

产业资讯

永业独家支持全国农村改革与发展座谈会

本报讯 日前,全国农村改革与发展座谈会在内蒙古呼和浩特召开。今年会议核心内容是学习胡锦涛总书记七一重要讲话精神,并研究探讨在工业化、城镇化进程中同步推进农业现代化等农村改革和发展当中的重要问题,本次会议由中国农村杂志社主办,永业公司独家支持。

内蒙古自治区党委副书记、自治区政协主席任亚平代表内蒙古自治区党委、政府对各级领导和专家表示欢迎,并介绍了自治区经济社会发展情况,并对农业部及各省区市农业部门长期以来给予内蒙古的支持帮助表示感谢。

农业部副部长陈晓华在会议讲话中指出,在工业化、城镇化深入发展中同步推进农业现代化,是党的十七届五中全会明确提出的一项重大任务。推进现代农业的发展,必须把握“三化”统筹推进的内在要求和基本规律,以加快转变农业发展方式为主线,以促进专业化、标准化、规模化、集约化为重点,提高农业综合生产能力、抗风险能力、市场竞争力,保障国家粮食安全,增加农民收入,繁荣农村经济。

会议期间,中国扶贫基金会会长段应碧及来自全国30个省、市、自治区农业系统、农委和农业厅的相关领导莅临永业武川工业园区,考察了永业公司3万吨生命素项目,详细了解永业生命素产品从原料到成品的生产流程,对永业公司的发展模式及生产运营管理给予了高度评价。

(张迪)

创维获选“2011消费者最喜爱的绿色商标”

本报讯 日前,在第四届中国商标节上,创维获选“2011消费者最喜爱的绿色商标”,创维四川分公司经理黄富荣代表创维接受奖匾和证书。

据介绍,中国商标节是我国商标领域影响最广、水平最高、规模最大的盛会,自2005年起,每两年举办一次,本次活动由中华商标协会、中国消费者报社主办。“2011消费者最喜爱的绿色商标调查”活动经过消费者近百万投票推选和专家评审团的审核,最终家用电器、汽车、饮料、家具、节能照明等10个行业100个绿色商标胜出。

创维作为消费电子领军企业,多年来珍惜消费者的信任,履行社会职责,率先呼吁“让健康节能的LED电视惠及大众,拒绝高能耗、拒绝电子垃圾,共建绿色健康地球!”并联合亿万消费者,全面普及LED电视;创维持续加大技术研发力度,开发健康、环保、节能等产品,其中创维电视获得由CHC全国高科技健康产品市场发展委员会评选的“健康选用产品”称号;此外,创维瞄准节能环保的LED照明产业作为新兴产业之一,着力让环保、节能产品走进千家万户。

(冉荷)

现代ix35累计产销13万辆

数据显示,从去年4月8日上市至今,现代ix35上市17个月,累计销量达到13万辆。除了刚上市几个月的销量爬升期,ix35目前的月销量保持在八、九千辆,与CR-V、途观位居城市SUV市场第一阵营。

业内人士分析,ix35成功的原因,一方面是车型本身的优势;另外一方面,市场竞争格局也加速了ix35成功。20万元上下的SUV车型,个个都是实力派,各有所长。与CR-V、途观相比,ix35外观够漂亮、空间够宽敞、配置够丰富、性能够出众,17万元-24万元的价格正好处于大部分消费者购买中高级城市SUV的预算区间。

从7月份的销量数据来看,中高端车型占总销量的36%,已经实现北京现代年初制定的目标。近3年,北京现代中高端车型占比实现了“三级跳”。从2009年的15%到2010年的26%,再到现在的36%,这些不断跃升的数据成了北京现代产品结构不断优化,品牌形象持续提升的最好证明,同时也说明在2010年、2011年着力采取的“内涵式增长”战略成效显著。

(周黎)

海尔热水器“五大完美装修解决方案”成家装首选



■ 本报记者 冉荷

近年来,随着房价的节节攀升,小户型以其经济实惠的特点,越来越受到新婚新

居人群的青睐。但因为其厨卫空间相对较小,以及传统热水器体积影响,厨卫屡屡成为装修中的败笔。

中国建筑装饰协会厨卫工程委员会会长田万良指出,厨卫装修留有遗憾,主要存在三方面的问题。首先是,消费者“先装修后装热水器”的选购习惯,导致对热水器安装位置的错误预估,等热水器装好后,总觉得很占空间,不美观,或者不便于使用。其次,热水器行业缺少与家装配套的解决方案,与整体装修协调的热

