

风靡韩国的 LG CordZero™ 无线吸尘器登陆电商

——7月8日京东正式开售

LG 电子高端无线吸尘器“CordZero™”终于登陆国内电商!自今年一月在韩国上市以来, LG CordZero™ 无线吸尘器就以其便捷的无线设计、60分钟超长续航能力等强有力的卖点风靡了韩国市场。7月8日开始,中国消费者就可以在京东和天猫轻松 get 到 LG CordZero™ 系列包括无线卧式和无线杆式吸尘器啦!



全球首款: LG CordZero™ 无线卧式吸尘器

电线又多又乱,反复插拔电源,吸力差强人意,相信用过有线吸尘器的人都会有这样的感受。LG 无线卧式吸尘器采用的无线设计,完全杜绝了有线吸尘器带来的种种不便。同时其智能跟随功能,可使吸尘器随你同时移动,你走到哪里吸尘器就能清洁哪里,不用拎着主机到处跑,在操作上大大降低的人力,使用更便捷。

除了无线的便捷和智能, LG 无线卧式吸尘器的吸力也不容小觑。超强吸力,日常清扫的灰尘和污垢自然不在话下。吸尘器本身的后续清洁问题,相信也困扰了不少人——LG 无线卧式吸尘器的 3X 灰尘压缩功能可将吸入的灰尘压缩,创造普通吸尘器三倍的吸尘容量,大大减少倾倒次数,更重要的是,倾倒垃圾无尘雾,再也不用担心造成不必要的 2 次污染。

毛发克星_防缠绕刷头: LG CordZero™ 无线杆式吸尘器

相信大家都有这样的感触:打扫房间的时候,最难清理的莫过于满地的头发和宠物毛发。用扫帚永远扫不干净;用普通吸尘器清理,又全都缠绕在刷头上,让人抓狂。LG 无线杆式吸尘器配备独特的防缠绕刷头,完全避免缠绕的后顾之忧。另外, LG 杆式无线吸尘器配置了双电源组,一次充电可持续吸尘长达 60 分钟,完全可以满足日常清扫需要。

而很多消费者在选购杆式吸尘器时,都会担心它的吸力不够强劲,无法很干净的清扫屋子。LG 用它强大的科技向消费者做出了保证:智能变频电机可以提供比其他杆式吸尘器更强大的吸力,保证了轻便的同时也让消费者能够轻松完成清扫任务。

想要清洁毛发更彻底,当然每个死角都不能放过。LG 杆式无线吸尘器配备 180° 旋转头,配合贴心的 LED 灯,沙发底、墙角这种卫生死角再也不复存在。

LG CordZero™ 无线吸尘器之所以能在众多高端吸尘器产品中崭露头角,正是因为它从根本上解决了人们清扫中遇到的各种难题。LG 凭借着在技术创新、功能设计上的诚意和用心,真真切切的为用户奉上了 CordZero™ 这一系列“最好用”的无线吸尘器。



K3S 诚意满满 年中大趴惊喜重重

上半年股市风云变幻,近日双料台风和烧烤模式又依次登场,随机播放的天气也让人叫苦不迭。时至年中,东风悦达起亚携时尚型车 K3S 诚意来袭,不仅有超低价,更有车船税



和商业保险赠送。无论狂风或烈日,无论股市蹿红或翻绿,东风悦达起亚始终以贴心关怀回馈广大消费者。

股市如此多娇,引无数英雄竞折腰!作为 2015 年不得不提的关键词,“股市”二字,提起是很多股民会呼吸的痛。K3S 夏日冰点放价诚意满满,将账面收益直接转化为遮风挡雨、无忧出行的品质生活体验。本次钜惠,不仅免付车船税,更随新车赠送价值 4999 元的商业险;此外,首付 2 成起的超低购车门槛和 12 期 0 利率 0 手续费的付款方式,共同打造多重惊喜的年中让利大趴,让心动转变为行动。

【案例分析】

银行代售理财产品未做适当推介被判赔偿

为了财富保值增值,购买银行代售的理财产品,不曾想亏了十余万,胡先生为此将银行诉至法院。近日,上海市一中院认定银行在代售理财产品过程中,未遵守适当推介义务,存在侵权过错,判决银行赔偿胡先生全部本金损失 18 万余元。

2011 年 3 月,胡先生在银行认购了银行代销售的基金公司发行的基金产品。在交付 100 万元认购款时,胡先生在基金交易凭条上签字确认,签名下方记载:“本人充分知晓投资开放式基金的风险,自愿办理银行代理的基金

业务,自担投资风险”,并在该交易凭条背面的《风险提示函》下方签字。

之后,因该基金产品发生亏损,胡先生遂以银行为被告、基金公司为第三人提起诉讼,要求判令银行赔偿其亏损 18 万余元及投资期间的利息。

庭审中,银行认为,在发生系争理财产品交易之前,胡先生曾在银行作过风险评估,评估结果为:胡先生的风险承受能力评级及适合购买的产品为稳健型。

一审法院经审理认为,银行已尽到了合理的风险告知义务。胡先生签署合同即应视为其已对合同文本的内容进

行阅读并知晓,应当能够预判系争理财产品的风险程度,由此产生的投资损失应自行承担。一审判决驳回全部诉请。

胡先生不服一审判决,提起上诉。

上海一中院二审认为,根据相关规定,银行负有依照客户的风险承受能力及财务状况等推介合适产品的义务。胡先生虽签字确认知晓相关风险,但不能据此免除银行在缔约前的评估和适当推介义务。胡先生属稳健型投资者,风险承受能力较差,但银行却违反“将合适的产品销售给合适的投资者”的原则,将风险相对较高的产品销售给了胡先生,故

