

2013中国冰箱产业年会美的独揽六大奖项

6月28日,由中国电子报社、苏宁云商、北京中怡康时代市场研究有限公司联合举办的第六届中国冰箱产业年会暨中国冰箱创新产品发布会在北京隆重召开。美的冰箱凭借出色的保鲜技术、独特的产品特性和优异的市场表现,一举荣获“2013中国冰箱产业高端冰箱巅峰奖”、“2013中国冰箱产业节能突破贡献奖”、“2013中国冰箱产业技术创新高峰奖”等六大奖项。

本届中国冰箱产业年会的主题为“巅峰科技 智慧生活”。

时下,低碳生活的消费理念已经成为消费潮流。今年4月,美的冰箱在北京新品发

布会上隆重推出了集五大创新节能科技的“芯节能”技术和四大系列十九款超低能耗冰箱产品,对冰箱节能做“系统性”升级,一举刷新了冰箱行业的节能新纪录。其中日耗电仅为0.78度的550L超大对开门冰箱,遥遥领先于行业接近1度电的日耗电量平均水平;218L的三门机械冰箱最低日耗电量仅需0.25度,以超低的节能性能实现了“四天一度电”,树立了三门机械冰箱的节能标杆;美的三门电脑冰箱(BCD-236STGEMK、BCD-216STGEM)更达到日耗电0.39度的效果。其中,作为美的冰箱核心节能技术的创新真空多元发泡技术

还获中国科学院两名院士的高度认可,并被两名院士共同推荐冲击“中国专利奖”。

据悉,日前美的冰箱与中国标准化研究院在合肥开展战略合作签约并进行了噪声研究室的揭牌仪式,双方即将开展噪声品质研究、显控界面与内部照明工效学研究等多个基础性能项目的合作研究,力争通过领先技术的标准化推广和应用,推动中国冰箱行业的技术发展与革新。

业内专家分析认为,可以预见,在未来,像美的冰箱这样掌握核心技术、持续聚焦产品革新升级的企业,也必将在激烈的市场竞争中扶摇直上。 王旭东

万科金域华府暑期课堂之泰式风情节盛情开启

一环城心,繁华三里庵。盛夏之际,万科金域华府幸福社区暑期系列课堂浓情开启,继6月30日的“悦动BMW夏季爱车保养课堂”欢乐开课之后,7月7日,“幸福味蕾 泰式风情节”盛情启幕。

7月7日下午三点,万科金域华府暑期课堂正式开讲,合肥芒果泰三店厨师长李坤全逐一将上述泰式食材的用途和口感介绍起来,引起一阵阵的惊叹声。活动当天还邀请了芒果泰的菲律宾乐队前来助阵,不仅带给业主们一场酣畅淋漓的东南亚风情小型演唱会,还在现场教业主们一些泰国舞蹈的简单动作。

据了解,此次泰式风情节活动系万科金域华府暑期系列课堂活动之一,万科金域华府举办这类活动的目的,旨在让业主充分感受万客会平台之上的无限精彩生活。

万科金域华府3期约109&137㎡热销产品加推在即,现验资优惠申领中,最高累计可享8000元!

禹洲天境三期首批13#、19#楼开盘热销九成

7月6日,在经开区翡翠湖景区的迎宾馆,禹洲天境三期E地块13#、19#楼盛大开盘,凉爽的湖风伴随湿润的空气,吹来缕缕的惬意,更见证了一场热销九成的神话与奇迹!应广大购房者的要求,禹洲·天境应市加推14#、20#楼,目前正在火热认筹中!

禹洲天境三期E地块76~116㎡新品全面升级上市,在居的基础之上更彰显优居的精髓。整体户型设计优越,超大赠送空间满足每位业主对生活的不同想象!观景露台、卧室凸窗全赠送。两房变三房,三房变四房,禹洲天境三期76~116㎡新品,超大赠送百变户型,让家居生活充满无限幸福。

禹洲天境三期E地块,在拥享大学城、68中等浓厚书香氛围的同时,更倾力打造了专属于自己的双优名校!三期E地块景观更是一大亮点,在完美实现自然景观与人工景观交融的同时,更注重人与人之间的沟通交流。人车分流、会所、游泳池、儿童活动场、篮球场、底层架空景观……45%超高绿地率,市政公园就在家门口,大美不言,经典再现。

乐享7月居然之家邀您开心大换购

7月6日~7月21日,居然之家滨湖、环宇店联合举办“乐享7月,开心大换购”促销活动,除了全场家具建材低至8折的冰点让利,家具“以旧换新”再补贴5%的惠民补贴外,还特别为顾客准备购物加1元即可换购格力、美的、飞利浦等品牌联袂提供的超值豪礼一份,更有机会抽取幸运泰国游的大奖。

活动一: 免费办理会员卡并享双倍积分,家具建材低至8折

活动期间,顾客可凭有效身份证件在各服务台免费办理会员卡,持卡购物全场低至8折,并享受双倍积分。

活动二: 1元开心大换购

累计购物满3000元+1元即可换购格力、美的、飞利浦、中石油、恋伊等品牌商品,1元最高可换购格力空调一台。

活动三: 家具“以旧换新”再补贴5%

活动四: 幸运泰国游

活动期间,购物满3000元获赠抽奖券一张,即有机会赢取泰国六日游。

何为智慧商务? 如何智启商机?

