

产业资讯

高德地图 Amap 上市

本报讯 5月17日,国内领先的数字地图内容、导航和位置服务解决方案提供商高德软件有限公司(“高德软件”),在北京发布了其自主研发的“高德地图”(Amap)手机客户端软件(Android版)及网站www.amap.com。基于其在地图数据领域全面领先的优势,以及在地图渲染、定位和搜索引擎方面多年的强大技术积累,高德地图将免费在线导航、LBS交友系统、多种垂直生活服务频道、位置广告系统等充分整合,打造出了全新的“移动生活位置服务门户”,为国内移动用户提供了一站式的生活消费指南及位置交友服务。

高德软件CEO成从武先生在发布会上表示:“高德地图的推出,标志着高德软件向移动互联网成功转型迈出了第一步,也是高德未来增长的重要动力。高德地图通过把丰富的商家资讯巧妙融入地图,不仅使用户享受到更加全面的LBS服务,也将自身打造成为一个综合性的移动生活位置服务门户。”

(明 喜)

全球工程机械产业大会在京启动

本报讯 日前,记者从“全球工程机械产业大会”新闻发布会上获悉,2011年10月19-20日,在第十一届北京BICES展会期间,由中国工程机械工业协会联手美国设备制造商协会、日本建筑机械工业协会、韩国建筑机械工业协会联合主办的“全球工程机械产业大会”,将在中国北京中国大饭店举办,同期还将举办“全球挖掘机峰会”和“全球矿山设备峰会”。

据中国工程机械工业协会会长祁俊介绍:“过去十年,中国工程机械行业快速发展,中国企业实力持续提升。预计2011年,中国工程机械全行业销售收入将实现17%左右的增长;出口额增幅将达到25%左右;‘十二五’末,中国工程机械销售规模将达到9000亿元人民币,出口额将突破260亿美元。”

据了解,2011全球工程机械产业大会主题定为“机会、融合、应变”。大会将重点围绕“未来中国与全球工程机械产业的发展机遇”,“中国与全球工程机械市场商业环境与竞争秩序的变化”,“中国工程机械产业成长对全球产业的影响”,“中国与全球工程机械行业如何深度融合,协同发展,共同成长”,“世界工程机械企业如何深度对接中国市场”等话题进行讨论。

(周 黎)

永业推出旗下“乐自然”系列健康产品

本报讯 近日,永业公司正式启动城市健康产业线,推出旗下“乐自然”品牌系列健康产品。据了解,此次推出的“乐自然”品牌系列健康产品,将在全国范围内,将健康农产品从生产源头输送到城市,通过品牌标准管理及统一服务,为城市输送健康,同时帮助实现解决农民“卖难”的问题。

(胡文政)

金典名作欲抢占婴儿奶粉市场先机

本报讯 5月19日,由韩国Maeil乳业公司生产的原装进口奶粉金典名作婴幼儿配方奶粉的中国总代理烟台每怡集团在京宣布,按新国标要求,金典名作升级配方奶粉即将于今年9月在全国上市。此次金典名作升级版最重要的改变是,均使用100%非转基因原料。

据介绍,此次推出的新款金典名作婴儿奶粉,外包装采用国际最高规格的食品包装材料镀锡马口铁材质、三层密封、全部氮气填充,避免营养物质的氧化;直刮槽、罐口圆弧设计,轻松精确喂养、产品也更安全;奶粉的量勺是用100%PP聚丙烯制作的,符合FDA规定或国家规定的食用级聚丙烯要求。

“我们不注重营养成分的含量,更注重的是营养成分的比例和吸收率,因为再好的营养吸收不了也就没有实际意义了。”据每日乳业研发中心介绍,金典名作根据亚洲妈妈的特点,在奶粉中添加适量的亚油酸、DHA、ARA、亚麻酸等强化宝宝的大脑发育,更接近中国妈妈的母乳。

(明 喜)

不到1秒卖出1台

海尔冰箱销售进入“秒杀时代”

■ 本报记者 冉 荷

日前,在重庆举行的“创节能之最 领世界之鲜”海尔全球最节能冰箱下线仪式上,中国家用电器协会副理事长王雷公布的一组最新市场数据显示:2010年,海尔冰箱(冷柜)中国销量和中国出口量共计约1665万台,刷新了行业规模记录,再次巩固了海尔冰箱不可撼动的全球第一地位。

仅中国区一年的内销与出口就达到了1665万台,这是海尔冰箱坚持创世界品牌的结果。业内人士对这个抽象的数据进行了分析与解读:如果按照卖场每天营业12小时来计算,1665万台的总量意味着海尔冰箱平均每0.95秒就在中国及出口区域成功销售一台,如果再算上海尔海外基地的本土化销量,其销售速度比0.95秒还要低,因此,不到1秒卖1台的销售速度意味着海尔冰箱已经进入“秒杀时代”!

