

我的手机我做主!

HTC 联合新浪推 E1 星座定制版

HTC 总是能给消费者和行业带来无限惊喜,现在它又一次震撼了市场的“心”!

据悉,HTC 即将于 4 月 15 日试水“客制化”服务,在线销售可定制化的手机 E1,此款可定制手机不同配置的价格将略有不同,而最低仅售 1699 元,具有超强性价比。

与此同时,HTC 全新 Eshop 电商平台 (http://www.htceshop.com/) 也将 4 月 15 日正式上线。这是整个手机领域首次面向普通大众的硬件定制化尝试。

届时消费者将可以按照自己的需

求给手机配色或选择内存容量、摄像头等硬件,真正实现了“我的手机我做主”! HTC 以手机客制化开创了智能手机行业新的产品模式,为用户带来了前所未有的惊喜体验。

据了解,HTC E1 共有 6 种颜色可选,每款颜色的机身背面都有不同的花纹设计。

如白色机身的斜格暗纹、蓝色机身的经典方格等,这些与众不同的颜色和



设计彰显出用户不同的个性风尚,或小清新、或摇滚、或大牌,用户可以根据自己的喜好和日常风格来选择最适合自己的颜色和图案。

HTC E1 客制版手机是 HTC 对产品模式进行的重大创新,它打破了手机制造商和消费者之间传统的“你生产,我买单”的单一关系,而是让用户参与到自己手机的设计过程里来,最大程度地彰显用户的个性、满足用户的尊贵感。

健康空调装扮春天 松下新品智领未来

2013 年 3 月 29 日,松下空调“健康节能 创领未来”新品发布会在广州星河湾酒店正式召开。

会上,松下怡岚、尊铂、尊逸等多款空调新品惊艳亮相,通过导入 ECONAVI 节能导航技术和 nanoe-G 清新技术,成功实现了空调节能、健康、智能的完美融合,正式开启了 2013 年度松下空调创新升级的序幕。下面小编就先报道一下此次亮相的空调产品。

据了解,在本次新品发布会上,松下空调共发布 6 个系列,共计 34 款产品型号,涵盖了怡岚、怡迅、怡睿、怡能、尊铂、尊逸等众多系列产品。



其中,作为松下空调高端产品,怡岚、尊铂两大系列空调不仅双双达到一级能效标准,而且通过搭载 ECONAVI 节能导航技术和 nanoe-G 清新技术,实现了产品节能、健康、智能化水平的

整体提升,在不断丰富产品线的同时,为用户带来更多个性化、高端化的选择。

此外,靓丽的外观与时尚的设计也为松下空调增色不少,展出新品基本延续了松下一贯的简约典雅风格,机身均采用香槟金、太空银、醉红酒等国际流行色彩,在彰显低调奢华的同时又易于融入不同风格家居环境。

而细节化的设计更为产品添彩,UV 喷涂亮丽防刮、背光显示屏、边角圆弧形处理等人性化亮点,都体现了松下以人为本的产品设计思路,充分展示了国际品牌的大风范。

“墨仓式”让办公打印也疯狂

“买得起打印机,养不起。”这是淘宝商户王女士的感言。“年前听朋友介绍购买了一台墨仓式打印机,买打印机的时候就送了一整套墨水,特别耐用,我们用了两个月都还剩下好多墨水,感觉这个打印成本非常省。”

使用过几次墨仓式打印机以后,她了解到墨仓式打印机采用的是爱普生特有的微压电打印技术。

其打印头为耐久式打印头,不是耗材,具有耐久的使用寿命和稳定的工作性能,再加上爱普生墨仓式打印机还随机标配整套四色墨水,真是超值又好用。

近日,统一企业宣布将旗下所有纸质包装方便面产品外包装材质全部升级为食品级原生纸。据统一相关负责人介绍,本次统一企业在国内方便面行业中率先将内外层包装均采用食品级原生纸,是希望能通过对各个环节的严格把控,为消费者提供更高标准的产品。

