

秋季家装节推套购优惠 包修年限最长可达15年

中央空调成家装旺季新宠 格力电器瞄准健康新生活



文/黄婷

对于消费者来说,金九银十恰是家装旺季。俗话说“装修未动,空调先行”,承载着人们高品质家居生活追求的中央空调,成了家装旺季的市场新宠。

9月26日-10月10日,格力电器开启“2022年秋季家装节”的活动,主题为“格力舒享家,健康新生活”。格力推出多款搭载核心技术的高品质产品,为现代家居提供中央空调系统、中央地暖系统、中央新风系统以及中央净水系统等多种家装解决方案,助力消费升级。



套购优惠满足“省电+健康”需求

随着我国大力倡导节能减碳、发展绿色建筑,叠加疫情下人们健康意识的提升,中央空调市场迎来需求爆发、技术升级的新变局,具有省电、健康特性的产品受追捧。

在本次推出的格力“智睿健康舒享套餐”中,作为主打产品的智睿系列中央空调是“节能先锋”,采用首创国际领先变频变容技术,让家用中央空调高效运行,PLPV(制冷综合性能系数)高达7.5,在低负荷运行时能效提高150%,真正做到用电省一半。套餐中的全热交换新风净化机可对室内空气进行净

化换新,搭配智睿系列使用轻松实现省电、健康的双重效果。

针对小户型和装机空间有限的户型,格力也推出了“菁英套餐”的高性价比方案,采用相对小巧的机型,在节能、舒适、健康的基础上能够适应差异化的装机环境。

当前人们的健康需求,也从家庭空气净化扩展到了用水的健康安全,净水产品由此成了刚需家电。本次家装节,格力同步推出针对全屋用水的“净水”套餐,包含了前置过滤器、中央软水机和厨下净水机。

安装工艺和客户体验全面升级

“三分产品,七分安装”,中央空调的安装质量直接影响空调设备的使用效果。作为行业龙头,今年格力在中央空调的安装工艺和客户服务体验上迎来全新升级。此次秋季家装节,消费者将能享受到全新的安装工艺标准。

在广佛区域,最引人关注的莫过于设备包修年限的延长。广佛格力此次在不同套餐级别的权益条款中,将设备包修年限在格力工厂6年的包修基础上,延长至8年、10年乃至15年(相当于设备终

身包修),这是业内唯一——个作出这样承诺的品牌,远超业内其他品牌的产品包修年限,既体现了格力对自身设备可靠性的自信,也是对售后管理的自信。

而升级后的格力新工艺,可大大降低空调的安装质量问题,降低人为因素导致的安装隐患,同时大幅度提升安装效率。据悉,采用格力新工艺安装系统,装一台格力家庭中央空调,可以节约2-2.5小时,为消费者、安装人员都大大节约了时间,实现了多方共赢。

品类创新开启鲜炖燕窝新时代 小仙炖引领中式滋补现代化发展

文/程行欢 图/受访者提供

小仙炖鲜炖燕窝历经多年发展,从行业黑马成长为鲜炖燕窝领导品牌,已经连续五年全国鲜炖燕窝销量领先。自创立以来,小仙炖始终秉承“让滋补更简单,传承中国千年滋补文化”的使命,围绕让更多人吃上一碗新鲜、营养又好吃的鲜炖燕窝,以系统性创新为抓手不断推动品质和服务升级,将传统中式滋补现代化,带领燕窝行业不断突破发展。

继去年首家旗舰店暨沉浸式中式滋补体验店落地北京SKP商圈后,小仙炖进一步深入线下布局,向排名前列的全国高端商场进军,除了入驻全球销售排名第一的商场北京SKP的精品店外,小仙炖精品店还进驻西安销售排名第一的商城赛格国际购物中心,并将即将入驻武汉销售排名第一的商场武汉国际广场购物中心。小仙炖品牌发展的新篇章已经启程。

步履不停新鲜不止于此

基于对传统中式滋补行业发展痛点的总结和现代滋补消费者的用户洞察,小仙炖创新鲜炖燕窝新品类,并围绕用户进行模式创新,引入C2M模式,创新周期式滋补服务模式,用户下单后工厂新鲜炖煮,顺丰每周冷链配送。

鲜炖燕窝最核心的优势之一是“新鲜”。小仙炖围绕新鲜,从原料、工艺、配送等方面全面构筑鲜炖燕窝新鲜体系,并率先定义了鲜炖燕窝标准,持续引领鲜炖燕窝价值。与此同时,小仙炖走出了一条基于品类创新、模式创新、服务场景创新、供应链创新以及科研创新“五位一体”的系统性创新的发展之路,并基于这五个维度,通过“单点突破”与“统一协调”,结合数字化优势,为用户提供了一套完整的鲜炖燕窝滋补解决方案,满足了消费者对中式滋补便捷化的需求,更开启了鲜炖燕窝新时代。