任何一个品牌在某一时间里实现“秒杀”都不稀奇,但如果在一年365天的营业时间里时时被“秒杀”,则反映着这个品牌拥有获取用户资源的强大能力,现在,海尔冰箱就具备了这个能力,也实现了被用户集体“秒杀”的奇迹。而被“秒杀”的背后,则是海尔冰箱连续21年蝉联中国第一,连续3年蝉联全球第一,这意味着海尔冰箱的“秒杀”是被全球用户认同并快速选择的一种体现,是具备世界第一竞争力的销售速度。

对于海尔冰箱遭遇全球用户集体“秒杀”一事,业内专家分析认为,这与海尔冰箱长期满足用户潜在需求密切相关。因为在



消费过剩时代,只有能够满足用户需求的产品才能激发消费者的购买欲望,而海尔冰箱依托全球化的资源总能率先发现用户需求并满足需求,因此始终引领着世界冰箱行业的发展趋势。此次在全球范围内获得最多、最快的用户认可,就是最好的诠释。

实际上,海尔已经成为全球冰箱技术的诞生地,一直以来引领着行业持续升级

联合国携手 LG 电子共推“地球卫士奖”

本报讯 近日,联合国环境计划署(UNEP)宣布,由LG电子提供支持的“地球卫士奖”获奖名单出炉,其中包括墨西哥总统 Felipe Calderon、全球音乐界传奇人物 Angélique Kidjo 和探险家 Louis Palmer、绿色企业家张跃等6人。联合国环境规划

署亲善大使 Gisele Bündchen 和 Don Cheadle 于纽约美国自然史博物馆主持了颁奖仪式。

据了解,“地球卫士奖”于2005年推出,是联合国的旗舰环境奖项。自2010年以来,LG电子一直是该项目最大的支持者,每

年为其贡献的资金高达7亿韩元。LG电子副总裁 Young-kee Kim 表示:“‘地球卫士奖’对LG也有着特别的意义。长期以来,LG提倡消费电子领域的‘绿色消费’并制定了‘拥有绿色,拥有美好生活’的执行规划,通过环保设计和绿色产品来减少有毒原料

的使用。同时,LG还非常重视对电子垃圾的再循环利用,以及对全球气候改变的责任。今天,我们高兴地看到,在我们努力使世界变得更美好的征程中,这些获奖者和环保领袖也在用自己的激情、创造性和奉献精神为我们铺平通往成功的道路。”(张 一)

三星电子在全球率先量产“超高速 NAND ”

本报讯(记者 周明喜)日前,记者从三星电子得知,从本月起三星电子将在全球率先量产采用“Toggle DDR 2.0”标准的20纳米级(1纳米:十亿分之一米)超高速MLC NAND Flash,今后NAND Flash全线产品将采用“Toggle DDR 2.0”。

记者了解到,这是三星电子继2009年全球率先量产利用133Mbp传输速度启动的30纳米级32Gb Toggle DDR 1.0 MLC NAND Flash之后,今年再次于全球率先量产400Mbps传输速度的64Gb Toggle DDR 2.0 MLC NAND Flash新品。

据悉,Toggle DDR 2.0 NAND Flash具有高性能、大容量的特点,能够实现400Mbps数据处理速度,比通用NAND Flash快10倍。有分析认为,Toggle DDR 2.0 NAND Flash的推出,有望扩大4G智能手机、平板电脑、SSD等高速NAND市场,通过应用新一代规格,Toggle DDR 2.0或将主导整个NAND Flash市场的高速发展。

记者获知,目前20纳米级64Gb MLC NAND Flash,不仅生产效率上比去年4月全球率先量产的20纳米级32Gb MLC NAND Flash提高了50%以上,而且成本竞

争力也比30纳米级32Gb MLC NAND Flash提高了2倍以上。

三星电子半导体事业部存储战略营销部负责人洪完勋副董事长说,“通过这次20纳米级64Gb高速NAND Flash的量产,三星电子将主导高速增长中的4G超高速智能手机甚至大容量6.0Gbps SSD市场”,洪完勋也表示,“今后三星还将适时推出更快的大容量下一代Toggle DDR NAND Flash和解决方案,让消费者能够在更高速的移动设备上尽情体验各种各样的服务”。

根据市场调查机构预测,截至2015年,



NAND Flash内存以2010年数量为基准有望实现年均54%的增长速度,64Gb以上的产品比重也将从2010年的3%大幅提高到2012年的70%,实现飞跃增长。

炫动传播亮相第七届中国国际动漫节

日前,第七届中国国际动漫节在杭州举行。走进休博园主会场,3.4米高的风车“大模”格外夺人眼球,走近这台《噢哟噢》大型模型,映入眼帘的是230平方米的上海炫动传播股份有限公司的展台。这里成了本届展会最为火爆的场所之一,“哈哈”、“兔子帮”、“大鸟”这些可爱的人偶,成了众多小朋友追捧的对象。