水器产品跟不上。第三个问题,是目前行业缺少热水器安装预留位置。行业预留空间标准的缺失,会导致企业和消费者在预留和选购热水器时存在盲区。

针对厨卫装修中遇到的各种难题,日前,海尔热水器提出了全吊顶、半吊顶、橱柜隐藏、管路隐藏、浴室美化五大完美装修解决方案。将装修中闲置的空间进行充分利用,并且根据住宅的实际情况,提供个性化解决方案。

在全吊顶解决方案中,TT隐藏版热水器直径设计实现行业最小,只需要47.5cm吊顶空间,就可以完全隐藏在吊顶内。对于吊顶空间受限的住宅,海尔热水器半吊顶解决方案,可以根据需要实现50%—

80%的半隐藏安装。同时,对于想在厨房安装热水器的用户来说,实现橱柜隐藏的海尔热水器新厨宝,不仅外观时尚靓丽,贴心的操作界面设计,更是避免了反复开关操作的麻烦。此外,管路隐藏解决方案,特别设计了遮挡罩,让热水器与整体装修风格更统一。

中国家用电器研究院家电标准化委员会主任李一指出,建立像国外一样成熟的水热器产品与建筑配套标准势在必行。海尔热水器完美装修解决方案会迅速在行业掀起一股风潮。

产业亮点

立竿见影 三个小动作让爱车立刻省油 ——风骏皮卡节油达人给您支招



充石油时的冲力会让油内杂质翻滚上来,造成油质不好。

窍门二:轮胎检查记心上,充充氮气更省油

李大姐说,我们要合理使用轮胎。行驶时,如果发现车子滑行距离明显减小,要立刻检查胎压。如果前轮胎压小,车子不走直线;后轮胎压小,车子转弯时容易

发飘,要赶紧充气。有人认为胎压越大越省油,这倒无可厚非,但是易爆胎。近年来流行给轮胎充氮气,由于氮气是惰性气体,稳定性好,对轮胎的保护和消耗会很好。轮胎气足,摩擦力小,自然就省油。

窍门三:空调使用有讲究,冷暖风向有不同

合理使用空调是省油的关键。首先,暴晒后的车子不能立即启动空调,应打开窗子进行空气流通;其次,制冷时空调出风口向下吹,温度下降快;第三,当离目的地2公里左右时,将空调关闭,选择室外循环,这样就可干燥蒸发器表面,防止空调出

现异味,省不少油。

据了解,风骏皮卡2.8TC车型采用国际先进的德国高压共轨电喷柴油发动机,该动力在传统柴油动力的基础上采用先进高压共轨技术,通过ECU精确控制燃油量,燃烧效率比传统增压柴油机提高8%,油耗降低10%以上,具有良好的节油性。风骏2.5TCI车型则是在普通高压共轨柴油机的基础上,增加涡轮增压中冷装置,它可将发动机的进气温度由150度降低到60-110度,从而使发动机得到更多的空气供应,提高燃油率。正是这些国际先进动力技术的运用,使得风骏皮卡有了广泛的低油耗成绩。

李大姐说:“节油更多的是一种意识。很多人不是不懂,而是根本没有节油意识,大脚轰油门,在车流中快速变线,这都会增大油耗量。节油不是抠门,而是一种低碳环保的生活方式,让我们用节油的态度,为我们的家园贡献一份力量。”

(周明喜)

中企动力:专注信息化 12年始终如一

日前,中企动力科技集团股份有限公司(以下简称中企动力)12周年庆典暨战略发布会在北京举行。作为国内较早从事信息化应用服务的中企动力,12年来坚持专注于中小企业信息化建设,为其量身打造专业全面的信息化应用服务。在中企动力迎来12周年之际,我国的信息化发展也将逐步进入“信息化运营”的新时代。

