

专注市场需求变化 霍尼韦尔再添除醛除菌空气净化器新品

随着空气净化器行业标准进一步完善,空净品牌商的准入门槛被进一步筑高,整个空净行业趋向良性发展,品牌集中化趋势明显。如今越来越多的人意识到,空气净化器不仅用于过滤PM2.5,室内空气中的其他污染物更加需要用空气净化器来净化。作为全球领先的科技先锋,霍尼韦尔针对市场需求,推出的如新增主打长效除醛的Air 900、Air Touch-X系列新品添加了除菌功能等,致力于为中国消费者提供室内空气健康整体解决方案,打造安心、纯净、有格调的家居环境。

长效除醛净化效果看得见

霍尼韦尔Air 900空气净化器净化系统全面升级,高效过滤PM2.5的同时,更能长效除醛。其甲醛的CADR值高达400m³/h,甲醛的CCM值达到F4等级,净化效能较相同体积的Air Touch系列有了大幅度的提升。该产品适用于90m²的空间,满足了更大空间净化需求。

作为另一款主打除菌除醛的智能空气净化器,霍

尼韦尔Air Touch-X5 (KJ500F-TAC2158A型)空气净化器也能满足绝大多数家庭的除醛需要。其甲醛CADR值达到200m³/h,适用于40-60m²的空间,甲醛CCM值达到F4等级。

高效除菌呵护敏感人群呼吸健康

在除菌抗菌方面,Air Touch-X5空气净化器的滤网还新增了除肺炎菌功能,守护了孩子和家人的呼吸健康。它不仅可以有效去除诱发肺炎克雷伯氏菌,且除菌率高达99.9%,同时更能有效降低空气中激发儿童老人感染支气管炎和中耳炎等的肺炎链球菌,其除菌率高达99.7%。

另外,Air Touch-X3作为另一款以除菌为卖点的空气净化器,也在滤网添加了除菌抑菌功效,滤纸骨架

含有有效抗菌层,可去除99.9%以上金黄色葡萄球菌及大肠杆菌,即便家中有敏感人群或者抵抗力不足的宝宝,也无需担忧他们的呼吸健康。

简约实用 颜值出众

在保证产品高效净化性能的同时,霍尼韦尔空气净化器在外观设计方面也表现出色。作为Air Touch的高端系列,Air Touch-X系列空气净化器延续了Air Touch的简约设计风格和强大性能,其中Air Touch-X2凭借其出色的外观和性能于2017年斩获了设计界“奥斯卡”——德国iF设计奖。丰富的配色选择和简洁大方的设计,让Air Touch系列空气净化器赢得越来越多消费者的青睐,成为“高颜值”家居的点睛之笔。



“美力”身影惊艳“海马” 跨海拥抱粉色奇迹

玫琳凯海跑团惊艳亮相2018青岛海上马拉松

11月11日上周日,2018青岛海上马拉松鸣枪开跑。早晨8点30分,青岛胶州湾大桥入口处已经集结了上万名马拉松跑者等待开跑,其中一只粉色的队伍格外抢眼,来自玫琳凯青岛分公司的粉色跑团整装待发,为本次海上马拉松加油助威。

粉色力量 跨海而来

“从玫琳凯入口报名,都有玫琳凯的老师提前指导,让自己充分了解自己的身体,提前做了半个月身体调整准备,备战马拉松可以百分百的放心。”今年36岁的林媛媛是第一次参加马拉松,她告诉记者,每周三次拉伸课程,肌肉调整课以及各种马拉松运动注意常识课程的普及。而马拉松的前期准备不仅如此,过程中,一位年轻的跑者说:“赛前的饮食对比赛有很大的影响,除了正常的少油少盐

外,当下正值秋冬季节,所以御寒、增肌的食物也是身体需要的食物,而怎么吃,吃多少,如何搭配,玫琳凯的食品营养搭配师都能给我最好的安排。”

在上万名参与本次马拉松的跑者中,一位“最小”的跑者惹来了围观,这位年仅五个月大的小运动员,是玫琳凯青岛分公司的形象顾问宋玉花的小儿子。“健康,快乐,是我工作以来的原则,我也一直希望能把这种快乐的生活方式融入到家庭中。如今我已经有了第二个宝贝,家庭也在逐渐壮大。今天能参与由自己单位赞助的国际马拉松活动,希望能带上全家人参与其中并坚持跑下来,这对我来说是最有意义的。”

层层福利 收获惊喜

今年恰逢玫琳凯品牌创立55周年。玫琳凯启动了

一系列全球周年庆活动,盛世空前。作为2018青岛海上马拉松的赞助商,玫琳凯公司为助力选手展现女性魅力,在胶州湾最美海湾、全球著名大桥特别设置了多处粉色靓丽的海景拍照墙,为选手们呈现出最美海景照。