炫动传播此番亮相杭州动漫节,无论是在动漫原创投资领域、媒体运营领域还是衍生产业领域,炫动在优质版权内容的控制点上开始强劲发力。

开创新动画品类

4月28日,由炫动传播股份有限公司与上海大模王动漫科技有限公司联合投资制作的国内首部大型实体遥控偶动画《噢哟噢—快乐唱歌岛》,通过新闻发布会正式亮相动漫节。这部作品不仅是艺术与技术的交融,也是市场与品牌的完美结合。其独创的中国首部“实体遥控偶动画”,不仅丰富了国产动画的艺术表现形式,更开辟了市场的独有空间。在年产385部、220530分钟的国内电视动画产量中,其独树一帜的开创性令人啧啧称奇。曾经发表过《救救中国动画片》、《中国动画敢问路在何方》

等论文的中国电视艺术家协会卡通艺委会副主任兼常务副秘书长傅铁铮欣喜地表示,该作品的国际化品相让人为之振奋。

据悉,该剧目前已完成第一季26集的制作,第二季26集也正在紧锣密鼓地制作中,预计将于今年暑期与全国观众见面。如果说《噢哟噢—快乐唱歌岛》是中国首部针对3—10岁儿童的娱教作品,那么针对10—24岁全龄卡通概念的《秦时明月》则更令人充满期待。

继成功运营系列动画品牌“喜羊羊与灰太狼”、“麦兜”之后,炫动传播再度涉足高端动画领域。4月29日,携手杭州玄机科技信息技术有限公司,在“第七届中国国际动漫节”上签署长期战略合作协议——在未来将就CG动画《秦时明月》品牌及形象在影视动画、商品授权、在线娱乐、Cosplay 演剧等产业链相关领域携手合作全面拓展,升级《秦时明月》品牌战略,共铸国际水准的动画精品。

作为国内首部大型3D长篇武侠动画,自2007年首度亮相荧屏以来,受到青少年观众的热情支持并斩获业界众多重量级奖项,在中国拥有超过300万的粉丝观众。目前,七部曲中的前三部已登录央视、四大卡通卫视等全国600余家电视台热播,2010年全新登场的《秦时明月》第三部诸子百家》更创下登录酷六网点

播量激增突破两亿次的骄人成绩!

在国际舞台上,《秦时明月》作为中国动漫经典代表作被翻译成7种语言,成功发行至美国、加拿大、法国、意大利等全球37个国家及地区。

“(电视)剧而优则(电)影”几乎已成为优秀国产动画片市场化升级的定律,此次发布会上透露,首部《秦时明月》大电影已在紧锣密鼓的筹备之中,这将是中国第一部CG武侠动画电影。业界普遍认为,炫动传播与玄机科技的强势联手,其意义在于树立一只国产高端动画系列的“领头羊”形象。

打造实现梦想的平台

炫动传播原创动漫平台的互相渗透、良性互动也引发了业界人士的普遍关注,更是吸引了一些知名动漫原创者的浓厚兴趣。《兔子帮》原创者十九番,在动漫节上为炫动传播于今年年初推出的动漫刊物《炫动漫》进行签售,场面相当火爆。《炫动漫》此次亮相动漫节,其意义不仅仅是推介,更是传达出了一个信息:《炫动漫》不同于一般的动漫杂志,而是炫动传播动漫产业链中的有机组成部分,是与动漫创投的深度融合,是让“漫迷”实现梦想的平台——将动漫文学作品打造成动漫影视产品。

炫动传播此次派出各类精英强将转战于主会场和11个分会场,与业界人士广泛交流,深入沟通,炫动传播的2间透明的合作洽谈室更是没有一刻停歇,忙碌的场面也成了展会的一道风景。据悉,炫动此次巩固了不少合作意愿,并与包括港、台在内的10多家公司达成了合作意向。

借这次动漫节平台,“CCG EXPO 2011”招展工作也全力推进,并取得成果,特别是得知在中国馆举办展会,许多客户更是表示了极大的兴趣和参展愿望。

有记者问炫动传播副总经理鱼洁:炫动传播此次亮相杭州动漫节不乏有震撼力的重量级项目,后续炫动还会有所动作吗?鱼洁说,炫动作为一个业界重量级的企业,大力实施精品创投战略是我们的路线,炫动要做优质版权内容的控制者,追求卓越,成为行业的引领者,不断开发新的动画品类和品牌。鱼洁表示,炫动杭州亮相,仅仅是发力的开始,在不久将要举办的上海国际电视节、电影节和CCG EXPO上,炫动传播会给大家带来更大的惊喜。

(杨传中)

产业平台