

“威视”牌电动自行车	
* 在有效期内由威视牌电动自行车国家质量监督检验检疫总局、国家质量监督检验检疫总局认证	
* 威视牌电动自行车的整车、动力电池、充电器、控制器、电机、车架、前叉、后叉、减震器、制动系统、转向系统、传动系统、电气系统、照明系统、安全防护系统、标识系统等均符合GB17761-2018《电动自行车安全技术规范》的要求	
* 产品符合GB17761-2018《电动自行车安全技术规范》的要求，符合GB17761-2018《电动自行车安全技术规范》的要求，符合GB17761-2018《电动自行车安全技术规范》的要求	
安全注意事项	-3
本产品主要功能	-4
名称及名称	-5
使用方式、使用数量	-6
使用方式、使用	-7
充电	-8
问题	-9
产品配置	-10

[illegible]

热冷刺激(HOT & COOL BOOSTING)
藉由冷热刺激产生热能刺激，促进血液循环及新陈代谢。

震动按摩(VIBRATION)
利用震动按摩刺激(Muscle Stimulation)
促进血液循环功能，促进代谢，有助于塑形肌肤。

红外线(LIGHT THERAPY)
红、橙、黄、绿光具有改善皮肤弹性与光泽。

按摩(3D MASSAGE)
通过红外线刺激皮肤及深层肌肉组织。

[illegible]

实施措施和条件		预计年	子产一	总时间	使用模式
合同模式	• 在基础设施项目上应用设计	绿色	绿色基础设施	绿色	
租赁模式	• 在公共基础设施上应用租赁模式 • 在公共基础设施上应用租赁模式	绿色	租赁基础设施	绿色	公共基础设施租赁
购买模式	• 在基础设施项目上应用购买模式	绿色	绿色	绿色	公共基础设施购买
出售模式	• 在基础设施项目上应用出售模式	绿色	绿色	绿色	公共基础设施出售
特许经营	• 在基础设施项目上应用特许经营 • 在基础设施项目上应用特许经营	X	特许经营基础设施	0	

[illegible][illegible]

1. 产品与营销
1.1 产品是营销的载体和基础，是营销的
1.2 产品是营销的载体和基础，是营销的
1.3 产品是营销的载体和基础，是营销的
2. 市场营销环境分析
2.1 市场营销环境分析是营销决策的基础
2.2 市场营销环境分析是营销决策的基础
2.3 市场营销环境分析是营销决策的基础
3. 市场营销策略制定
3.1 市场营销策略制定是营销决策的关键
3.2 市场营销策略制定是营销决策的关键
3.3 市场营销策略制定是营销决策的关键
4. 市场营销实施与控制
4.1 市场营销实施与控制是营销决策的落实
4.2 市场营销实施与控制是营销决策的落实
4.3 市场营销实施与控制是营销决策的落实

产品名称	产生电的设备
用途	主供电、备用1、以续供电1个
尺寸	主长1200mm±60mm、宽633mm 副长1200mm±60mm、宽200mm
重量	主长14kg
材质	A35 - PC、钢
电压	DC 2.7V (1800mAh) / 锂离子电池的 参数为10.2V (2014) / 额定寿命10 年使用、可充电
制造商	北京中电集团 (北京CC Adapter) 外电制造厂 17 (北京) - 中电集团
附件名称	附件