以乐致敬更好十年 特仑苏《又见国乐》全球首演奏响中国生命旋律

7月15日晚,由蒙牛集团携手著名导演王潮歌及中央民族乐团联合出品的大型民族音乐剧——特仑苏《又见国乐》在北京保利剧院举行全球首演。该剧以“致生命更好乐章”为主题,再次对于代表中国文化精髓的国乐进行了颠覆式创新;将《高山流水》、《二泉映月》、《梅花三弄》等多首经典曲目重新演绎,令全场观众在现代语境下领略到中国传统文化的宏大意境和时代魅力。

而首演举办之时,也正是特仑苏品牌创立 10 周年之际。蒙牛集团总裁孙伊萍表示,在过去 10 年间,作为中国高端牛奶的开创者,特仑苏品牌一直坚持创新、坚持用专属牧场的金牌品质滋养中国人的生命成长,而国乐则凝聚了中国千百年传统文化的精髓。

就在首演之前,孙伊萍与王潮歌导演以及 70 多位中央民族乐团联袂用一次“国乐快闪”开启了以《又见国乐》为核心的国乐传承行动,让国乐真正走近消费者。为了让更多消费者融入国乐场景中感知国乐之美,此次演出候场期间,特仑苏还别出心裁地将富于现代艺术气息的系列彩绘牛阵雕塑与国乐艺术家音乐演奏、传统乐器介绍相融合进行了创意艺术展示互动,别



具一格的体验方式吸引了众多观众的围观拍照。当晚演出尾声,伴随全场国乐演奏艺术家们齐声合唱内蒙古民族歌曲《鸿雁》,中央民族乐团团长席强现场向蒙牛集团总裁孙伊萍赠送了一把特别为特仑苏定制的古筝,以此庆祝特仑苏 10 岁生日。

据悉,《又见国乐》登陆北京首演后,还将陆续在呼和浩特、成都、西安、郑州、武汉、深圳、上海等全国七座城市巡回演出。

让农资搭上电商快车

——国内农资电商平台“农商 1 号”将把“梦想”变为现实

轻点鼠标放心农资直送到家,远隔千里专家也能为作物“看病”,在“互联网+”时代,国内农资电商平台“农商 1 号”将把上述“梦想”变为现实。7月16日,财政部和农业部直属两大基金——中国农业产业发展基金和现代种业发展基金联合东方资产管理公司、北京京粮鑫牛润源股权投资基金、江苏谷丰农业投资基金及中国复合肥领导品牌金正大公司共同组建的“农商 1 号”正式上线。据悉“农商 1 号”一期投资 20 亿元,是国内目前投资最大的农资电商平台之一。

据一项农村消费统计显示,化肥农药种子等农资消费高达 1.5 万亿,在农民支出中仅次于教育排第二位。“农商 1 号”定位农资行业“亚马逊”,立足专营,并设置了多重保障:一是平台并非完全开放,只有国内外冠军品牌方可入驻。先期上线的有金正、中化、中种等国内知名农资企业和以色列瑞沃乐斯、美国硼砂等国外农业巨头;二是所有上线商品均由保险公司承保。

“农商 1 号”还整合了复合肥料国家工程中心、

农药国家工程中心、种子国家工程中心等国家级科研机构及权威专家,借助在线互动的通道与农民面对面、点对点。此外,金正旗下上百名国内外农化专家和上千名地面技术服务人员都将加入到“农商 1 号”服务阵营之中,为农户提供线上线下农技指导。

“农商 1 号”还整合了中国邮政遍布乡村的网络和金正旗下 10 万名传统经销商团队,未来双方将联手在仓储物流、村站建设和拓展会上产生强大的叠加效应。同时,“农商 1 号”还与京东商城开展战略合作,京东在平台建设和经营,服务中心建设、物流体系整合等开展合作,推进农资快速进村入户。

“总结起来,全、专、好、省、乐,这就是作为农资电商——农商 1 号向农民的郑重承诺。”按照“农商 1 号”CEO 罗文胜的解释,“全”就是提供全品类农资一站购齐,“专”就是要上百名农化专家全程在线,种植难题线上线下解决,“好”就是冠军品牌联盟放心购,“省”就是渠道去中间化套餐购买聚划算,“乐”就是打造在线社群,建造农民的社交圈子和百姓大舞台。

明明靠脸就行 K5 非要拼科技

完美继承“Design?Kia”设计理念之精髓的 2015 款 K5,独树一帜的外观已吸引了不少消费者的拥趸。然而,明明可以靠外观、设计取胜的 K5,却



非要任性地“武装”出一套高科技装备,以硬实力厮杀于中高级汽车市场。

搭载 UVU 车载智能系统的 K5,除了具备多媒体和导航控制功能之外,还支持智能手机对车辆进行远程控制,颠覆传统技术,实现人机互动。不仅如此,低碳环保的 ECO 节能驾驶系统、保障安全的胎压监测系统、可自动调节速度的感应雨刷、带记忆功能的电动座椅等高科技配置也越级搭载于 K5 之中。

怀揣“让汽车生活更精彩”的美好愿景,东风悦达起亚 K5 内外兼修,以越级的产品力赢取消费者的信赖,用精益求精、追求卓越的精神,傲视同级汽车市场。