

产业资讯

2011-2012 搜狐汽车年度大选隆重揭晓

本报讯 近日,由搜狐汽车特别推出的“2011-2012搜狐汽车年度大选”在金茂北京威斯汀大饭店隆重举行。其中,一汽大众新迈腾摘得年度满意度总冠军,最佳公众形象汽车品牌年度大奖花落广汽本田,而最受关注的年度首选新车大奖由北京现代第八代索纳塔荣获。

据了解,本次年度大选所有奖项的评选结果均由网友投票、专家评审和搜狐汽车车型数据库日常监测数据加权统计产生,共收到网友有效选票269万张,决出三大类48个奖项。

本着充分尊重网友与车主话语权的原则,凭借庞大的参与人群、全面的数据库支持和及时的信息反馈,搜狐汽车年度大选已成为中国最权威、最具影响力的汽车大选,成为每年度汽车业界的一项传统盛事。

中国贸促会汽车行业委员会会长王侠、搜狐公司联席总裁兼首席运营官王昕、搜狐汽车事业部总经理、搜狐网副总编何毅亲临现场并颁奖。

(明 喜)

永业生命素系列产品荣获杨凌农高会“后稷特别奖”

本报讯 日前,在第十八届中国(杨凌)农业高新科技成果博览会上,由永业公司研发的“永业植物生命素”、“永业动物生命素”、“乌金膏”、“强根宝”、“种宝生”五项产品荣获农业高新技术成果“后稷特别奖”,这也是永业公司研发生产的产品第四次获得该奖。

中国杨凌农高会是目前国内规模最大、最具影响力、最受欢迎的农业盛会。本届杨凌农高会以“创新、合作与农业现代化”为主题,围绕现代农业科技创新、科技推广服务、产业化示范、国际农业科技合作等内容,全面打造出国际化展示交易平台。“后稷特别奖”是杨凌农高会为奖励农业高新技术的新成果、新产品而设置的最高奖项,在农业科技项目中享有盛誉。

据了解,永业公司一直以农民需求作为科研指南针,其研发产品旨在帮助农民解决生产实际问题,今年荣获“后稷特别奖”的“乌金膏”,是通过农作物的追肥需求和农民的追肥习惯分析,借助永业公司在腐植酸的提取、活化、螯合等方面的技术优势,以“腐植酸控释型有机无机复混追肥”为产品设计理念,研发成功的新型生态活性膏状液肥;同样荣获“后稷特别奖”的“种宝生”、“强根宝”两款新产品,则是永业公司帮助农户解决种子处理与根处理关键时候的植株营养与防治病害问题的专项产品,在本届农高会上备受青睐。

(张 迪)

2011 全国超级卡车大赛年度总决赛收兵

本报讯 2011年12月25日,陕汽杯2011年全国超级卡车大赛重庆奉节天坑·地缝总决赛收官之战完美落幕。远成物流车队荣获年度总冠军,并获10万元“黄金大奖”。零公里润滑油车队和汽车观察杂志车队分获亚军和季军。

为了体现奉节独特的地貌,给比赛增添新的挑战,此次赛场特意选在海拔1900米高的“天坑·地缝”景区。因天坑地缝独特的山形地貌,加之三峡腹地时在隆冬季节突变的雨雪天气,此次赛道修建堪称卡车大赛历史上的挑战之最、难度之最。比赛当天,正值南方冷冻天气,赛场气温降到零下10度左右。此次高寒、高海拔、高负荷的比赛,不仅对争夺10万元大奖的40多名选手是个严峻的挑战,也让赛事组织者首次面临不少难题,比如为了应对低温环境,整个重庆市买不到0号以下的柴油,组委会不得不从千里之外的西安用油罐车运来-10号柴油用于比赛。

寒冷的天气,会降低燃油和润滑油的流动性,对赛车的低温启动和润滑性能提出严峻的挑战,而高海拔导致的氧气稀薄,则会影响燃油的燃烧效率。选手们驾驶的陕汽德龙F3000重卡搭载的潍柴500马力的发动机、法士特6挡变速箱、汉德加强车桥、零公里公司提供的钢铁侠赛车专用润滑油和固铂越野专用轮胎等超强配置,在本次比赛中展现出卓越的动力性、低温启动性能和在湿滑冰雪赛道上良好的操控稳定性,让这场险象环生的比赛最终有惊无险。

经过激烈角逐后,最终远成物流车队荣获年度总冠军封号,夺得10万元“黄金大奖”。

(周明喜)

收官2011 国内乘用车市场盘点

■ 本报记者 周明喜

转眼间,2011年的车市又在喧闹、忙碌中过去了。回顾2011年的中国车市,可谓风云变幻,起伏之大,变化之巨,让人颇有些应接不暇。2011年3月的地震重创日本车企、一系列刺激政策的退市和限购令的出台使得车市增长迅速回落,增速从去年的30%急剧下降至10%以内,虽然整体车市的“急刹车”已成定局,但车市仍然不乏增长点,中高级车、SUV、新能源车等领域都有新的亮点出现,正所谓几家欢乐几家愁,笑声与泪水齐飞,惊喜与失落同在。

新能源车“引擎”启动

随着《节能与新能源汽车产业规划》完成,国家对新能源发展的态度更加鲜明,不

摇号、不限行、未来10年投入1000亿元人民币用于核心技术研究以及完善配套设施的规划等,都将为新能源车带来更多的市场机会。在利好政策和市场前景的吸引下,目前,中国至少有55家企业进入发展新能源车的行列,陆续推出了各种新能源车型,包括2011年已上市的比亚迪E6、北汽C30等纯电动车以及荣威550插电式混合、雷克萨斯RX400h油电式混合等车型。预计未来更多车型的加入将让这一领域竞争更加激烈。

