

产业资讯

永业生命素-科技大篷车走进河北临漳县

本报讯 10月底,“永业生命素—2011科技大篷车·农业专家田间行动”暨永业临漳科技致富带头人评选活动,在邯郸临漳县隆重举行。在本次活动中,河北首席小麦专家、石家庄农科院院长郭进考为当地农民朋友普及了冬小麦管理的关键知识,科技示范户代表们也分享了他们的成功种植经验。

据了解,2011科技大篷车·农业专家田间行动,是由农业部科教司指导、中央电视台农业节目《科技苑》栏目承办、永业公司独家支持的年度大型科技推广活动。活动从今年春耕开始,先后组织农业科技专家、农业大学生深入到重点农业省份传播科学种植技术助农扶农,此次邯郸站是大篷车活动的第八站。

临漳县副县长李志芬对永业公司在临漳县的服务推广给予肯定。她说,从永业生命素产品及服务推广以来,通过科技示范样板田与贴身服务农户的科技服务站,为临漳农业科技服务体系建设注入了新的活力,也推动全县粮食生产水平再上新的台阶。

据悉,永业生命素在临漳县一年的推广过程中,已建立了多个示范村、示范园,示范户,根据当地大量的种植实践证明,喷施过永业生命素的小麦、玉米等作物可增产10%以上。目前,永业已在遍布全国的乡镇、村庄建立了28000多家永业科技服务站,致力于打通科技下乡的“最后一公里”。

(张迪)

江淮和悦销量同比激增35%

本报讯 来自江淮乘用车最新销售数据显示,江淮乘用车旗下“五星家轿”和悦逆势上扬,销量增长强劲。1-10月销售达到68856辆,同比增长35%。

江淮和悦作为江淮乘用车的战略车型,在自主品牌车型中表现突出。大气而时尚的外观、节能环保的动力性能,舒适宽敞的空间、关怀备至的安全为江淮和悦赢得了众多消费者的青睐。

江淮乘用车营销公司总经理王朝云表示:“江淮打破常规,以实质性的举动逐步推动品质建设,同时,品质三部曲的开展,不仅有效提升了江淮的口碑,树立了汽车行业的品质新标杆,更重要的是消除了消费者对自主品牌的固有认知,真正实现了自主品牌向国际品牌的跨越。”

(周黎)

街库网火爆上线

本报讯 日前,国内首个基于手机二维码支付应用的O2O(Online to Offline,简称O2O)模式网站——街库网在广州长隆酒店正式上线。

据介绍,街库网是一个全新的O2O商务社区化综合平台。主要以会员线上订单支付,线下实体店体验消费,并依托二维码识别技术应用于所有地面联盟商家,锁定消费终端,打通消费通路。并结合线上对商家的精准营销,以及会员的积分换购、分享点评和制约选择的互动,创建一个庞大的异业联盟循环消费体系和资源整合、利益共享平台。

街库网CEO潘求辉表示,基于移动互联网兴起及二维码技术应用,采用崭新O2O模式的街库网,开创了互联网新商业模式,将引领电商进入3.0时代。潘求辉说:“在电商3.0时代,电商的应用集有效分众、精确投放、创意互动等优点于一身,把线下商机与互联网结合在了一起,让互联网成为线下交易的前台。”

据潘求辉预计,到今年下半年,街库可实现广州拓展联盟商家5000个,实现注册用户100万。到2013年,街库网可实现30-50个城市的全国覆盖,拥有10万-20万的联盟商家,注册用户2000万,按平均每人年消费2000元计算,保守也可实现年消费额400亿元,拥有无限巨大的发展前景。

(周黎)

■ 本报记者 周明喜

继去年以10.32万辆拿下年度销量总冠军后,长城汽车风骏皮卡再传捷报:今年前10月,风骏销量成功突破10万辆,继续稳居皮卡行业销量第一。多年来,长城风骏在皮卡市场精耕细作,其品质技术、服务一路领先,不仅是皮卡行业的“翘楚”,更凭借实力成为汽车界为数不多的畅销车型。

在国内,皮卡的特殊待遇让中国皮卡制造商更早的懂得中国消费者需求,使得皮卡市场上,出现了与乘用车领域完全不同的竞争状况:中国自主品牌占主导地位。长城汽车就是最早开始从事皮卡生产的厂家之一,自1996年第一辆皮卡下线以来,已经有15年的生产历史。长城风骏皮卡逐渐了解并充分把握了顾客对皮卡耐用、省油等性能的需求,不断丰富产品线,加大技术革新,采

日前,随着在南京依维柯销售公司销售管理部王军部长轻轻转动钥匙,主题为“科技价值 睿领未来”的新宝迪上市暨“新宝迪感悟商迹之旅”活动在南京同步开启。据悉,南京也是新宝迪发布的首站,其后还将在北京、上海、重庆、广州、济南、石家庄、杭州、西安、成都、大连等市,展开大型活动。

据了解,新宝迪以其非承载式车身,搭载全新一代的F1C柴油发动机,功率从原有的92Kw增加至107Kw,最大扭矩也从原有的285Nm提升到327Nm。装配空气悬架的宝迪车型,其舒适性更加优越,能有效的应对各种路况。

