

小家电告别“一次性消费品”称号

电磁炉、豆浆机、酸奶机、面包机、咖啡壶、电熨斗……越来越多小家电,方便了消费者的生活,也提升了生活质量。但提供方便的同时,升级换代快、产品质量不高、维修成本高、维修麻烦、当废品卖又不值钱,扔了又可惜等等问题困扰着很多消费者。因此,废旧小家电往往被“遗弃”在厨房的角落,或者直接“投向”垃圾箱,长此以往,“一次性消费品”的称号被冠名到其身上,为消费者和行业发展带来了许多困扰和麻烦。

废旧小家电回收现状

业内普遍认为,回收难是小家电行业不争的事实。究其原因,产品体积小、拆卸复杂、利润低成最为重要的几个方面。曾

有从事家电回收的小商小贩对媒体介绍,一个还能正常使用的旧电饭煲,回收价格通常不到10元,如果使用年头长且已经坏了,回收价格只有3-5元,因为利润太薄,所以一般都不愿意回收。

与个体商贩比,大型正规回收处理企业对小家电的回收并不完全排斥,但操作起来也有诸多难处。某家电回收集团总经理介绍,处理成本高、利润低,也让正规回收处理企业不愿接收废旧小家电。

其次,截止目前,小家电的回收处理不仅没被国家补贴政策覆盖,也还存在法律空缺,在回收市场中被认为利润低,拆卸复杂而被打入冷宫。面对这种情况,在没有国家扶持的情况下,回收处理企业恐怕是要拆多少赔多少了,根本就不会有盈

利可言。

迎行业第二春

在小家电回收体系混乱无章的情况下。日前,消息人士透露,我国第二批“废弃电器电子产品处理目录”的制定工作已经启动,预计相关方案将于2013年底完成,2014年初正式公布。其中,小家电产品有望入围。

中国再生资源回收利用协会电子分会秘书长唐爱军介绍,除了扩大目录将成事实外,企业对于稳定政策的期望也有望成真。她指出,我国电子废弃物处理工作下一步的重点将是开发建设信息管理系统,以更正规、更稳定的促进基金政策发展。未来,在稳定基本拆解业务的基础上,处理企业的经营重心可以

向后移,向更高水平的再利用阶段迈进。

由此,在回收技术、回收法律、政策扶持引导等多方面的支持下,既经济又高效的小家电回收体系将逐步形成,回收成本高、利润少的难题将解决,小家电将不再成为一次性消费品。将废旧资源变废为宝将成小家电行业的“第二个春天”。

日前,财政部首批废弃电器电子产品处理补贴下拨涉及的资金6.3亿元,已陆续发放给第一批纳入基金补贴范围并已经实施拆解的39家企业。这表示,政府层面的旧家电回收已经进入正式推行,实施阶段。随着小家电被纳入“废弃电器电子产品处理目录”中,面对前景广阔的回收市场环境,小家电拆解回收将是利润获取的“第二春”。

(宗和)

遇见舞茸和老化肌肤说再见



衰老是每个爱美人士都无法回避的问题,当岁月流逝,细纹一道道显现,你的年龄将不再是秘密。虽然有个说法叫“优雅地老去”,但面对种种老化痕迹,你真的能做到心如止水?凡事都需要防范于未然,抗老当然也不例外。

舞茸其蕴含的灰树花子实体提取物具有卓越的修复能力,能在12小时内促进肌肤真皮层再生,在肌肤抗衰老领域具有显著功效,缔造富有弹性的健康肌肤。

梦妆带来抗衰老老科技最前沿的研发产品——梦妆花颜凝时致护面霜。它是汲取珍贵的舞茸精粹,为肌肤注入充足能量,修复皱纹,重塑弹性,帮助老化肌肤恢复年轻,令肤色时刻保持匀净透亮。有效抗御30岁以后肌肤出现的老化迹象,3周,亲眼见证肌肤的改变,和老化肌肤说再见!

