

# 征战环塔顶级赛事 欧曼GTL零故障夺冠

GTL打造了中国第一座实现世界标准制造水准的欧曼全球数字化样板工厂。

## 挑战极限 彰显世界品质

从9月5日到9月14日,2011环塔拉力赛无论是赛程本身还是比赛天气,与往届相比都更恶劣危险。

在35团戈壁路上,高热的地表温度加上各种恶劣因素,几乎所有赛车都会出现一些问题,但首次出征的欧曼GTL却以零故障完赛。侯红宁告诉记者:“我是真的没有想到,欧曼GTL的品质如此之好,据说整车能够达到80万公里无大修,看来这还真不是吹的。”

## 全程零故障 欧曼GTL轻松夺冠

9月14日,历时10天的环塔拉力赛落下帷幕。欧曼GTL众望所归,凭借多个赛段持续优秀而稳定的表现,欧曼GTL一举夺得“最佳重卡赛车奖”等多项桂冠。

更值得一提的是,在比赛期间,福田欧



曼GTL车队携手任贤齐和6位凤凰华姐走进了新疆鄯善县和且末县,为南湖小学和且末小学的孩子送去了爱心生活用品,让那里的孩子感受到了祖国大家庭的关爱之情。

10天的风沙砥砺,欧曼GTL以世界最顶级的检验方式,昭示着中国重卡的品质达到世界最高标准!而这一切更让我们坚信,属于GTL的精彩才刚刚开始。

# 金秋特卖会&沁园打榜季

一年好景君须记,最是橙黄橘绿时。国庆前夕,婚庆热、装修热带动众多新兴家电产品消费热潮,其中“净水器”在卖场的热销,更加彰显日益多样化的消费潮流。



近日,记者在各大家电连锁卖场看

到,一种能够满足一家人安全饮水的沁园纯水机正热销市场。据了解,沁园纯水机采用“四驱五级”过滤系统对家庭饮用水进行深度处理,能够有效去除水中如异色、异味、余氯、细菌、胶体、重金属离子等有害物质。另外,使用沁园超滤机过滤后的水也能达到国家直饮标准,可以充分解决家庭饮水安全问题。

据中国电子商会副秘书长陆刃波介绍,目前我国每年因饮用水不安全引发疾病造成的直接损失,已经超过当年GDP的1%。世界卫生组织(WHO)调查显示,全世界80%的疾病,是由饮用被污染的水造成的。因此,我们不仅要关注节水,更要关注饮水的质量,应倡导大多数的家庭安装净水设备,给家庭饮水上一道保险。

据卖场沁园净水器营业员介绍,目前沁园在全国范围内特别推出产品优惠的黄金搭档式促销活动,“不仅五款家庭实用产品价格一降到底,所有特价产品折扣至少8.5折起;现场购买沁园净水器更有神秘好礼赠送。”

值得一提的是,此次活动的巨惠产品中还包括沁园纯水机RO-185DT这样的高端产品。据了解,该产品采用沁园四驱五级过滤系统,过滤精度可达到0.0001微米,在过滤有害物质的同时,更使高品质净水即需即造,目前全国范围内统一零售仅1680元。

作为国家净水器及其系统标准化工作组组长,沁园先后获得400余项国内外专利,并荣获国家科学技术进步二等奖,以过硬的技术实力和强大的行业影响力已牵头起草十余项国家或行业标准。据中怡康数据统计,沁园净水设备已经连续多年产销量排名靠前,用品质过硬的产品和360度的全程贴心服务,为多数家庭构筑了一道饮用水的安全新防线。

## 世纪佳缘胜诉 “中国婚恋网站第一案”

9月19日,“世纪佳缘遭会员起诉案”在北京市朝阳区人民法院作出一审判决,驳回原告刘擎起诉世纪佳缘的所有诉讼请求。

此案性质为互联网服务合同纠纷,而非刘擎此前对外宣称的“集体诉讼、涉嫌欺诈”。刘擎在世纪佳缘免费注册成为会员后,主动发信给非认证会员刘某并收到回信,两人开始线下自行交往。刘擎在考察刘某介绍的项目途中遭遇车祸,后发现刘某网上注册信息不实,遂向网站投诉。世纪佳缘接到投诉当天,就对刘某账号做“准黑”处理,要求提供真实信息,但刘某表示“只对公检法机关提供真实资料”,世纪佳缘遂将其账号加入“黑名单”,在网站公布。而刘擎今年以“合同纠纷”为名向世纪佳缘提起诉讼,要求经济赔偿。