用先进的配套工艺,打造了具有可靠耐用省油口碑的风骏品牌。秉承着以“顾客为核心”的造车理念,风骏皮卡以13年蝉联冠军的荣誉品质成为皮卡细分市场的“常青树”。

数据统计,2011年,无论是累计还是月均市场占有率,风骏皮卡均占到了皮卡行业总销量1/3。换言之,仅长城风骏一个品牌就为整个皮卡市场了贡献着30%的销量。这对一个自主品牌来说,既是荣幸也是挑战。

作为行业的领导者,能力越大,责任也就越重,风骏皮卡享受着销量冠军光环的同时,也担负着整个行业技术工艺、品质服务等方面的提升与创新。目前,在核心部件——动力方面,风骏皮卡已经成功搭载了最先进的德国博世电控高压共轨柴油发动机,该发动机也被业界誉为“智能节油王”,由德国博世电子油门精准控制每一滴燃油,节油效率大大提升。不仅如此,长期

剑指轻客高端 依维柯新宝迪正式上市

NVH静音科技的成功植入成为新宝迪的一大亮点。NVH是指Noise(噪声)、Vibration(振动)和Harshness(声振粗糙度)三项标准,用于评价汽车的舒适度。通过对宝迪车系的车身、轮胎,总体动平衡等进行技术的综合运用、调整和改进,提高车辆的舒适度和稳定各项静音措施,并加强整车密封工艺。NVH技术的运用大大提高了车内静音效果。无疑为行车带来更多的安静和舒适。

随着人们对更多功能及可靠性需求持续增长,汽车电子种类和复杂性也迅速增加,一定程度上给车辆驾乘带来不便。新宝迪基于人性化需求,采用智能化

的精准调校,也使得风骏皮卡各个传动系统配合默契,减少了部件的磨损与燃油消耗。凭借该项实力,风骏皮卡曾在全国城市汽车节油极限挑战赛(海南站)中创下百公里2.56升的行业最低油耗,树立了行业节油标杆。

目前,随着销量的提升,风骏皮卡的市场保有量不断增加,独有的售后服务,成为继品质技术外成就风骏皮卡销量传奇的又一个重要因素。近两年,长城汽车开创了皮卡界独有的“快递”式便捷服务模式。对边远地区、特殊客户等车辆进行免费上门检测服务,把五星级售后服务快速主动地送到用户身边。

分析人士指出,皮卡市场竞争虽然很激烈,但长城风骏皮卡坚持在这一细分市场精耕细作,厚积薄发,在未来的皮卡市场



上,其领导者的地位不仅不容撼动,反而会越来越稳固。

另据悉,风骏皮卡正在全国掀起新一轮的秋冬季“惠”演,购车最高优惠可达6000元,该举措将进一步提升风骏皮卡市场销量,对于冲刺年底销量冠军很有裨益。

产业亮点

BCM——车身控制模块,对车内外灯光、中控门锁、车窗、雨刮等常用功能零部件进行管理和控制,从而方便了驾乘,令驾驶者对车辆功能了如指掌、操控自如。此外,前独立悬挂双摆臂扭杆弹簧系统和Hotchkiss后悬挂系统的配置,也进一步提升了整车的操控性。值得一提的是,新宝迪秉持商旅用车理念,将通常多配备于中高档轿车上的集成式巡航系统作为标配,既缓解驾乘疲劳又节省燃料。

新宝迪装备了超越同级车的高端人性化安全配置,为商务接待用车的安全树立了全新标准。独有的3C复合防撞车身、经典的短头造型及坚固的底盘系统,构成了

值得信赖的行车安全组合。高效灵敏的四轮碟刹配备了BOSCH最新8.0版ABS系统,让制动更稳健,全面提升了整车的安全性。此外,可选装的安全气囊,更是将安全的把控力做到了万无一失,从而为驾乘者打造出360°的安全保障。

南京依维柯全新高端商旅车新宝迪已经正式上市。这款同步欧洲技术标准,领衔行业的高端旗舰车型,以其高效的平顺性、先进的静音性、舒适的操控性及极致的安全性,进一步提升了依维柯的品牌形象及竞争力。同时,也进一步稳固了依维柯在国内轻型商用车的领航者地位。

(冉荷)

第四届中国国际卡车节油大赛颁奖典礼在京举行

11月7日,由《商用汽车新闻》主办、中国定远汽车试验场和中国汽车技术研究中心汽车试验研究所协办的第四届中国国际卡车节油大赛颁奖典礼在北京隆重举行。经过近两周时间的激烈角逐,参加本届卡车节油大赛的12家

卡车企业各有斩获,分获不同组别的节油冠军。据介绍,第四届中国国际卡车节油大赛旨在为卡车企业提供一个权威平台进行油耗比拼,通过竞赛来提升企业的技术水平,进而为中国汽车工业的节能减排事

