

影响力品牌

# “神十专用冰箱”引发世界关注

## 海尔湖南总经理左栋:好产品、满足消费者需求是海尔走在行业前列的关键



海尔持续不断地创新为全球消费者带来了舒适健康的生活体验。

海尔这艘中国制造的“航母”，正持续引发世界关注。

日前，总部设在英国伦敦的《世界影响力组织》发布了最新一期的全球家电市场调查研究指数。海尔凭借在全球市场的品牌影响力和美誉度，入选“世界名牌”行列。

“除了好产品外，海尔成功关键在于满足消费者需求。凭借用户导向，海尔全系产品走在行业前列，包括冰箱、空调、洗衣机、彩电、冷柜等。”6月20日，海尔工贸湖南分公司总经理左栋说。 ■记者 杨迪

### 冰箱砸出名牌效应

提起海尔，70后、80后印象最深刻。“《海尔兄弟》丰富了我们的童年。”长沙80后女孩刘晶晶说，基于这样的情感因素，他们家冰箱、洗衣机用的都是海尔。

文化塑造了海尔的品牌形象，而真正让海尔走入中国视野的，是海尔集团CEO张瑞敏怒砸冰箱事件。

1985年，海尔一位用户来信反映海尔冰箱有质量问题，得知此事后，张瑞敏让员工用大锤砸毁76台有缺陷的冰箱。这次砸冰箱事件也砸醒了员工的质量意识。

严把产品质量，为海尔走向中国名牌，乃至世界名牌奠定了基础。6月11日，神十升空，海尔冰箱作为航天飞船的一部分，为航天员提供生命补给，备受瞩目。

“由于太空环境以及航天飞船运行的特殊性，对航天冰箱的构造、重量、体积、能耗、安全性等方面的要求都极为苛刻。海尔突破了航天冰箱研发中的五大核心技术，成为全球首个具备航天冰箱研发能力的企业。”左栋介绍。

他说：“从神舟七号升空开

始，航天员的生理样本储存都由海尔冰箱完成，这是对海尔研发实力的肯定。”

### 多品类跻身全球第一

从冰箱、空调、洗衣机，到电视、冷柜、热水器，海尔触角已经延伸到家电的各个方面。多元化发展并未成为海尔的绊脚石，反而成就海尔“攻占全球”的“中国梦”，而这跟海尔用户至上分不开。

“在全球化、互联网时代的洪流中，海尔始终把满足消费者的需求放在首位，通过研究消费者的需求，研发新产品。”左栋说，这也使海尔成为最受消费者喜爱的家电品牌之一，在全球市场取得突破性发展。

据欧睿国际统计数据示，2012年海尔大型家电同比提升10%，蝉联全球第一。

至此，海尔同时拥有“全球大型家用电器第一品牌、全球冰箱第一品牌与第一制造商、全球洗衣机第一品牌与第一制造商、全球冷柜第一品牌与第一制造商”共9项荣誉。

“在湖南市场，2013年上半年，海尔取得恢复性增长，空调安装量翻了近20倍。”左栋介绍。

## UNIQLO[优衣库]感恩回馈 精选人气商品优惠钜献

为庆祝UNIQLO [优衣库]在中国的店铺突破200家，感谢广大消费者一如既往的信赖与支持，国际著名休闲服品牌UNIQLO[优衣库]于6月21日—27日在全国店铺开展“感恩回馈周”活动。活动期间，UNIQLO[优衣库]精选多款人气商品优惠钜献，广大消费者可在活动期间前往选购，丰富夏日衣橱。

### 多款精选人气商品优惠钜献

AIRism系列是先进的新时代功能性内衣，凝聚了先端科技，采用“会呼吸的纤维”，能给人们带来穿着在身仿若无物的柔滑度。“感恩回馈周”活动期间，UNIQLO [优衣库]指定男女装AIRism商品以两件88元的价格特别呈现。

集艺术、音乐、摄影、设计、漫画、卡通、品牌于一身的UT，一直是UNIQLO[优衣库]的明星商品。本季共有约50个系列、超过1100款UT，丰富的色彩款式选择，让消费者尽享搭配乐趣。“感恩回馈周”活动期间，指定男女装印花T恤59元特惠，值得选购。

UNIQLO [优衣库]女装背心采用高级棉，可以满足广大女性消费者搭配打造休闲、运动、优雅等多种造型，是适合在各个季节穿着的百搭单品。“感恩回馈周”活动期间，指定女装背心2件88元。