平安信用卡“私人订制”平安夜玩法盘点

平安夜又要到了。现代人更喜欢量身打造,私人订制的节日过法,让我们一起盘点盘点。

“刷心”:参与平安信用卡的“微信传祝福”,对他或她说出节日祝福,就有机会收获大大的惊喜。

“刷夜”:平安信用卡为你私人定制“刷夜”电影派对,贺岁巨作《私人定制》,全国27个城市一起观影。

“刷美”:平安夜折扣多多,更有100%中奖,抢刷卡满额礼。

“刷爱”:平安夜当天,将推出平安体验站快速办卡。爱她,就给她办一张平安信用卡吧。

消费视野西式快餐就餐人流量增长率为-12%

今年以来,几乎所有的西式快餐品牌业务都有不同程度下滑,休息日下跌的速度快于工作日,西式快餐面临巨大挑战。日前,一家知名调查机构在广州发布,今年前三季度全国八个主要城市的西式快餐人流量和消费者花费均出现负增长,其中人流量增长率为-12%,消费者的花费增长率为-11%。

我国或将成亚洲最大零售经济体

日前,高纬环球发布报告称,中国今年社会消费品零售总额有望突破1.7万亿美元,成为亚洲最大的零售经济体。尽管目前经济结构调整对零售业带来冲击,但消费者品牌意识得到大幅提高,中国零售增长依然保持活力。“尽管经济结构调整对零售业带来冲击,但中国零售增长依然保持活力。”高纬环球顾问部中国区董事雷玉红说,国内一线城市如北京、上海、深圳以及广州拥有最富有以及最有品牌意识的消费群体,这些城市在2013年呈现了9%到16%的零售增长。

传承百年品质 创领科技革新——2014年松下空调新品发布

12月12日,广州松下空调器有限公司在广州丽思卡尔顿五星级酒店举办了“传承百年品质 创领科技革新”2014年新品发布会,一举推出了包括怡岚、怡迅、怡炫、怡睿、怡能、怡众在内的6款壁挂式新品系列,合计39个型号。为了更直接地展示松下空调2014年新品的新功能,发布会现场更精心设计了多个功能体验区,包括强速冷(暖)体验区、ECONAVI节能导航体验区、去除PM2.5体验区以及新品展示区等区域充分展示松下空调新品带来的震撼,让新品发布会演变成为一场空前的空调盛宴。

松下空调专注于空调使用价值的提升,在空调功能上深耕细作。据悉,本次新品发布会亮出“强速冷”、“强速暖”主打功能,进一步诠释空调的精髓。本



次发布会推出的6款高品质新品,其中全系列变频壁挂新品搭载了“强速冷”、“强速暖”的功能,当用户开启这个功能后,空调压缩机快速启动到最大能力运转,以最快的速度制冷制暖,高效实现冷房的效果。

众所周知,我国的市场经济早已从“卖方市场”进入到“买方市场”,在消费者导向时代,面对越来越挑剔的消费者,企业若要寻求长久的发展,就要完成对消

费需求从被动适应到主动创造的转变。而松下空调在生产研发过程中,一直遵循“顾客本位”的理念,始终以消费者的需求为出发点,以素直的心创造消费者喜爱的高品质空调产品。

比如,在环境不断恶化、雾霾天气屡屡出现的情况下,松下空调为了满足消费者节能及健康的需求,在怡岚、怡迅等系列产品中融入了nanoe-G纳米离子技术,轻松实现除PM2.5、除菌、除尘等三大功效。怡睿、怡炫、怡能等系列则搭配了PM2.5滤网,利用室内空气循环捕集空气中的污物,实现空气净化的效果。

为了确保空调品质,松下空调严格控制原材料输入、产品制造、不良品流出等重要环节。对原材料进行严格检测、分析,确保原材料使用安全,符合环保要

求;每月针对不良品情况进行分析与检讨,力求将不良品降为零。

广州松下空调器有限公司副总经理杨军表示,品质、品牌是消费者信赖的基础,而产品的基本性能始终是消费者最为关注的内容,2014年我公司推出的众多新品皆以市场需求为导向,充分挖掘消费者使用需求,融合松下空调最为先进的技术,成就一款款高品质的空调。

