产经资讯

华北区思铂睿车王诞生

本报讯 近日，思铂睿都市车王挑战赛秋季赛第二站在天津拉开战幕，来自天津、北京、沈阳等地的思铂睿爱好者和媒体记者同场竞技。经过激烈的角逐，来自天津的冯喆和李浩帆首轮以30.56秒佳绩共同胜出，位列榜首。最后，在终极PK环节中，冯喆凭借着出色的技巧，最终以37.81秒夺得比赛华北区车王。华北区媒体车王则被《辽沈晚报》的吴威以33.56秒成绩收入囊中之物。

此次，思铂睿都市车王挑战赛秋季赛第二站吸引了大批思铂睿爱好者报名参赛。参赛者是一群痴迷汽车运动的都市精英，他们为了赢取华北区车王称号，顺利进入总决赛而参加此次比赛。

作为国内首款高端运动型轿车，业内人士评价认为，思铂睿天生就是为赛道而生。这款专为中国市场打造的高端运动型轿车，每一个细节都为诠释汽车运动文化而存在。思铂睿都市车王挑战赛的推出，便是要普及汽车运动文化。它不仅是一场汽车竞技比赛，而且是一次汽车运动文化传播之旅。 （王 文）

专利拍卖招商公告

受专利权人委托，北京金槌宝成国际拍卖有限公司将对下述专利（申请）权进行拍卖，欢迎报名参与竞买。详情可查阅我公司网站www.jcbcpm.com，或致电010-57110083索取详细资料。

1.双蜗壳式水动能外传动射流复式冷却塔
（ZL201020248062.1）
2.内铸造耐磨弯头
（ZL201120071133.X）
3.肤平膏（ZL200810137173.2）
4.一种婴幼儿外用止泻药物
（ZL200910231538.2）
5.甘蔗自动种植机
（201110132834.4）
6.交、直流自动供氧设备
（ZL201020548773.0）
7.一种免充电电动车
（ZL201120079096.7）
8.一种用于针灸过程中患者穿的上衣和裤子
（ZL201120044744.5）
9.一种小型辣椒秧收割机
（ZL201120045368.1）
10.木饰面板结构
（ZL201020143842.X）
11.一种基于光耦的线性隔离电路及方法（ZL200910041402.5）
12.组合式分餐盘
（ZL201120036730.9）
13.防脱生发液
（201010181947.9）
14.防寒安全服
（ZL201120136981.4）
15一种超声波驱蚊床垫
（201020693866.2）
16.一种用于祛风消痰、破瘀软坚的药物组合物及其制备方法和用途（ZL200510021584.1）

仁智油服：国内知名油田技术服务提供商

四川仁智油田技术服务股份有限公司（以下简称：仁智油服 股票代码：002629）是国内服务能力较强、市场占有率相对较高的民营钻井液技术服务提供商，同时也是国内能够提供一体化、一站式钻井液技术服务的优势企业之一，仁智油服西南地区市场占有率较高的油田环保技术服务提供商，更是西南地区主要的油田特种设备检测维修技术服务及防腐工程技术服务提供商。

独有技术为能源行业护航

技术水平是油田技术服务公司的生命线，仁智油服一直将技术视为公司赖以生存的基础。目前，仁智油服在钻井液技术服务、钻井液材料、油田环保技术服务、防腐工程技术服务领域均形成了能够有效提升公司技术服务水平的特色技术群。

钻井液技术服务领域，仁智油服形成了包括储层保护技术、井壁稳定技术、防漏堵漏技术、高压天然气井高温高密度技术、大斜度定向井及水平井钻井液技术等在内的特色技术群。依托技术优势，仁智油服在西南地区先后多次创造了钻井液技术服务纪录，如中国石化西南油气分公司完钻井深最深，川西地区中深井钻井、深井钻井、二开制中深直井钻井周期最短，川西地区大井眼钻进井深、垂直工艺钻进井段最长、钻井液密度最高等纪录，并多次因钻井液技术服务配合钻井提速、实施储层保护、防漏堵漏效果显著获所服务客户的嘉奖。此外，公司主要服务区域四川盆地的海相地质结构是国内地质结构最为复杂，施工、服务难度最大的地区之一，其能够在服务过程中取得上述业绩也充分体现了仁智油服具有较高的钻井液技术服务水平。