首家旗舰店落座北京SKP商圈



小仙炖鲜炖燕窝工厂

产品和服务的背后,更需要供应链和科研的强有力支撑。小仙炖从创立以来持续深耕供应链和科研,目前已基本实现以“小仙炖标准”为核心进行产业链上下游的布局,并以此推进整个供应链的标准化进程,进而持续建立消费者对鲜炖燕窝的信心。沿着这条思路,2021年,小仙炖将自身成果进行行业共享,先后联合中国产学研合作促进会、中国标准化研究院、中国食品工业协会等权威机构及上下游头部企业,在行业内率先发布《鲜炖燕窝良好生产规范》标准和《鲜炖燕窝质量要求》标准,两个标准形成标准闭环,进一步撬动行业标准化建设和高质量发展。在科研方面,小仙炖以“基础科研+大研发”双轮驱动不断推进燕窝科研建设,汇聚科研力量,助力中式滋补行业高质量发展。未来,小仙炖将进一步围绕鲜炖燕窝全产业链上下游,进行系统的研究和全方位的升级,夯实“基础科研+临床实践+产品应用”三步走战略。

全国范围内布局高端商场

2021年,小仙炖开始线下布局,打造集产品陈列与销售、燕窝文化传递、社交空间为一体的近千平方米沉浸式中式滋补体验店,是小仙炖围绕用户价值传递与品类教育的关键战略布局。首家旗舰店落座北京SKP商圈,与国际高端品牌比邻,旨在推广中式滋补进入主流生活方式圈层。

2022年,小仙炖宣布将进一步入驻位列全国购物中心前列的商场,并于9月入驻西安销售排名第一的商场赛格国际购物中心。与此同时,近日小仙炖先后在有着“中国华尔街”之称

的金融街,以及龙湖·长楹天街高化区开店,比邻DIOR、GUCCI、CHANEL等国际一线美妆品牌,打造中式滋补新体验,多店齐开深化与北京线下消费者的链接,引爆北京城。未来,小仙炖还将入驻包括武汉国际广场购物中心在内的国内高端商场。此次全国范围内布局高端商场,更是线下渠道的进一步拓展,深化与消费者的链接。

小仙炖鲜炖燕窝董事长、CEO苗树表示:“消费者消费燕窝与购买美妆产品的底层需求高度拟合,都是希望拥有更美好的状态与生活。如今化妆品大多占据着商场一层最核心的位置,为什么中式滋补品门店不能?随着消费者对健康越来越关注、中式滋补这一传统文化被越来越多消费者信赖与喜爱,中式滋补有望成为商场的主角。”苗树认为,中式滋补目前还处于行业发展的初级阶段,但小仙炖需要承担起行业领军者的责任,“我们要通过努力与带动,让中式滋补回归其应有的价值,未来有一天我们要让中式滋补门店从商场的超市门口、地下搬到商场的中心”。

历经多年发展,在不断地创新与突破中,小仙炖实现了品牌从0到1的发展,也见证着以燕窝为代表的传统滋补行业的现代化发展。小仙炖作为新消费品牌代表,创新品类,革新行业,引领中式滋补现代化发展,“让滋补更简单,传承中国千年滋补文化”,真正践行了以消费者为中心,为人民创造美好生活的责任。期待小仙炖品牌发展的下一程,进一步推动中式滋补行业的发展和文化的传承。

文/王沐依 图/梁喻

一个青年的二十岁,风华正茂,一所立志百年的学校,二十载是来路,更是起点。

作为民办教育高速高质发展的缩影,广州市为明学校如初如蹒跚学步的儿童,一步一个脚印,经历二十载岁月沉淀,曾经的儿童已成长为意气风发的青年,响亮地向世界宣告:为明已来。而在这背后,离不开为明学校党总支书记、校长王礼维在教育领域以不断深耕的精神,探求教育的丰富哲思。



广州市为明学校党总支书记、校长王礼维

回望二十年:一路走来靠的是“敬畏”

2002年,广州市为明学校诞生于珠江之畔,在那时,民办学校刚刚兴起,逐渐走入大家的视野,成为不少家庭的新选择。如今,经过二十年的积淀,为明已成长为广州民办教育中不可忽视的力量。

回望这二十年,为明以“办高质量的教育,办老百姓喜欢的教育”的初心走得坚实,一路披荆斩棘靠的是什么?学校党总支书记、校长王礼维给出了两个字:“敬畏”。

何谓敬畏?对谁敬畏?这是一道摆在教育工作者面前的考题。“敬畏来源于责任感,教育是一个特殊的行业,思考问题的出发点以及所有教育教学活动制定开展的落脚点都是培养孩子。”王礼维这样说,他用“敬天爱人”来解释:“孩子的进步发展就是我们的天。”

敬畏体现在学生的培养上,在王礼维看来,孩子的前面有着三条“底线”:人格与尊严、生命与健康、个性与差异。教育之路,首要的是保证孩子的身心健康,而面对一个班级四十余名性格迥异的孩子,只用一条既定的教育方式是行不通的,一旦忽视了孩子间的差异,学校极有可能从“培养人才”变成“扼杀人才”之地。王礼维举例道,在同一个班级,老师说一句话,有些同学能够立刻明白,但也有同学需要