华润MIC五彩国际接待中心开放仪式暨合肥商务智慧风暴上周举行

华润MIC五彩国际,华润进驻合肥9年来的第一个商务作品,将以怎样的姿态露面?7月5日,华润MIC五彩国际接待中心开放仪式暨合肥商务智慧风暴在华润凯旋门举行。

接待中心不在项目边上

华润MIC五彩国际接待中心选在了华润凯旋门的会所之中,华润置地武汉大区营销管理部总经理、合肥公司助理总经理郭瑞峰,华润置地(合肥)有限公司营销管理部负责人戴世祥,华润置地(合肥)有限公司客户关系部负责人董晓惠,为接待中心剪彩。该接待中心的开放,也意味着继承华润75年商务智慧,充分汲取华润置地30年亚太14城50余座商务地标运营经

验,拥有国际范的高端商务作品,正式登陆合肥。

据华润置地(合肥)有限公司华润MIC五彩国际项目营销经理林子博介绍,虽然未在项目边设临时售楼处,但完全不会影响客户对项目的感官。未来,写字楼将会有标准层向客户开放展示。

华润智慧与合肥商务相连

作为2013年华润商务战略的重要产品,MIC五彩国际从产品的规划、景观幕墙灯光设计、项目内的设施配置、物业服务等都力求完美,全力打造区域内的写字楼标杆。“MIC五彩国际建筑面积约5万平米,建筑高度126米,采用全玻璃幕墙的立面设计,内置12部高速电梯、中央空调,均为



国际顶级品牌。物业全部自持,将全面提供人性化的服务。”林子博介绍。

华润MIC五彩国际的硬件配备,被公认为“将会把合肥商务带上新的高度”,而最让大家关注的,则是华润如何把75年的智慧商务运营能力带到合肥,就像北京华润大厦对世界500强的吸引一样,打造出合肥的高端商务聚集之地。 张华玮

“孝心雷锋”的残疾母亲康复出院



7月8日,经过在合肥同仁医院三个月的康复治疗与训练,达到了理想的预期治疗效

果,中国好人、“孝心雷锋”、安徽医科大学学生金书家的残疾母亲朱洁宜顺利康复出院。

安徽医科大学2010级预防专业学生金书家,两次带着患有残疾的母亲上学:2008年,考上县高中后,他将母亲带到学校以便照顾;2010年考上安徽医科大学后,19岁的他又将母亲从老家背到了合肥边照顾边学习,被称为“孝心雷锋”。

2013年4月8日,合肥同仁医院将朱洁宜接到医院来免费治疗。“这三个月的时间

里,我们对她进行了恢复性训练,目前来看,已经取得了一些效果,可以独立行走20多米,不过她患脊椎结核已经几十年了,想在短时间内恢复到什么样的地步还很难,不过目前的恢复效果对她的日常生活而言会有所帮助的。”合肥同仁医院康复科主任周继品表示,朱洁宜出院之后,医院方面决定在今后至少一年的时间内,还将继续派康复治疗师定期或不定期到朱洁宜家去,帮助朱洁宜继续学习和训练。 邹传科 文/图

苏宁易购启动下半年攻略四大策略步步为营

6月份电商大战硝烟散尽,全年业已过半,7月份全行业进入了相对稳定的盘点调整期。

上半年实现三重“蜕变”

苏宁易购今年上半年的战略调整成效:首先是“洗脑”,即通过组织架构调整和企业文化创新,全面转型互联网零售。其次是“强身”,一系列门店虚拟展示、融合支付、门店自提等融合服务得以不断落地,也为苏宁平台双线大开放打开了大门。最后是“易筋”,即以用户为导向,改变以往简单粗暴的短期促销策略,主打“聚惠”、“最强

8点档”等长期性品牌营销活动,实现了“天天低价”,培育用户的消费习惯,提升了用户购物体验。

下半年祭出四大“杀手锏”

新平台——苏宁开放平台最早于去年年中提出,原本基于品类的扩张和对用户的引流效果,后期由于云商模式的提出,开放平台赋予了“零售服务商”的全新定位,结合苏宁的独特优势,打造线上线下同步开放的O2O平台。

精品类——苏宁易购“超电器化”的品类布局目前已经覆盖母婴、美妆、百货、日

用、图书、本地生活等,下半年平台开放将再次极大丰富苏宁易购现有的品类结构和产品数量,在保持3C家电品类领先优势的基础上,将逐个深挖品类。

优体验——上半年苏宁易购已经全面启动了客户体验优化的调整工作,下半年各种整合和开发完毕的服务产品将陆续和消费者见面。

抢份额——电商人口红利的消失,苏宁易购抢用户、抢流量、抢销售,上半年的调整期和下半年的几大攻略都离不开这个终极目的。

“谢师宴”引发白酒夏季攻势

宣酒等中档白酒被看好

据统计,2013年安徽省普通高考共有考生51.1万人,比2012年增加了5000人。这些学生中将很大比例的家庭会摆“谢师宴”、“毕业宴”,面对如此庞大的市场,各大白酒企业竞争的激烈程度不难想象。

从去年的统计数据来看,古井、宣酒等品牌成为省内“谢师宴”市场的绝对主角。其它品牌则是打起了遍地开花的麻雀战,抓住“局部战场”,从中分一杯羹。

“到底哪个白酒品牌畅销,最终还是消

费者说了算。就去年的销售数据来看,百元左右的中档白酒最受欢迎,其中宣酒受欢迎程度较高。由于宣酒的价格和喜庆的红色包装,今年的谢师宴,宣酒依然被看好。”合家福超市的酒水课课长告诉笔者。 商震