事实上,经过多年的苦心经营,松下空调的品牌力和产品力早已深入人心,在中国消费者的心目中也占据了一定的位置。放眼2014年,松下空调将继续以消费者需求为导向,以智慧科技为武器,为行业的发展指明方向,更为用户带去更舒适和贴心的家居体验。

伦敦国际华语电影节 范冰冰获最具海外影响力奖



2013保兰德伦敦国际华语电影节在威斯敏斯特中央大厅盛大开幕,本次电影节出席的明星阵容强大,国际巨星范冰冰、任达华、李治廷、黄奕、房祖名、颜丙燕、潘粤明等中国最具代表性影星璀璨亮

相。

本次电影节由中国民族奢侈品牌保兰德与英国文化协会携手倾力打造的中英文化交流活动,同时以打造一个推介优秀华语电影并深化推动让其欧洲最大、最具权威性的国际华

语电影节。保兰德在此前不久,还受邀参加了伦敦女市长皇家就职巡游典礼。两度出席国际性的盛典,亦足以证明保兰德在国际上的影响力与知名度在不断攀升,并肩负着振兴中华民族品牌的重任。

泸州老窖 自在由我

泸州老窖·紫砂大曲是泸州老窖旗下的拳头产品,其前身是于1915年最早获得巴拿马万国博览会金奖的“三百年老窖大曲”。

精选泸州老窖20万亩有机



原粮基地生产的糯红有机高粱,采用泸州老窖传统酿造技艺,经二十三代口传身授古法酿造,恪守纯正血统;精心选取连续酿造100余年以上的窖池,绵延7公里的天然储酒洞,大师亲酿,终成臻于完美的紫砂大曲。

紫砂大曲所用曲药,由“制曲之父”元代的郭怀玉大师所创,又经历代传承与创新,以其独特的品质被称为“天下第一曲”,故名泸州老窖紫砂大曲酒。

如今紫砂大曲外包装恢复解放前紫砂陶工艺,陶坛包装为酒体进行化学成分的氧化、还原、酯化以及分子氢键缔合作用提供了最佳的场所,促进酒体老熟,使酒体柔和、成分平衡协调和稳定,提高了酒质。增加酒中

有机酸和酯类等物质,使香气浓郁,口味醇厚,增进酒中香味成分,令酒口味更佳,具有陈酿的独特风味。

泸州老窖·紫砂大曲的酿造工艺、酒质特点、香味风格,成为浓香型白酒的生产标准,检验标准,故成为“泸型酒”的杰出代表作;唯一蝉联五届“国家名酒”称号的浓香型白酒,有着“浓香鼻祖、酒中泰斗”的称号;在海内外获得奖项不胜枚举,引领“浓香(型)天下”的市场格局;全国白酒专家组给予:“醇香浓郁、清冽甘爽、回味悠长、饮后尤香”的十六字经典评述。酒是陈的香”,紫砂大曲独特陶坛包装,有效延长了酒的贮存时间。经过陶坛的长时间贮存,只要瓶盖没有开启,酒液都能在紫砂大曲酒瓶中进

一步排除低沸点的醛类、硫化物等,增加香气,使口味变得绵软,酒体香味更加谐调,风味得到改进,其辛辣味会明显的减少,芳香渐浓,口味柔和,绵甜甘爽,绵柔爽净,后味增长,具有陈酿的独特风味。

泸州老窖紫砂大曲沿袭先辈流传至今的传统紫砂陶包装,其独特的紫砂陶包装外观,呈现出粗狂朴拙、豪气大方的独特风韵,与紫砂大曲所诉求的“自在由我”的侠士精神交相呼应,形成品牌形象与品牌诉求的高度统一,增加了品牌的认知度、记忆度。其独特的紫砂陶坛包装外观,呈现出粗狂朴拙、豪气大方的独特风韵,是亲友聚饮、商务宴请、私人珍藏的绝好选择。