“想三秒”,这些现象可能仅仅是个性而非能力上的差异,这就要求教育充分关注学生的情况,为需要的学生“多停三秒”。

敬畏是对学生,也是对家长。“孩子是家庭的希望,家长把这份希望交在你手上,怎么能没有敬畏感?”但王礼维同时也提到,教育不是把孩子捧在手里,同样地,敬畏也不是把家长视作上帝,他将家长定义为“合作伙伴”,大家的任务都是让孩子去进步,是“一条战壕里的战友”。

因此,在招收学生的过程中,王礼维也有着自己的考量:“我们会和家长一对一面谈,寻找志同道合、拥有相同教育理念的家长。”在他看来,只有形成家校合力,才能共同发力,不辜负家长的信任,培养出优秀的为明学子。

在不久前的教师节,为明发出了“双服务”的承诺:服务学生健康成长,服务家长安心工作。在王礼维看来,做到这一承诺并非易事,“这是一个较高的标准,实际上也是对学校管理的促进”,在承诺书上,详细写着对学生和家长的每一项服务内容,并附上了各部门的电话,供家校双方进行监督。“学校是立德树人的地方,是一个神圣的殿堂,我对学校也同样充满敬畏。”王礼维这样说。



广州市为明学校校园一角 学校供图

去年8月,教育部等八部门发布《关于规范公办学校举办或者参与举办民办义务教育学校的通知》,对民办学校从招生、规划等方面提出了新要求,未来,民校在校生占比会缩减,在办学规范以及教育质量上有所不足的学校将首先受到冲击。

大浪淘沙之下,如何应对正在变化的趋势?落实民办教育新政,努力做教育改革的开拓者,是顺应时代,变

革中寻得的立身之本。王礼维提出,为明将与时俱进,坚持“目标、评价、流程”,三根支柱协同发展,打造“质量为明”;坚守“质量、特色、服务”,三箭齐发协同发展,锻造“品牌为明”。王礼维提到,按照民办学校发展的新要求,积极顺应变化,是为明积极的求变,而不变的将始终是对办高质量教育初心的坚守。

十年树木,百年树人,一所好学校

以敬畏之心 顺时代之变 行高质量教育之路

——专访广州市为明学校党总支书记、校长王礼维

无问西东:不忘“办高质量教育”的初心

正如前文所提到,“办高质量的教育,办老百姓喜欢的教育”作为初心,在为明二十年的办学历程中被不断强化。作为校长,王礼维带领学校,从前期的调查、制定发展规划,再到借力集团、北京与本地专家的资源指导,走出了一条“为明”道路。

王礼维介绍,近十年来,为明学校以课堂为着力点,发动了三次改革:一是2014年推动的课堂“诊、改、赛”,通过对课堂教学的“诊断”“改进”和“比赛”来撬动变革,向旧的理念和方式开炮;第二次是2016年,依托为明集团推动的为明学校业务331模式,彻底扭转了“满堂灌”的局面,给了学生应有的主体地位;第三次是2019年的课堂改革深化,确立了“目标导向式自主学习的为明新课堂”,通过课前的“准”、课中的“活”、课后的“实”三个字,向课堂四十分钟要质量。

二十年前,“培养有中国灵魂和世界眼光的现代人”就作为培养目标,镶嵌在为明大门右侧的高墙上,不仅对老师是一种激励,对学生而言也是鞭策,“我们的教育要在学生心灵深处打上中国烙印、家国

情怀,让他们永远涌动着中华民族的自豪感与进取心。”王礼维动情地说。

因此,为明大力开展了“国学启蒙”教育,组织教师编写了国学读本校本教材,针对各年级学生特点,系统开展“81个好习惯”的养成教育,设立了“男孩子日、女孩子日”校园特色节日活动,这项校园特色节日曾经获得海珠区德育创新一等奖,广州市二等奖;开设春节、清明节、端午节、中秋节和重阳节五个中国传统节日教育活动,通过传统文化入学礼、毕业礼、成人礼等系列活动,厚植学生家国情怀,增强民族自信心、自豪感。

“仅守固有文化,而拒绝外来文化者固非。”在为明,学生不出校门便可享受到优质的国际理解教育课程,学校引进并整合了美国索斯兰特色课程中的经典内容,同时增设了“新三艺”特色课程,即“思维数学”“科创实验”“学术英语”课程,着力培养学生的国际理解、全球视野,引导学生以开放包容的心态吸纳学习世界一切民族的优秀文化,培养学生的国际交往技能与参与国际竞争的能力,让孩子更好地融入世界。

仰望星空,脚踏实地,未来的路要怎么走?王礼维也给出了自己的答案:五年内,成为广州民办学校规范办学的示范校,在教学上形成质量拐点,向区域品牌名校发展,努力将为明打造成老百姓的首选品牌学校之一。

回首望,二十载风雨兼程;看今朝,携初心再次出发。廿年深耕,厚积薄发,为明来了,为明早已走来,这条路教育之路,只管向前走,无问西东。

眺望未来:大浪淘沙之下的变与不变