据悉,自今年 2 月开始统一企业就启动了此次换装行动。目前,原生纸包装的产品正在部分地区陆续上市,包括统一老坛酸菜牛肉面,统一肉面等在内的旗下所有纸质包装方便面产品(桶装、碗装)都将更换为 100% 原生纸包装。预计到今年 6 月(以生产日期为准),全国范围内所有方便面产品线将全部更换完毕。

据笔者了解,目前国内和国外厂商通

行的方便面产品纸容器均都采用的是双层结构设计,即内层和外层。内层因与食品内容物直接接触,必须采用食品级原生纸材料;而外层起到的是隔热和说明的作用,一般采用再生纸。

此次统一企业在业内率先启动方便面产品包装的更新换代,将包装的外层材质也全部更换为食品级原生纸。相关业内人士预言,此举很有可能将引发行业内一轮换装潮,推动方便面行业向更高标准发展。统一企业上述负责人表示:“一个行业的健康发展,离不开方方面面的积极因素。作为一个勇于承担社会责任的企业,统一企业提高标准严格要求,率先将方便面容器的内外层全部采用食品级原生纸,是希望能够树立起方便面行业包装的新标杆。”

统一方便面换装启动 内外均率先采用原生纸

关锦鹏盛赞周迅

真实的人就该代言真实的产品



因为真果粒 2013 年广告片的拍摄,香港著名导演关锦鹏和代言人周迅有了第一次的荧幕合作。在关锦鹏的镜头下,周迅真实自然的灵动气质表露无遗,每一个眼神细节的捕捉都完美精准,而真果粒广告成片的清新文艺风格也打动了许多观众。

在片外,关锦鹏导演首次透露与周迅合作的真实感受。关导表示:“这是我与周迅十多年来的第一次合作,我本人非常希望能与周迅将真果粒的广告片完美的呈现给大家。”而谈及关导对此次广告片代言人周迅的看法时,关导毫不掩饰的表露了对

周迅的欣赏与肯定。”

一直以来,周迅都是演艺圈中最真实灵动的演员,她性格十分随性,演技也完美无瑕。显然,由她代言真果粒十分合适。

作为全球首款含有真实果粒的牛奶饮品,真果粒与代言人周迅的真实邂逅也象征着真果粒的品牌新倡导“真实就是真果粒”的诞生。

在 2013 年的全新广告片中,周迅与关锦鹏导演的强强联手更是真果粒真实力量爆发的最有力证明,在真果粒的真实倡导下,你准备好迎接属于自己的真实生活了吗?

睡商助推“中国梦” 慕思健康睡眠事业迈向纵深

日前,全球健康睡眠资源整合者慕思在北京举行的“明星公民颁奖盛典”上首次面向全体国人发布了《中国睡商白皮书》。作为国内首本系统地关注国人睡眠健康的正式文书,它的发布标志着慕思欲借此将健康睡眠事业推向纵深,帮助国人圆“中国梦”。

国内首部“睡商”白皮书出世,“睡得香”助推实现“中国梦”

据悉,这本《中国睡商白皮书》自着手之日起,便备受关注,得到了社会各界人士的大力支持,因此也创下了睡眠领域调查的“四宗最”:

调查人群样本最多,共计有超过 50 万的网友参与;调查区域覆盖最广,参与调查的群体遍布全球 128 个国家;信息最真实可靠,此次调查由慕思联合五大主流网络媒体和《南都娱乐周刊》共同努力完成;最具参考价值,此次通过“睡商大调查”将所获信息悉数整理归纳,最终拟成为书面形式。

姚吉庆表示,人的一生有

1/3 的时间在睡眠中度过,此次慕思携手新浪等五大主流网络媒体以及《南都周刊》联合举办的“睡商调查”报告和《中国睡商白皮书》,希望通过获知国人对健康睡眠的认识程度以及睡眠习惯,倡导“关注睡眠,珍爱生命”,让国人三分之二的生命能够更精彩,为实现中国梦添砖加瓦。

慕思“健康睡眠”事业迈向纵深

据了解,慕思此前的公益事业已涉及到赈灾、助学、助残、疾病救助等诸多领域。慕思首席文化执行官邱浩洋指出,慕思长期活跃在健康睡眠公益领域,并从中衍生至整个民族的睡眠问题,在这一点上,慕思走在了公益事业的最前沿,将实现公众“安心睡好觉”的“中国梦”定义为慕思长期践行的使命。

