

世界权威独立调研机构： 海尔电热水器全球销量领先



6月7日，世界权威独立机构英国建筑服务研究与信息协会(BSRIA)发布了最新的调研成果。结果显示，海尔电热水器2012年销量全球领先。据BSRIA最新调研数据，海尔电热水器全球总销量市场占有率为17%，居2012年销量全球领先。另据调研数据显示，海尔热水器全品类(包括电热、燃热和太阳能、空气源热泵等)全球总销量市场占有率为9%，也稳居全球销量领先地位。

据了解，英国建筑服务研究与信息协会是一个非营利性由会员组成的机构，以其独立性和权威性闻名于全球建筑市场领域。其市场分析报告来源于对行业的多用户研究，最能反应用户真实消费需求，所使用的研究方法也是国际社会上独

立和权威性的象征。海尔电热水器全球销量领先的获得，是海尔电热水器自防电墙专利技术被纳入国际标准以来，在用户层面获得认可的又一表现。

随着生活水平的提高，洗浴的安全与舒适已经成为家庭生活的必要内容。海尔电热水器通过防电墙、速热等创新技术满足了消费者的这些需求。“现在没有防电墙的电热水器都不敢买，总觉得不安全，有了防电墙，电热水器才能用的放心。”生活在北京的英国用户David对防电墙技术有着这样的认识。

海尔通过其研发的防电墙技术为消费者提供了热水安全解决方案，满足了消费者对电热水器使用安全的需求。“防电墙就是利用了水本身所具有的电阻，即使加热内胆的水有电，也会被这种特设的电阻衰减掉而达到将电隔离的目的。”海尔热水器相关负责人称，目前海尔防电墙专利已创造了2500万台零事故的成绩。

舒适是人们生活所追求的一种体验，尤其是在洗澡这件事上。进入

夏季以来，洗澡次数增多，不少家庭却面临着热水不足，等待时间长的烦恼。而海尔热水器推出的3D+系列产品热水输出率高达90%，高出国家一级能效标准的20%，60L容积的3D+热水器出热水量相当于普通100升热水器的出水量。与此同时，采用的动态3D速热技术的水器，比普通电热水器加热速度提升78%，大大缩短了用户洗浴等待时间，为用户带来颠覆以往的舒适洗浴体验。

“下班就有热水洗澡，而且热水器比我更懂我，能提前帮我加好热水”，David对海尔3D热水器表示满意。海尔3D热水器可以记录用户长达28天的洗浴习惯，并自动分析调出用户平时最喜欢的温度，极大地提高了用户的洗浴舒适度，“在家也能轻轻松松泡温泉，还不费电”。

全国家用电器标准化技术委员会秘书长马德军曾表示，在市场竞争日益激烈的今天，通过创新技术满足用户不同需求是每个企业的必经之路。而海尔热水器能够创新研发防电墙、3D速热等技术就是为了更好的满足用户，其创新研发实力不但得到行业和国际市场的认可，而且也行业的发展做出表率。

费列罗中国启动“甜满世界，爱团圆”留守儿童关爱计划 微博平台招募“爱心伙伴”，号召消费者奉献人文关爱



2013年6月17日，费列罗中国在沪正式宣布启动“甜满世界，爱团圆”留守儿童关爱计划，通过

一系列的志愿者服务活动为江西南昌及山东潍坊地区的留守儿童送去关爱，并帮助他们实现与父母短暂团聚的愿望，享受天伦之乐。作为该计划的一部分，费列罗同时启动了“爱心伙伴”招募活动，号召热心消费者通过新浪微博招募平台加入费列罗志愿者队伍，奉献人文关怀，一起将幸福与甜蜜传递到留守儿童的身边。

此次费列罗除了向留守儿童捐

赠必要的物资外，还会通过心理慰藉及人文关怀的方式为孩子们提供辅导与帮助。通过号召热心消费者加入费列罗志愿者队伍，倡导消费者在享受甜蜜的同时，亦通过实际行动为他人送去甜蜜关怀，成为一名富有人文精神、有责任心的社会公民。