法院认为,网站不可能对所有会员信息逐一审查,也没有权限和资质核实会员信息。所以,网站的审查、监管义务应以确知网上注册信息虚假或侵害他人合法权益为前提。法院认定世纪佳缘履行了审查、监管义务,符合会员服务合同的约定,不构成违约。

实际上,世纪佳缘一直在为完善网站自净功能、构建严肃交友环境努力,比如,首创五星级身份认证体系,倡导选择认证会员交往;网警24小时在线巡查,打击疑似婚托、酒托、一夜情等不良现象;系统设置数十万个关键词,屏蔽内容不良信件;与公安部联网做身份查证;定期发送安全提醒邮件教会会员识破“骗局”,并在所有会员个人资料页面均设置投诉举报链接……

互联网专家表示,世纪佳缘拥有4700多万会员,真正实现了会员“万里挑一”的择偶机会,但海量信息以现有的互联网管理方式和技术手段来看,不可能完全逐一核查,且网络服务商并非国家权力机关,没有强制要求用户提供个人真实信息的权限。

有“网络第一红娘”美誉的世纪佳缘创始人兼CEO龚海燕表示,尊重法律判决结果,会将世纪佳缘的“幸福产业”坚持到底。“8年前,我因自己在相亲网站受骗的经历创办世纪佳缘,从第一天起,我们的定位就是严肃。世纪佳缘首创的按效果付费的微支付模式,降低了广大单身人士网络婚恋的门槛。会员注册、搜索、看资料、甚至写信都免费,只有看初次联系看信才需支付2元一封的费用。”据了解,世纪佳缘的付费会员只占9%比例,而这9%的会员中,平均花一顿饭钱就能找到对象。作为中国第一家在美国纳斯达克上市的婚恋交友网站,世纪佳缘至今已成就数百万会员找到幸福,每天都有六七千人成功相恋。

## 锻造服务利剑 东风柳汽海选启动服务技能比武大赛

近日,“东风柳汽商用车第六届服务技能比武大赛”在全国服务站点全面启动,东风柳汽登记在册服务商鉴定员均可报名参加比赛!目前海选赛正在如火如荼进行中。提高服务商鉴定员的综合服务能力和本局比赛的重要目的。整个海选赛采用全程网上在线考试方式,考试内容主要围绕柳汽2011年全新服务政策、保修规定、鉴定单填报要求与注意事项、柳汽配件知识及霸龙507底盘维修等多项实用技能及理论知识。通过海选赛,最终将会选出一批更加优秀的鉴定员参加区域赛。

本届比武大赛海选赛共有600余名服务商鉴定员报名参加,在经过激烈而严格的网上在线考试选拔之后,全国各大赛区已经有不少选手取得晋级区域赛的资格!区域赛将于10月11日开赛。

# 帅康20m<sup>3</sup> /min大吸力烟机红动中国

近日帅康重拳出击十一黄金周,将20立方米行业最大吸力烟机T898推至市场最前方。



停留在17立方米左右,帅康20立方米大吸力极大提升了烟机的排风效果。

**标准二:风量最大吸力也要大。**技术人员称,如果风量大而吸力不够,很不利于油烟的排出。帅康吸油烟机独有螺旋加速系统和均动能双叶轮系统,在增大风量的同时增大了油烟机的吸力,比传统油烟机吸力增加20%,集烟中心降低10cm,吸烟效率提高14.3%,超大进风口设计,进烟面积增加31.3%,共同成就了油烟瞬间升腾时就被强力吸入。

**标准三:吸力大噪音低。**一般而言,吸

力与噪音之间存在悖论,但帅康20立方米大吸力烟机却是成功解决了矛盾,即使是20m<sup>3</sup> /min大吸力,噪音仍保持在53分贝,在15m<sup>3</sup> /min出风情况下,噪音仅46分贝,同档风量下噪音最低,是名副其实的静音王。