众所周知,中国目前处于成长中的中小企业不仅数量众多,而且行业分类也极其广泛,随着社会的飞速发展,各类新兴行业的大量涌现,造成目前国内中小企业行业类别多样且需求各不相同。此外,由于外部竞争激烈,成长中的中小企业会经常调整自身业务及发展方向。因此,中企动力认为,为应对如此众多的中小企业的需要,搭建一个能满足其丰富多变的个性

化需求,帮助企业提供建站、企业邮箱、电子商务等相关信息化内容,且技术较为完善的“云平台”则是大势所趋。另外,丰富的实战经验对于搭建“云平台”也是必不可少的关键因素。中企动力自1999年成立至今,服务的中小企业客户已经超过三十多万家。据数据显示,中企动力已连续6年获得中国IT外包服务市场本土企业第一名,十几年来,中企动力已经积累了相当丰富的客户服务经验。

中企动力的“云平台”,是基于行业领先技术搭建的,集硬件、软件、网络基础设施、数据中心为一体的应用导向性的服务平台,它将企业的各类信息化需求按功能拆分成不同的模块,以标准化组件的形式集成在这一平台之上,这里的“云”,即指互联网络。“云平台”所提供的应用服务均

生活家地板提前吹响十一促销集结号

起点,引领地板行业时尚风潮的新产品,几乎都是由生活家研发的。

CASA是生活家今年推出的一个全新品牌,代表了时尚、人文与艺术的完美结合。其最引人注目的特点是:通过材质、色彩与形状的变化,营造一种爱与温暖,是地板行业的重大变革。CASA一词来源于西班牙语,意为“家、爱”。

CASA中的高更系列,突破传统地板对色彩的规则性约束,大胆地把更多色彩运用于地板表面,如绿色、蓝色、紫色等,带来更具灵动的居家色彩表现。高更系列彩色地板,以高更绘画技法与作品为创意源泉,运用生活家特有“彩色绘画技术”进行创作,通过色彩与木纹的结合应用,在色块、线条与轮廓之间达到一种平衡之美,为整个居住空间带来浓郁的艺术气息。

在传统仿古地板领域,生活家则推出了“派”系列产品,其最抢眼之处,就是它的夸张与不羁的纹理。据生活家地板研发人员介绍,“派”的研发过程长达3年多,其中每一个技术环节都经过反复测试,对于原材料木种、风格、色系、尺寸、耐磨指标以及理化指数等关键指标,都进行了精准确定。“派”选用优质榆木作为表皮,通过“5#钝角拉丝”、“SR涂面高光”和“三道含水率控制体系”三大核心技术,创造出

具有五彩花色纹理和夸张生动立体浮雕风格的地板。

渠道战 让卖场变成磁场

和生活家的产品一样,生活家的卖场对于消费者有着强大的吸引力。其秘密就在于体验二字。在生活家的体验店中,消费者不但可以看到让自己心动的个性化产品,感受到产品所带来的愉悦,还可以享受到专业的人性化服务。

伴随着CASA品牌上市,生活家在南京和长沙的两个大型CASA旗舰店将在近日开业。消费者将体验到CASA多种风格的铺装方式,如同色铺装、混色铺装、平行铺装、人字铺装等,以DESIGN IT YOURSELF方式展现出超时尚的装饰风格。

据了解,在南京CASA旗舰店开业的同时,生活家将举办盛大的地板节,邀请江苏卫视《非诚勿扰》栏目当红主持人孟非现场助阵,主持仪式并进行签售。截至目前,生活家在全国已经拥有各种规模不等的体验店超过1300个。

服务战 向奢侈品看齐

生活家董事长刘硕真给生活家地板确定的服务标准是:向奢侈品看齐。刘硕真说,地板产品虽然远没有奢侈



品那么贵,但却是居室中最重要的组成部分,我们必须为消费者着想,让他们走在地板上,或是看到自己家的地板时,都会有个愉悦的心情。

截至2011年,生活家地板在全国各地已成立了50余家金钥匙服务中心,拥有经过严格培训的签约服务师近500名,并先后在30余个大中城市广泛开展金钥匙服务升级仪式,要求达到“专家的服务、贵族的享受”五星级酒店式的服务标准。同时,生活家在国内率先发起无尘安装的绿色服务,采用方便、快捷的铺装技术解决消费者在铺装中“粉尘危害”的难题。

产业平台