在钻井液材料方面，仁智油服自主研发的油气储层裂缝暂堵剂、钻井液高效堵漏剂、抗高温抗盐钻井液降滤失剂等产品为提高公司钻井液技术水平奠定了坚实的基础。

在油气田环保领域，仁智油服亦形成了包括钻井污水达标处理技术、作业废水达标处理技术、地层水回注处理技术、废钻井液无害化处理技术、集输场站生活污水处理技术、废弃固化物制备烧结砖技术等在内的特色技术，并利用相关技术出色地完成了所服务油田的环保治理工作，促进了油气勘探开发与环境的协调发展。

在防腐工程技术服务领域，仁智油服拥有局部在线腐蚀监测技术、均匀在线腐蚀监测技术等一批特色技术。依托公司的技术优势，仁智油服成功地获得普光气田在线腐蚀监测网络的建设，该网络为亚洲最大、世界第三的监测网络。

自主研发 油服行业领先

仁智油服依托省级技术中心，通过引进、培养相结合的方式积极发展研发队伍，目前，已形成了一支包括3名教授级高工、3名博士、17名研究生在内的专业结构合理、研发经验丰富、梯队建设完善的研发队伍。此外，为增强仁智油服的研发实力与水平，公司已聘请罗平亚、张敬荣等行业知名专家作为技术专家顾问，并与西南石油大学、成都理工大学、四川大学、中国科学院等国内知名高校、研究机构通过多种形式进行联合研发。

仁智油服依托研发团队及公司省级技术中心，先后研发并取得专利证书的发明专利7项，实用新型专利2项；此外，4项发明专利处于申请过程中并已获受理通知书。2009年12月28日，公司被四川省科学技术厅、四川省财政厅、四川省国家税务局、四川省地方税务局联合评定为高新技术企业。

2011年，仁智油田顺利登陆中小板。以本次募投为契机，仁智油服拟进一步改善技术中心软硬件设施，加大人才培养、引进力度，增加研究开发投入，完善技术创新机制，进一步提升技术中心的研发实力，力争将仁智油服的省级技术中心提升为国家级技术研发中心，保持公司在市场竞争中的研发优势。 （静 安）

上市公司

吸油烟机：谁该主宰市场

——访帅康集团总裁邹国营

据不完全统计，目前厨电市场上近吸式吸油烟机已经占据吸油烟机市场总额的36%，而且还有扩大之势。但业内专家称，近吸式吸油烟机有先天性缺陷，因此，发展越快，占比越高，对烟机市场的健康发展就越不利。对此，帅康集团总裁邹国营明确表态，虽然帅康近吸式吸油烟机在市场也有销售，但近吸式吸油烟机不该成为市场的主流产品。

近吸式吸油烟机不是市场主流产品

其实，早在薄型机时代就已经有厨电企业推出近吸式吸油烟机。从结构上来讲，近吸机就是把薄型机竖起来安装在墙上，两者的空气流动模式十分相似，机体四周空气都会直接大量涌入吸烟口，虽然离灶台较近，但吸油烟效果并不好。这是因为近吸式吸油烟机存在先天性缺陷，大家知道近吸式吸油烟机又被称为侧吸式吸油烟机，这就非常形象的表达了其进风方式——从侧面吸除油烟，也就是说，它完全不同于从上方吸除油烟的传统方法，从空气动力学角度来说，这是不合理的。