UNIQLO[优衣库]秉承“服适人生”的品牌理念，坚持“衣服是配角，穿衣服的人才是主角”，让服装融入人们的生活，为大众提供缤纷百搭兼高性价比的服饰。UNIQLO[优衣库]将以在中国突破200家店铺为新起点，始终如



一，努力在中国继续开设新店，将优质舒适的商品、周到用心的服务、时尚百搭的简约风尚传递给更多的消费者。

### 双店齐开，引领潮流新坐标

继2012年4月UNIQLO[优衣库]长沙首家店铺悦方ID MALL店开业以来，UNIQLO[优衣库]凭借其优质时尚与简约百搭的定位，受到广大消费者的推崇与喜爱。2013年6月28日，喜盈门·范城店与奥克斯广场店将同日盛大揭幕。

双店开业当天，UNIQLO[优衣库]2013年夏日精品悉数亮相，店内消费更有惊喜不断。UNIQLO[优衣库]长沙喜盈门·范城店，长沙奥克斯广场店与悦方ID MALL店构成时尚三角互动全城，在长沙掀起一股简约百搭的时尚风潮，为广大的潮流人士带来全新的夏日时尚体验。

■本报记者

## 九阳创新原汁机成厨房热销单品



健康·快乐·生活



继豆浆机称雄19年，4月份面条机热卖后，九阳5月7日推出创新E16原汁机天猫首发活动，前两小时以热销1500台的火爆态势，当选天猫厨房电器单品王。

随着消费者对生活品质要求的提高，越来越多的人选择在家里做果汁，但传统家用榨汁机太麻烦，噪声大，还很难清洗，榨汁过程由于金属刀片高速切割，水果的营养破坏殆尽，榨出的果汁口味也一般。九阳E16原汁机的问世正好解决了消费者对“活性果汁”的迫切需求，为消费者能喝到安全又营养的鲜榨果汁提供了真实保障。

九阳E16原汁机采用无刀网设计，完全避免果汁与金属的接触；采用精瓷螺杆，经久耐用并解决细菌滋生问题，其螺旋挤压、低速揉取技术，不仅榨出的汁液纯

净，而且对维生素和纤维成分的破坏非常小；而螺旋挤压技术比传统榨汁机更能多榨出55%的果汁。与传统榨汁机电锯般的噪音比起来，九阳E16的工作声音几乎可以忽略不计。而且由于主要部件组装简单，E16清洗起来非常方便，只需水流轻轻一冲就干干净净。

它还具备三档可调功能，可谓“软硬兼榨”：软性档位对应蕃茄、菠萝、芒果等粘稠度高的软质水果；中性档位适合梨、苹果等；而硬性榨汁档位适合胡萝卜等硬质水果。不同水果，不同档位，有效提升榨汁率。 ■记者 杨迪

经济信息

## 昆仑山水源地获国际认可 三大专家建议按水源择优而饮

近期，有关饮用水的争论层出不穷，有业内专家指出，市场上九成的瓶装水都不宜长期饮用，长期饮用将对身体不益。究竟该如何选水？

其实水源决定水质已是业界公认的真理，此前昆仑山就是凭借独特的水源地优势及严密的保护措施，将联合国环境署授予的快消行业第一枚“优秀环境规划案例奖”收入囊中，并成就了联合国副秘书长对昆仑山“世界矿泉水典范”的盛赞。与此同时，昆仑山的水源地优势也获得了业内权威专家的认同，中国营养学会、中国矿业联合会天然矿泉水专业委员会等权威机构专家就表示：水

源最优的还是来自高海拔、无污染雪山的天然矿泉水；同时建议消费者要从安全水到健康水升级自己的日常饮用水，而这些优质水源的雪山矿泉水正是升级饮用水的首选。

“纯净水的水源是自来水，矿物质水的水源则是纯净水，天然水的水源则是湖泊、水库。而天然矿泉水的水源则一定是那些具有独特地质构造，并具有多年矿化历史的水源地。我国拥有很多优秀的矿泉水水源地，比如昆仑山、青藏高原等。”国务院原参事王秉忱教授指出。

中国矿联天然矿泉水专业委员会秘书长廖雷曾在媒体上公开表示，蒸馏水与矿物质水



不适合人体长期饮用。中国营养学会秘书长贾建斌建议消费者日常饮水，最好是选择那些来自人迹罕至的高海拔的雪山。中国矿业联合会天然矿泉水专业委员会主任安可士则直言，我国的昆仑山和阿尔卑斯等地一样均处世界黄金水源地，无论是品质还是口感，都远远超过其他品类的瓶装水，为健康饮水的首选。