随着该计划的正式启动，即日起至7月7日，消费者可登陆费列罗“甜满世界，爱团圆”活动页面，根据在线提示完成“爱心伙伴”报名。

家庭最优选 三款多功能实用车导购推荐



目前“多合一”的多功能产品已经成为各个行业的潮流所趋，IT行业有PC/平板二合一的超极本，化妆品行业也推出防晒、遮瑕、美白于一身的BB霜。汽车界这几年也兴起一车多用，随着越来越多SUV、MPV和各种跨界车的加入，多能车领域的竞争也达到了空前的激烈。江淮轿车在早前推出的新和悦RS刷新了多能车的标准，把轿车的低能耗、MPV的大空间和SUV的全路况等优势集于一身。此外，广汽丰田逸致、上海大众途安等主打多功能的小车同样具备了各自细分市场最具有代表性的特点，期待一车多能的消费者值得一试。

新和悦RS：三车合一 一家人一辆车的全能解决方案

江淮新和悦RS最大的特点在于“三车合一”，兼具轿车的低能耗、MPV的大空间和SUV的全路况，相比旧款和悦RS可谓颠覆性的改款车型，在造型、内饰、人性化配置等诸多方面实现升级。如果用一个人物来形容新和悦RS的外形，可以说他们是一位全能优质男士——能恰如其分的将轿车的绅士范儿、MPV的商务范儿以及SUV的雅痞范儿糅合在一起。大嘴造型、熏黑设计的鹰眼式晶钻前大灯，与横向布局设计的尾灯完美呼应，使得整车神采奕奕。新内饰则更为考究，全新家族化三辐方向盘、新炮筒式仪表盘加上蓝色背光，配以高级钢琴漆面板，稳重的轻商务气息扑面而来。

新车共有1.5L和1.8L两个排量可以选择，其中1.5L发动机是“中国芯”十佳发动机。而1.8L发动机，是江淮动力品牌“GreenJet锐捷特”旗下最新优化的4GA5发动机。该发动机对比原和悦RS配备的三

菱1.8L 4G93发动机，动力更为强劲，从怠速800转开始到4800转转速扭矩输出会高出20%，真正实现高效低能。

新和悦RS传承了旧款车型一贯的空间优势，长宽高达到4550*1775*1600mm，2710mm的超长轴距可以轻松实现7座安排，表现媲美MPV。独立座椅、多处人性化储物空间、可折叠前翻的后排座椅等细节设计使得其装载空间最大可达2100L，充分满足消费者商用、家用、出行娱乐等多种选择。

新和悦RS的离地间隙达到了170mm，比一般城市SUV160mm的离地间隙还要高。配合江淮五星底盘，以及前麦弗逊后纵臂双连杆四轮全独立悬架(带横向稳定杆和副车架)，还有205/55R15的宽胎，都让新和悦RS具备了难得的“越野”实力。

逸致：全能打造 最“家”感觉的FUV时尚多功能车

作为广汽丰田旗下的一款多功能轿车，逸致完全按照中高级车标准打造，创造了多功能轿车的价值新标准，时尚动感的外观和高品质的内饰，宽敞多变的空间，充沛的动力和出色的燃油经济性等突出优势，被消费者高度认可。逸致凭借时尚又不失稳重的外观、宽阔的空间和丰富的配置，赢得了消费者的认可，在MPV这一细分市场占有一定份额。

途安：智能升级，专为 中国家庭消费者量身打造的家用MPV

上海大众在推出途安时，为其打造了MPS(多功能轿车)的概念。途安2013款在设计之初便以带给消费者幸福体验为诉求，以前瞻智能科技打造出的温馨驾乘感，受到了消费者热捧，而充满人性关怀的细节设计更为车主带来了舒适愉悦的驾乘环境，以贴心的陪伴成就如影相随的幸福感。途安已经在国内上市多年，凭着不错的实用性、舒适的乘坐空间、大众品牌的号召力以及便捷的售后服务，在家用MPV市场上地位稳固。2013款大众途安相比现款变化不大，而真正的大改款途安，将要等到2014年才正式亮相，不着急买车的消费者或许可以再等等。

打造航天级食用油 福临门天天五谷助力飞天“中国梦”

6月11日，随着激动人心的倒计时，“神舟十号”飞船直冲云霄，成功向太空迈进，更将带着三名航天员与中国人民千百年来航天梦想实现与“天宫一号”的对接，完成我国载人航天第二步任务第一阶段的重要工作。作为航天事业成功的重要一环，航天员的选拔一直备受社会各界关注，因为包括此次任务中唯一的女航天员王亚平在内的所有航天精英，都不仅要有良好的先天条件，更必须具备坚强的意志和过硬的体质，可说是世界上最“完美无缺”的人。而作为航天唯一合作粮油品牌，中