邹国营细数了近吸式吸油烟机存在的一系列问题：风量小、风压小、易漏烟、噪音大、易漏油，存在安全隐患，以及与整体橱柜难以匹配等。

在邹国营看来，消费者在使用近吸式吸油烟机的过程中，一定会发现很多问题，其结果，必然认为烟机企业是在忽悠消费者，这对烟机行业的健康发展十分不利。

薄型吸油烟机缘何被深型机取代

油烟机在其发展历程中，每一次步入产品发展的主轨道都一波三折，备受争议。深型机取代薄型机、欧式外观匹配“中国芯”的历程，就充满了艰难险阻。邹国营向记者谈起了中国油烟机的发展史。1984年，上海桅灯厂以我国台湾地区生产的吸油烟机为样品，仿制了第一台大陆地区吸油烟机，当时产品厚度25公分。自此，吸油烟机开始进入中国百姓的厨房，吸油烟机行业有了第一次大飞跃。尤其是到了90年代初期，为了追求外形的美观，吸引消费者眼球，降低成本，薄型机越做越薄，从最初的25cm做到后来只有12cm。薄型机的问题越来越严重，以至于很多地区开始大面积使用无烟灶台取代吸油烟机，烟机行业遭遇了严重的挫折。直到1993年，帅康率先研发了中国第一台深型吸油烟机，一举扭转了行业错误的技术路线，让消费者恢复了使用吸油烟机的信心。

当时，帅康烟机的生产、销售全靠贷款和民间融资，压力极大。面对深型机销售不畅的局面，企业内部很多人强烈主张上薄型机，先生存，后发展。就连帅康的销售人员也极力反对上深型机，理由是薄型机市场发展成熟，消费者已经接受了薄型机的概念，如果一味地推出深型机，就会大块地丢失已有市场。这些观点一律遭到了邹国营的否定。当时他坚定地认为，帅康如果不推深型机，就失去了存在的价值。这时，帅康的内部人员又提出了折中的中间路线：两条腿走路，既推深型机，也推薄型机，这个观点马上得到了绝大多数人的高度认同。

即使如此，但邹国营依然力排众议，坚决不上薄型机。

吸油烟机市场竞争亟待理性回归

面对日益激烈的市场竞争，作为具有社会责任感的企业不能一味地以暂时获取利益为导向，误导消费者，而是应该正确引导消费需求，从而推动整个厨电行业积极健康地发展。

只追求眼前利益而忽略消费者真正需求的企业，影响力越大，给行业带来的灾难也越深重，最后，也会引火自焚。因此，越是品牌企业，越要自律，让竞争回归理性。

据盈联市场研究机构的一份统计数据显示：消费者购买吸油烟机的最主要的因素是吸油烟效果。所以进一步提高吸力，提高排烟效果仍是吸油烟机行业技术发展的方向。

“正确认知近吸式吸油烟机，从提高吸油烟效果入手，坚持吸油烟机研发的正确方向，就能促进行业持续、健康、快速地发展。”邹国营说，消费者使用和购买吸油烟机，不可能都是行业专家，但哪款机型好，还是要依靠专业人士，因为实践是检验真理的唯一标准。

（静 安）

中小企业借力搜索引擎创新营销模式

■ 本报记者 李红阳

近来，温州中小企业主因资金链断裂引发的“跑路”及“跳楼”事件频频发生，针对此事件，国务院出台了系列政策措施，从信贷和税收两个层面帮扶中小企业渡过寒冬。除了政府的帮扶，中小企业自身又该如何寻求发展生机，摆脱困境呢？

业内人士指出，中小企业需加大转型升级力度，调整产业结构，提升整体竞争力，因此有效的营销方式显得尤为重要。

数据统计，今年上半年，中国网络广告行业市场总规模已经达到235亿元。同时，中国搜索引擎运营商市场规模为75.7亿元，增速最为明显。毋庸置疑，搜索引擎营销已越来越受到企业主们的青睐。