有评论人士指出,此次《中国睡商白皮书》的发布,慕思将睡眠健康的概念从“亲民”路线提升至理论高度,标志着其公益事业在向纵深方面推进。

■李红

随时“逐乐” 解码 3008 法宝



随着时代的发展,更多的人希望能够随处自驾旅行,想去哪就立刻出发,一切以享受为主。

但是对于大众消费者而言,像宝马 X5、奔驰 GLK、保时捷卡宴等一类豪华 SUV 的昂贵,使它们不能成为我们日常生活中的必需品。

这时,便需要一部既能满足我们消费能力,又可以真正实现随时“逐乐”、时刻出发的 SUV,如下,我们看到的将是一名城市 SUV 的悍将——东风标致 3008。

之所以把东风标致 3008 比作“可上天”的城市 SUV,最重要的原因便是,其飞行般的内饰设计。

富有高科技全信息的 Mirage 幻影战斗机驾驶座舱赋予 3008 一身高贵与致雅的气质。

东风标致 3008 精致品质不仅体现在双缝线的细致制作工艺上,更体现在其内饰设计理念与所呈现出的内饰空间效果上。

东风标致 3008 汲取幻影战斗机座舱的灵感,从航天式中央控制键到航天仪表盘,每一处都为驾驶者呈现出战斗机般的感受。

酷似飞机驾驶舱内按键的设计集成了平视显示系统以及泊车辅助开关等功能,在不少细节部位加入了镀铬装饰,表现出了十足的科技感与现代感。

Grip control 系统所提供的四种(城市、雪地、泥地、沙地)不同地形和气候的行驶模式,电子科技带来的辅助效果使东风标致 3008 提高了应对糟糕路况的通过性能力。

作为一款欧系都市 SUV,3008 的 Grip control 系统通过轻松的一旋一转,为驾驶者提供轻松智能的灵动驾驶感受。

既提供了相对于四驱车来说更低的油耗,又提供了在城市道路上的优秀通过能力,精准稳健的操控与卓越不凡的道路表现将辅佐东风标致 3008 穿越城市地平线,抵达你想要去的每一个地方。

美的打造中国厨电业 第一艘航母

4 月 6 日,美的厨房电器事业部以“大厨电·新价值”为主题在广东顺德发布厨电新品,集中展示了包括微波炉、烟机、OTR、嵌入式微波炉、嵌入式蒸汽炉、嵌入式烤箱、灶具、消毒柜、小烤箱、橱柜、水槽、面包机、吸尘器、微波炊具、厨具炊具、洗碗机(代理美的洗碗机中国业务)等 16 个品类的厨电产品。

美的厨电震撼发布的年度新产品多达 100 款,焦点产品有:带语音控制功能、售价 20000 元的全球最贵的微波炉——美的蒸立方微波炉 X6,可以直喷 100 度高温蒸汽的美的蒸立方微波炉 C7,不需手动设置火力与时间的智能微波炉 X1。

具有行业独创“蒸汽智清洗”技术的吸油烟机;行业首创的大米面包机;处于行业领先水平的多锥气旋尘气分离技术的吸尘器。

美的厨电事业部还发布了

未来三年的战略规划:在微波炉、烟灶烤、吸尘器等主要品类中赢得行业第一位。

资深媒体人、家电业观察人士刘荷清评论认为,在国内厨电产业年销售规模不超过 30 亿元的环境下,美的厨电目前的产品群数量与销售规模,堪称中国厨电行业的第一艘航空母舰,在量级上国内还没有同级别的竞争对手。

中国家电协会理事长姜凤指出,当前,我国厨电行业在国际上的整体竞争力较弱,出现美的厨电为代表的航母级企业,将加快厨电行业尤其是烟灶消等产业的集中化进程,市场格局将会发生重大变化,这有利于提高我国厨电行业的国际化竞争能力。

同时,品牌之间的竞争必将更加激烈,消费者将成为最大受益者,不仅能够获得更好的产品,也能够得到更好的服务。