**标准四:人性化设计一机三档。**一款油烟机是否人性化,能否让用户在不同的烹饪方式下选择更合适的风量,是高端服务的一个标准。帅康“大吸力”烟机15、17、20三档风量设置的人性化设计,让你自由切换、随心所欲。

## 再爆重磅消息:帅康大吸力尊贵套餐、幸福套餐大型钜献

据悉,帅康以冲冠礼遇的姿态,震撼出击十一销售旺季,推出系列优惠活动,包括T818/T878烟机+108C(+S2)燃气灶的高端组合“尊贵套餐”和TF08C烟机+108K燃气灶的中端组合“幸福套餐”。帅康希望此活动能为用户带去更愉悦的烹饪体验。具体活动信息敬请关注。

# 市政部门建议老城区采暖用燃气壁挂炉

不久前,对于老城区供暖难现状,市政部门相关人士提出,居民可考虑方便、经济的燃气壁挂炉取暖方式,一时间壁挂炉成为争相探讨的话题。

业内专家表示,如今壁挂炉产品已经非常的成熟。绿色、智能、节能已经成为1了

壁挂炉产品的主流趋势,以欧洲冠军品牌阿里斯顿的凝系列壁挂炉为例子,通过充分收集高温烟气在遇冷凝结过程中释放的热量,并转化到供暖系统中以增加供暖热量,实现热效率107%,达到欧洲节能4星标准。

阿里斯顿壁挂炉独创的智能auto科技能灵敏感应进出水温度和室内外温差,自动选择加热模式,让机器低耗高效运行,节能高达35%,节能舒适的同时极大延长了机器使用寿命。燃气壁挂炉恒定的温暖,随心调节,是真正的暖心、静心之选。

# “款待”不断 轩逸傲立中级家轿市场 东风日产“轩逸0负担 款待1+1”活动火热开启

9月1日~10月31日,东风日产将在全国各专营店推出“轩逸0负担 款待1+1”主题活动,消费者在购车时享受贷款0负担和售后保修0负担的款待。这次活动打破了简单的降价和让利的促销形式,将注意力聚焦于替用户增值、为消费者提供更多落在实处的优惠和服务,使轩逸的“款待”价值再一次实现了升级。

**“轩逸0负担” 想消费者之所想**  
此次“轩逸0负担 款待1+1”活动,惠及东风日产全国所有专营店,涵盖轩逸所有车型。“0负担”包含购车贷款0负担和售后保修0负担。

据悉,购车贷款0负担是:购车时只需首付50%,便可将一台全新轩逸开回家,一年后付清余款即可,这期间享受0利率0月供的优惠。在售后保修方面:购置新车即可在轩逸原有的2年6万公里保修政策基础上,获赠2年4万公里的延保产品,累计多达4年10万公里的延保服务,延保产品内容与原厂保修内容基本保持一致,其价值分别为,轩逸1.6L为3298元,轩逸2.0L为4298元。“款待”升级 轩逸领跑中级车市

自上市以来,轩逸以其“款待家人”的独特理念,一直备受消费者的青睐和追捧。

在2010年J.D.POWER中国车辆可靠性研究结果中,轩逸力压群雄,荣登中型车细分市场可靠性榜首。2010年轩逸销售超过14万台,位居细分市场前列;今年上半年,在车市整体下滑的情况下,累计销量达64735台,以月均过万的骄人业绩,稳居中级车市前两名。

轩逸的外观和内饰十分时尚大气。全新的轮圈和贯穿前后的腰线看起来非常动感,富有活力。尾部最抢眼的设计来自尾灯,放射状的造型就像一对“天使之翼”。造型扁平的后雾灯安在保险杠的下沿,与前雾灯相呼应。个人觉得,新轩逸属于“大家闺秀”,外表并不追求绚丽夺目,但大气、优雅,气质由内而外,绝对是一款有内涵、耐看的车型。这种大气风范,很能降服中产阶级的家庭消费群体。

另外,轩逸优秀的燃油经济性也是“款待家人”的重要筹码。它搭载的CVT无极变速器比普通变速器节能15%。除了产品力的提升之外,轩逸倡导的



“款待家人”理念更迎合了主流家庭消费群的情感诉求和消费心理。东风日产意识到,现代家庭消费者对汽车的需求不仅为了简单的代步,更赋予了汽车对享受生活、实现家庭梦想的追求。

轩逸所处的中级家轿市场中,单一的价格、性能等,已不再是争夺消费者的最有利“武器”,消费者更注重产品的综合价值感受。此次活动的推出,东风日产就是在原有“款待”的基础上,给消费者带来更多实惠,替消费者“分忧”,使“款待”实现了又一次的价值升级。