低成本营销是中小企业的生存之道，而搜索引擎独特的推广模式、多元化的营销产品、较高的投入回报比越来越符合中小企业的共性需求。

企业转型需要创新业务模式

数据统计，我国中小企业规模已经达到4000多万家，创造了GDP价值总量60%左右的产品和服务。目前，中小企业正处于“着力培育发展与加快转型升级”的关键时期，随着政府不断加大对中小企业的扶持力度，中小企业结构调整和转型升级的意愿也日益增强，借助信息技术升级、创新业务模式和加大市场营销的力度成为企业获得商机的重要利器。

CNZZ（中文互联网数据统计分析服务提供商）数据显示：百度市场份额依然称霸，搜狗市场份额已跃居第二，谷歌位列第三。近年来，搜索引擎市场可谓群雄逐鹿，搜狗快速增长的趋势，更让搜狗的推广性价比稳步提升。

搜索引擎为企业打造个性化应用平台

随着互联网的日益成熟，资讯信息内容日益纷繁庞杂，如何让用户信息和企业需求达到完美契合，成为众多搜索引擎企业发力的重点，而能否敏锐、高效地响应客户需求更成为当下搜索引擎助推市场走强的关键。

搜狗相关负责人表示，搜狗在深入洞察客户需求的基础上，2011年年底搜狗搜索引擎依托雄厚的技术实力，将完成一次系统化的升级，从商业平台到运行机制全面升级，打造全新的搜狗竞价商业产品体系。据悉，截至目前，企业在搜狗推广投放力度日益增大，投放的关键词、推广创意越来越多。如今，94.8%的中小企业配备了电脑，92.7%的中国中小企业接入了互联网，更有50%的企业表示希望可以通过搜索引擎开展更精准、更高效的营销推广。

业内专家表示，随着搜索营销产品的持续创新，将会受到更多企业的认同。高效、便捷、个性化的应用平台将为企业带去更多的商机，有效提升企业产品销量，赢得现金流。

欢迎订阅2012年度《中国特产报》

《中国特产报》是中国唯一特产业综合性报纸，江泽民题写报名。
办报宗旨：发展特色经济 繁荣特产文化

- 宣传特色产业方针政策
- 传播特色产业最新信息
- 关注特色产业热门话题
- 报道特色产业经典实例
- 展示特色产业丰硕成果
- 弘扬特色产业璀璨文化

《中国特产报》国内外公开发行，周刊，每期20版
各地邮局均可订阅，也可直接向报社发行部订阅
国内邮发代号：1—186
国外邮发代号：4512—W 全年定价：180元/份
地 址：北京市朝阳区安慧里四区16号
电 话：010-84885235/5129 传 真：84885051
邮 箱：techanbao6688@163.com 邮 编：100723

中国冶金报 CHINA METALLURGICAL NEWS
始创于1956年 中国钢铁工业协会主办
面向国内外公开发行的经济类行业商报
中国冶金行业影响力强、涵盖面广的权威媒体
报道遍及钢铁、矿山、耐火、铁合金、机械、建筑、汽车、家电、造船、勘察、设计、国内外钢材市场、外企……除正刊外，还特别推出9个导刊：
《国内钢铁》、《装备技术》、《原燃辅料》、《耐火材料》、《钢市流通》、《国际钢铁》、《信息制品》、《冶建钢构》、《国内钢管》
围绕国内钢铁生产、冶建钢构、金属制品（含钢管）、钢材流通等领域搭建信息、展示平台。针对钢铁企业技术装备的升级改造，为冶金技术装备的供需双方提供全方位服务。围绕钢铁生产的上游产品（煤、电、油、铁矿、焦炭、铁合金等）提供产供销的信息展示平台。围绕国际冶金市场、国内外信息自动化及院校培训等领域，提供最新、最快的信息及交流、展示服务。
2012年报纸开始订阅 全国各地邮局均可办理 全年定价：163.92元 邮发代号：1-32
订报热线：010-64441858
新闻热线：010-64441850
广告热线：64442124（国内钢铁） 64441852（装备技术） 64442123（原燃辅料） 64441852（耐火材料） 64453751（钢市流通） 64415813（国际钢铁） 64415817（信息制品） 64442119（冶建钢构） 64441860（院校培训）