粮福临门坚持科技创新，以高品质好营养的航天粮油产品，为航天员们打造“完美航天体质”奠定下坚实的基础。

有人戏称，选拔航天员就像是“鸡蛋里挑骨头”，确实，在整个航天员选拔训练和考评过程中有着近乎残酷的流程和标准，包括队员的身体素质、心理素质、操作能力、理论储备以及进行科学试验能力等各项考核，都容不得丝毫懈怠，堪称“好中选好，优中选优”，而这一原则也同样适用于对中国航天食品的甄选把关。作为中国航天唯一合作粮油品牌，中粮福临门依托中粮全产业链保障，从原料的选

种、种植、采摘、运输、加工、销售的每一个环节都实施产品质量控制，确保从田间到餐桌的每一个环节的产品品质，在护航航天员体质的同时，更为广大的消费者提供了“航天品质”的独特体验。

由于对航天员饮食的严苛要求，作为中国航天事业合作伙伴，中粮福临门食用调和油一直在大力推动与高精尖航天技术的深入融合，研发出更加安全、更高质量的健康产品。如福临门旗下全新的航天产品“天天五谷”调和油，秉持“天天五谷，为航天体质打基础”的产品理念，以世界卫生组织推荐的膳食

营养金字塔为基础，精心选取天然谷物原料，在汲取谷物精华同时融合浓郁醇香，确保了营养与口味并存，成功为航天员的体质健康和顺利完成飞天、实现“中国航天梦”助力加分。

航天事业将质量和安全视为生命线，只有步步精准才能一举成功，作为中国航天事业合作伙伴，中粮福临门也同样将“航天要求”视作品牌发展的关键点，时刻以高标准严要求进行研发生产出最高

品质的产品；同时，作为中国粮油产业的领军品牌，中粮福临门也将在助推民族飞天梦想的同时，切实让更多“航天品质”和“航天技术”惠及国民，让消费者在家门口就能享受到航天品质。



【情理与法】

和女友感情不和分手，无奈，小崔只能将事先预定好的婚宴取消，可不料酒店竟然要收取婚宴价格50%的违约金。为此，小崔与酒店对簿公堂。近日，上海一中院作出终审判决，认定酒店收取的违约金过高，应调整至合理范围内。

随着两人感情进入蜜月期，小崔和女友决定走进婚姻殿堂。2012年3月，小崔找到一家五星级酒店，就同年9月在酒店举行婚宴达成了口头协议，十

取消婚宴预定 遭遇天价违约金

法院认定违约金过高予以调整

余桌婚宴的价格为42768元。定口头协议当天，小崔支付了定金5000元。同年4月，小崔与酒店签订了婚宴协议书；8月，小崔按婚宴协议书要求支付了婚宴总金额50%的预付款21300元。

可世事难料，小崔和女友因感情不合，在举行婚宴前不久分手了。因婚宴无法继续举行，小崔父母于2012年8月底亲自到酒店，通知相关负责人婚宴被迫取消，并当场表示愿意在合

情合理的范围内对酒店的损失做出相应赔偿。随后，小崔与酒店就赔偿事宜进行多次沟通，但酒店坚持按照婚宴协议书中违约责任条款处理，即小崔应支付婚宴价格50%费用；而小崔要求酒店出具实际损失情况。酒店开具发票及收据收取小崔违约金21384元，并将定金余款4916元退回小崔。

小崔认为其行为是预期违约，酒店收取违约金过高，故诉至法院，要求

酒店退还违约金14969元。

“双方协议书中明确规定违约责任，原告违约在先，依据违约金条款，被告收取50%的违约金符合约定。另外，原告取消婚宴的当日酒店出现空档，全天没有办婚宴，也有重大损失。”庭审中，酒店提出了自己的观点。

法院认为，根据《合同法》，约定的违约金过高造成损失的，当事人可以请求法院或者仲裁机构予以适当减少。但

考虑到酒店婚宴预定的特殊性，且原告取消婚宴确实给被告实际经营造成损失，故依据合同法有关违约金的规定，并结合餐饮行业的实际情况，认定双方约定50%的违约责任过高，予以调整。原告自愿承担违约金6415元(即婚宴价格的15%)应属合理，予以采纳。判决被告退还原告多收取的违约金14969元。酒店不服一审判决，提起上诉。上海一中院二审维持原判。 潘静波