具交给居然之家回收,居然之家按消费者购买新家具金额的5%给予补贴。

联想扬天 十一促销 助你脱颖而出

联想扬天发起的“敢发现 敢进取—不做职场隐形人”十一笔记本促销活动,即日起至10月7日在联想扬天商用体验店购买任意一台扬天V系列或M系列笔记本电脑,即可获赠攀能野餐垫书包一个,数量有限,先到先得!

联想扬天首款商用超极本V490u:强劲纤薄 脱颖而出
作为联想扬天的首款超极本,V490u采用了直线条构形,简洁有力,笔记本顶盖和可拆卸的底面采用银色的磨砂铝材质,手感舒适。该机搭载了第三代智能英特尔酷睿处理器,并全线采用英伟达GeForce GT620M高性能独立显卡。

联想扬天V480s:绝佳视野 脱颖而出 联想扬天V480s采用了超窄边框设计,在保证14英寸显示面积的同时,将机身尺寸控制在13英寸产品的范围之内,整机更加轻薄且便于携带。该机搭载了今年英特尔全新发布的第三代智能酷睿处理器(Ivy Bridge),并配备了英伟达GeForce GT 630M独立显卡,保证用户在工作之余可以享受极致的娱乐体验。

联想扬天M490:多彩时尚 脱颖而出 M490系列仍然延续联想扬天笔记本经典的KINK ID设计风格,并且有沉稳的蓝黑,活力的酒红和典雅的银灰三种颜色满足不同用户的个性需求。

美的凡帝罗冰箱: 领先科技打造保湿保鲜硬实力

2010年开始,美的冰箱凭借欧式风格的“凡帝罗”系列新品强势发力高端市场,一举推出包括双门、三门和对开门多种机型的、多种个性色彩的“凡帝罗”高端冰箱,充分满足高端消费者的不同需求,获得消费者的广泛欢迎。

美的冰箱负责人表示,美的凡帝罗冰箱依靠全风冷双循环系统、高保湿双制冷系统和隐形变温室设计等领先科技,为消费者营造了“原汁原味的欧洲品位”、“定制不同新鲜”等独特价值,成为国内中高端市场领军品牌,甚至在市场上出现外资模仿美的凡帝罗冰箱的现象。

让新鲜也可定制 美的凡帝罗冰箱,在保鲜方面拥有VC诱导保鲜技术,通过持续释放的VC诱导保鲜因子,可有效阻止蔬果氧化,减少蔬果营养成分流失。

美的凡帝罗冰箱采用光波保鲜技术,独有内置光波发生器,优选5种有益于果蔬吸收的太阳光波,模拟自然光对冰箱中的果蔬进行持久、有效的照射,果蔬继续光合作用,养分不断增加,新鲜更多口感更好。

美的凡帝罗冰箱采用国际一流直流变频技术,根据环境及箱内食品的变化,冷藏、冷冻,分别精确控制温度,有效应对冷冻室、冷藏室各自独立制冷的不同需要。使用全温区设计,变温幅度大,使得冷藏和冷冻可轻松转换。

业内最高:保湿度达80% 众所周知,采用普通风冷循环系统的冰箱,其单独的蒸发器置于冰箱底部,冷气由冷冻室吹向冷藏室,冷气经过两个间室的输送,带走了很多水分,湿度仅有20-30%,食物无水分,口感就会变得很差。

美的“凡帝罗”冰箱最新推出的法式冰箱采用冷藏室、冷冻室分别独立的制冷系统,实现双制冷系统独立精确控温,保持冷藏室湿度可达80%,锁水保鲜,无需保鲜膜。据了解,这也是目前国内冰箱保湿度的最高值。

美的冰箱 双节盛宴 促动心弦
活动时间:9月22日-10月7日

蒙牛焕新 改变由内而外

9月20日,蒙牛举行“只为点滴幸福”为主题的新形象发布会,活动地点放在了时尚地标世贸天阶,哪怕只是一个路人,都能毫无遮挡的看到整个发布会过程。蒙牛正在以这种完全开放、透明的态度,在向世界传递一个声音:改变正在由内到外地发生。

按照蒙牛最初的设想,这不是一场发布会,更像是一场沟通会或体验会。在会上,总裁孙伊萍也一改照本宣科的传统风格,采用更加亲切、柔和的方式诠释了“点滴幸福”的内涵:回归牛奶的本质,通过一杯好牛奶为人们的生活带来点滴幸福体验。她说,“我们关注牛奶品质管理的每一个点滴细节,更关注人们的点滴健康、点滴成长、关注每一个家庭,每一个孩子的点滴欢乐,以及每一个点滴带来的内心幸福感!”从消费者体验出发的沟通方式让蒙牛的品牌气质变得柔软起来。

此外,细心的网友还发现,近一段时期以来,蒙牛在新浪的官方微博与网友互动频繁,倾听消费建议、传递蒙牛最新动态,很多网友渐渐感受到一个和以往不一样的蒙牛。“质量体系建设没有捷径,就是要踏踏实实做好每一步”,蒙牛推出以确保质量安全为核心的品质战略。具体而言,品质战略包括强化奶源、优化质量管理体系、对标国际标准在内的基础建设,通过夯实基础,系统化地提升品质。