品友互动发布优驰™人群智能广告投放平台

据了解,这是由品友互动CTO沈学华博士带领技术团队自主研发出的,国内第一个基于海量数据的智能投放平台,借助机器学习和技术平台来实现最先进的广告投放。

OPTIMUS优驰™平台的诞生将颠覆传统的以天为主的投放方式。它关注的是“人”实现了实时与消费者互动的先进

传播技术,再结合数字媒体(无论手机还是电脑)一人一“屏”的特点,就能够实现最理想的差异化营销模式,将互联网及手机真正打造成“个众媒体”。

品友现在是国内最大的人群定向广告投放技术平台,服务了超过200多家品牌客户,客户涵盖电子商务、快销品,金融,汽车等;并且在电商市场中,占有30%以上的

市场份额。品友互动今年完成A轮融资,融资额达千万美金,募集到的资金将用于公司核心产品OPTIMUS优驰™系统的完善,云计算平台搭建、销售和市场推广,将全面打造中国最有效的数字广告技术平台。

(周黎)

贵金属纪念章市场“龙腾盛世”



辛卯飞逝,壬辰将至,2012年将是中国特有的生肖龙年。提前反应向来是收藏品领域的一贯作风,于是不少收藏者和钱币经销商都已将目光转向了“龙年概念”。日前,为满足国内钱币爱好者的收藏需求,中国金币总公司发行了“龙年生肖纪念章”。据悉,新推出的“龙年生肖纪念章”项目,是中国金币总公司继虎年生肖喜金喜银章、兔年生肖纪念章之后的第三度发力,该项目由北京开元中国金币经销中心总经销,深圳国宝造币有限公司、上海造币有限公司铸造。

从虎章、兔章到龙章的价值飞跃

据市场相关专家评介,市场对中国金

币品牌下的“龙年生肖纪念章”面市充满信心。他介绍说,本次发行的纪念章共计22个品种,其中金章9种,银章10种、铂金章3种。形制分为喜字形、圆形,采用99.99%纯金、99.9%纯银、99.9%铂金打造而成,均限量发行。全套产品质量工艺技术标准按照金银币标准执行,采用了镜面、喷砂、彩色移印等造币工艺,镜面平整、雕刻精美、图案清晰,内容丰富细腻。

值得一提的是,由北京开元中国金币经销中心总经销的“龙年生肖纪念章”不仅采用高纯度金、银、铂铸造,其图案设计也代表了国内的最高水平,尤其是形制上的创新更彰显了其吉祥如意。“龙年生肖纪念章”通过“喜”字的外形,将中国特有的喜文化与生肖文化相结合,寓意在龙年将“喜悦”与“喜事”通过共同分享、相互传递的方式,达到“喜传天下”的目的。对此,业内专家表示,喜字在我国节日中应用最为广泛,诸多成语以喜为题,表达祝福和愉快心情。“开门见喜迎新春,喜上眉梢好运来”。喜金喜银章礼含喜临门之

意,寓意喜从天降。纪念章集喜庆、祝福之意,是礼尚往来的诚心之品。

因此,有收藏界权威人士戏称,这套“龙年生肖纪念章”是从虎章、兔章到龙章的价值飞跃,将在收藏界掀起“龙腾盛世”的大观。

谁主贵金属纪念币章的未来?

“如果说去年金银币章的收藏投资形势很好,那么今年的形势比去年更好!”金银币收藏家葛祖康在他的一篇博文开头如是说,“中国30多年改革开放积聚起来的财富,需要一个稳定的收藏投资品种,事实证明,去年投资中国现代金银币章中的老、精、稀品种,收益普遍高达2至3倍,所以收藏投资贵金属金银币章是一个风险较小,收益较大,有稳定收益的较好投资品种。”

葛祖康分析认为,去年中国贵金属币收藏投资的大好形势,是在盛世收藏的大环境主导下,贵金属币有限的资源和不断扩大需求的影响下,收藏投资者和社会上有识之士的积极参与下,导致了市场价格不断刷新,有很多品种都创了历史价格新高。而贵金属币的快速增值也带动了贵金属纪念章的价值回归,迅速扩大了贵金属纪念章在社会和收藏界的影响,使很多

人了解了贵金属纪念章的文化性、艺术性和收藏投资的价值。

然而,面对金银章收藏投资乱象丛生、鱼目混珠的市场现状,投资者还需要一双慧眼来仔细甄别。拒绝假货的有效办法就是,看它的发行权威性、数量的稀缺性、材质的稀有性、高度的艺术性、文化的广泛性和民众的亲和性,这些都决定了它是否具备真正的投资收藏价值。

据北京开元中国金币经销中心负责人介绍,“龙年生肖纪念章”由中国人民银行直属中国金币总公司发行,其产品不仅有着严格的发行量限制,国家造币厂的工艺保证,而且艺术收藏价值极高,是中国金币品牌下重要的收藏和投资品种。

据介绍,“龙年生肖纪念章”产品采用了个性化、礼品化的包装,采用多种形式相结合的精致包装,其中喜金章包装采用抽拉式胶盒,小巧精致,部分金、银章采用了实木包装盒,造型庄重典雅;套装品种采用了实木彩印的展示板,在现代文化气息中透露出浓浓的喜庆气氛。

(邵方超)

产业平台