赛事结束后,在玫琳凯扫码成为会员的跑者,后续可以参与玫琳凯公司提供的专业健康三养、护肤彩妆等精彩活动,还能现场领取秋季专业护肤精美礼盒!此外,作为一家由女性创立的公司,玫琳凯一直被视为全球首个女性企业家培养理念的缔造者,以独特商业模式为全球女性提供不设先决条件的平等事业机会,帮助她们创业,激励她们实现梦想。延续55年美力信念,玫琳凯再次整装出发,提出“美力 势不可挡”全新品牌宣言,以美之力为更多女性赋能,打开新生代女性的“美力”世界。



BVLGARI宝格丽Wild Pop高级珠宝系列璀璨亮相北京 舒淇、蔡依林、Kitty Spencer“闯入狂野80年代”

【11月9日,北京】BVLGARI宝格丽全新Wild Pop高级珠宝系列继罗马发布后,再次于11月8日璀璨亮相北京。Wild Pop高级珠宝系列展现源自上世纪80年代的热情欢愉与波普艺术,带你“闯入狂野80年代”,领略“Larger Than Life活出华丽人生”的意式风华。宝格丽首席执行官让·克里斯托夫·巴宾(Jean-Christophe Babin)先生,宝格丽品牌代言人舒淇、品牌代言人蔡依林、品牌形象大使凯蒂·斯宾塞(Lady Kitty Spencer)等一同出席盛宴。

百变舒淇以彩色宝石高级

珠宝搭配黑色礼服,追逐纯粹自我,感受全新高级珠宝系列的大胆与美好。蔡依林以彩色宝石珠宝碰撞搭配西装外套,彰显利落时尚态度。Lady Kitty Spencer以优雅气质演绎高级珠宝的华彩魅力。

宝格丽Wild Pop高级珠宝系列灵感源自畅想美好、不羁咆哮的20世纪80年代,致敬宝格丽品牌与波普艺术家安迪·沃霍尔(Andy Warhol)之间的不解情缘。宝格丽在此灵感基础上幻化演变,呈献突破传统、风格前卫的珠宝作品,彰显当代与未来的多面风尚。



宝格丽首席执行官Jean-Christophe Babin、创意总监Lucia Silvestri、宝格丽品牌大使Lady Kitty Spencer、品牌代言人舒淇等共度Wild Pop之夜

观唐文化在济南打造艺术美育新空间 超炫科技看“千里江山”, “鹊华秋色”看济南古韵



11月11日,一场名为“手绘心中的千里江山”亲子公益活动,在济南贵和购物中心举办,30多位小朋友和家长,在故宫书画教育中心特约老师、艺术家汪海华的引领下,学习和了解《千里江山图》《鹊华秋色图》等经典名画,观看名画AR版以及全沉浸式科技展览,并在雕塑作品上进行涂绘,让小朋友们创作自己心中的“千里江山”,深入感受中国经典艺术之美。

本次活动是“故宫典藏——千里江山图艺术互动展”的系列活动之一,该展览由观唐文化、鲁能贵和购物中心等共同主办,以最新的数字技术激活经典名画,并配有多幅名作复刻版展览,琳琅满目的故宫文创产品,自10月举办以来,为公众打造了一个精彩炫目、穿越千年的文化体验空间。本次展览也是观唐文化、故宫

出版社、腾讯研究院等机构开展的“国宝传承计划”的落地活动,该项目从中国历史最辉煌的书画著录、清代《石渠宝笈》中,精选书画珍品,通过AR等科技手段进行转化和激活,观唐文化已经在上海、济南等地打造了“观唐美育空间”,集艺术科技、艺术展览、艺术教育的功能和体验于一体,致力于开拓社会美育新模式。

观唐文化CEO李挺伟表示:美育空间不仅仅是引导大众的入口,更要让大家有参与感、交互感,走进艺术系统,提供给观者体验传统经典,并经过艺术科技重新激活的完整感受,形成了古代连接当代的整体链接,包括视觉、听觉、触觉等综合的感官体验,以及情感故事和对艺术的思考,产生一种共鸣和交互,这是我们对传统艺术和经典的一种再诠释和再创造。

第四届广东国际机器人及智能装备博览会盛大启幕

智博会作为广州市推动智能制造产业发展的有力抓手之一,已成功举办三届。2018广东国际机器人及智能装备博览会(简称“智博会”)定于今年11月27日-30日在广东现代国际展览中心举行。通过吸引国内外顶尖企业展示最新自动化及智能化技术装备,促进本土企业不断开展智能制造升级,推动

企业做大做强,提升东莞产业集群发展水平。本届智博会将使用8个展馆,面积达13万平方米,展位数7020个,预计1620多家企业参展,参展企业主要来自中国(含香港、台湾)、日本、韩国、德国、美国、瑞士、意大利、以色列等国家和地区,预计将超过13万中外观众入场参观参展。