在奶源和基础建设上,蒙牛计划5年内投资30-35亿,加大自建牧场力度,引进丹麦牧场管理体系,按国际标准对牧场进行设计和管理,对奶站提供资金和技术支持帮助其转型为牧场小区。至2015年实现原奶100%来自规模化牧场,包括自建牧场与合作牧场。为了优化质量管理体系,蒙牛实施了价值链全过程管理,覆盖从前端奶源、生产至终端销售的所有环节,针对每一个环节均制定了严格的管理标准。

今年7-8月,蒙牛上千名管理人员走进终端市场,与消费者交谈,倾听消费者的声音,与此同时,蒙牛也在广泛邀请消费者走进蒙牛,加强互动,让外界看到蒙牛的变化。

宁高宁在发布会上表示:“这半年来,我感受到蒙牛一直在改变。蒙牛拥有强烈的要求改变的决心,已经为改变做出了长远、翔实的规划,并且拥有强大的让改变产生的行动力。蒙牛一定要戒骄戒躁,脚踏实地、循序渐进地发展,每一步都要迈得稳健,迈得扎实。”蒙牛的主动求变,在改变中寻找突破和创新,让人们看到中国乳业的希望。

志高夯实产业同盟打造核心竞争力

“产业大环境动荡多变,空调企业若要‘称霸国内,称雄全球’,更需一体化产业价值链携手并进、抱团发展。”家电业内某资深专家之言,记者从9月18日志高空调举行的2013年全球客户商务大会得到了印证。

当天,志高2013年全球商务大会,再次开创性地为供应商年会与经销商年会“合二为一”,近1000名志高核心供应商与经销商齐聚广东佛山共商发展大计,会议以“擎众志·撼未来”为主题。业内人士表示,此举旨在进一步强化“一体化产业价值链”和“财富共同体”的打造,增强应对复杂经济环境下的竞争力。

科学稳健经营,夯实产业同盟 2012冷年,受全球经济不振及国家节能惠民工程退出或减弱等多重影响,空调厂商举步维艰。但志高空调主动出击,及时调整战略,表现别样精彩:第五批节能惠民工程1106个型号中标夺冠,出口免验延续及扩项通过国家终审,海外收入大幅增长,“能效之星”评比强势入选,全产业链打造无缝连接,冰箱生产线投入运营,志高世纪花园隆重奠基……这一切表明,志高事业登上了一个全新的高度。

会议上,志高空调董事长郑祖义发表主旨演讲,肯定了志高2012冷年的综合表现,但同时指出,在欧债危机阴影未散,全球经济明

显下滑,国内经济增长放缓的大背景下,行业竞争已深度向整个产业链渗透,唯有众志成城,凝聚整个产业价值链的智慧和力量,在更加广泛的范围合作,才能增加制胜未来的筹码。

郑祖义表示,2013冷年乃至未来,志高仍将坚持科学稳健经营这一发展战略,志高的目标是“造世界上最好的空调”,而不是和谁争第一,既要考虑企业经营目标的实现,又要使企业在已领先的竞争领域始终保持持续增长的盈利势头和能力的不断提高,确保志高“一体化产业价值链”的可持续发展和“财富共同体”拥有强大的生命力。

强化技术领先,开发更多符合时代的优质产品 目前,志高是行业唯一一家全系列分体空调通过国家出口免验终审的企业。其推出的“零配件终身免费更换”这一世界创举,11年来无一品牌敢于跟进;研发的变频、变频产品先后六次刷新世界能效纪录;2012年成功研发的全球首台抑菌铜Cu+变频产品,全球首台变频空调等惊艳全球。

虽然技术实力超群,但郑祖义认为,这些并不能成为志高骄傲的资本,新的冷年,志高将继续强化技术领军,站在更高的高度,去思考产品创新方向与社会责任。在满足消费者

需求的同时,还要考虑社会责任感,要追求城市更低碳,为消费者增值,还要开发出更多有时代符号的产品。

郑祖义透露,2013冷年,志高将加强对云空调的推广和销售。他同时表示,云空调汇聚了行业最前沿技术,如全直流技术,引入了功能强大的云应用,反映了这个时代的发展符号,云应用也代表着行业的前进方向,相信上市销售后会有不俗的表现。

多管齐下,竭力打造志高核心竞争力体系 2012冷年,志高在企业治理优化、商业模式创新、引领产业发展等方面均为行业瞩目。全面实施卓越绩效管理,成立“产供销优化项目”管理小组,全面实施预算管理,持续推进产品质量改善,提升产品出口均价……这一切显示,志高更加重视内涵发展的质量效益型增长模式。

会上,志高集团控股董事局主席李兴浩在致辞中表示,新冷年,志高将多管齐下,全面打造核心竞争力体系,全面提升经营的价值创造力,从品质卓越中提升,从流程简化中提升,从预算为先中提升,从产供销管理优化中提升。

“志高的核心竞争力不仅仅体现在技术的领先,品质的领先,还体现在管理的领先,文化的领先,而文化的领先才是基业长青的根本。未来,我们管理团队一个最重要的任务就是完善公司文化和人才战略,打造一个极具竞争力而又人性的管理平台。”李兴浩如是透露。 文/贺子珍