2011年广州车展也展出了54台新能源车,其中北京现代推出的“首望”尤为引人注目。因为,它不仅是北京现代首次发布的自主品牌产品,同时也是一款纯电动车,按照规划,“首望”将以新能源为方向,陆续推出电动车和混合动力车型,最后再推出传统车

型。此外,本届广州车展上,北京现代还展出了第八代索纳塔的混合动力车型。

中高级车上演“肉搏战” 韩系崛起改写格局

伴随着2011年12月第七代凯美瑞的正式上市,2011年中高级车市的新车登场算是写下了收尾的一笔。称2011年为中国车市的“中高级车年”并不夸张,屈指算算,起亚K5、第八代索纳塔、新帕萨特、标致508、新迈腾、新蒙迪欧致胜、第七代凯美瑞……好像从来没有哪一年,像今年这样,这么多的全新中高级车型(非小改款车型)密集上市,中高级车市一反常态,急剧升温,竞争日趋白热化。

而诸多新车型中,第八代索纳塔则以高曝光率和独特的设计博取眼球,再打出

风骏皮卡再次问鼎年度销量冠军

强动力、耐久力和承载力著称,成为皮卡市场的佼佼者,并成功出口意大利、澳大利亚等100多个国家。

风骏大双使用德国博世电控高压共轨柴油发动机,采用电子直喷技术,匹配博世共轨系统,体现了欧美最新科技柴油技术,高扭矩低转速,在广大的转速空间可以持续输出最大300牛米的扭矩,加上良好的加速性,是传统柴油机技术无法企及的,也是目前国际主流的柴油技术,以动力强劲著称。

此外,由于比传统增压柴油机燃烧效率提高8%,百公里油耗降低10%以上,与汽油

机相比降低30%—40%,此款柴油动力还被誉为“智能节油王”,在中汽联主办、CCTV-5协办的全国城市汽车节油极限挑战赛的比赛中,风骏皮卡以5.88升油完成了从海口到三亚穿越之旅,百公里油耗仅2.56升,再次验证了“智能节油王”科技节油的魅力。

而对于柴油车噪音大的说法,风骏皮卡也进行了技术攻坚:发动机比传统增压柴油机降低16%以上,车内更安静,并通过国际领先的NVH试验室,对整车的噪声、震动、声振粗糙度进行有效控制,全面降低整车噪音,在技术的保障下,风骏皮卡

百亿立白成就“浓缩之王”

立白集团从各个环节充分考虑环境保护的目标和要求,不仅引进最先进的设备,采用最先进的工艺,而且从设计源头到生产流程及至最终的废物处理都强调降低污染。立白集团不仅是国内日化行业的领军企业,而且曾因其环保业绩突出还荣获了“中国环境标志优秀奖”等奖项。

据了解,立白生产基地极为重视环境保护,如番禺立白生产基地就极为重视噪音、废气和污水的处理。该基地拥有经过静音处理后的生产装置,仅仅发出不超过12分贝的声响,远远低于国家标准的要求;这里还拥有日化行业内最先进的烟雾处理装置和粉尘处理装置,生产过程中产生的二氧化硫和硝酸能完全被其吸收,整个厂区处于无烟尘状况。

此外,该基地花费巨资建设了行业内最先进的污水处理站,应用了国际上最先进的化学试剂方法和生物活水方

法,这个庞大的“净水器”建成投入使用后,每年可处理各种污水达96000吨,处理过的污水已变成清澈见底、无任何异味的“中水”,甚至可以养金鱼。目前,立白番禺生产基地污水处理项目已经通过了国家环境标志认证体系的审核,是广东省的环境保护模范示范工程。

许晓东表示,立白集团向来重视环境保护,而由于技术的先进,立白去渍霸浓缩系列的去污性能更强,也更加节水环

生活家地板创造市场 破解内需难题



■ 本报记者 杨传中

从1999年有人喊出“花钱就是爱国”的口号,到2011年中央经济工作会议把扩大内需作为战略基点,10多年过去了,扩大内需依然是困扰我国经济发展的难题之一。然而,就在2011年国内建材市场全面萎缩的大背景下,生活家地板却通过新产品开发和营销创新,创造了全年销量较上年增长15%的良好业绩,为国内企业开拓内需市场提供了启示。

新概念团购

2011年,就在团购行业和地板行业都经营“惨淡”的外部环境下,生活家独创的“新概念团购”却出现人财两旺的好势头——既赚足了人气,又增加了销量。

生活家地板企划中心负责人解释说,和其他产品相比,地板的质量通常只有在铺装以后才能体现出来,等到消费者发现产品和自己的心理需求有差异的时候,事实已经很难改变。“新概念团购”的核心是要让消费者在购买决策之前就直观地了解到地板产品的质量和性能,保证消费者买到真正称心如意的产品。

M2C——“生产线团购”和W2C——“库房团购”都是生活家地板“新概念团购”的重要载体和形式。生活家利用其独特的生产工艺和生产场景资源,通过组织消费者参观生产线和库房,让其对生活家的工艺、产品和环保有最直观的了解。

2011年11月6日举行的辽宁生活家仓储中心团购是W2C的经典案例。团购当天,位于沈阳的生活家仓储中心共接待

来自辽宁全省39个地区的5000多名顾客,全天两场活动签单总量超过10万平方米。

装到头顶上的“地板”

通过创造需求,生活家的产品已经打破了传统地板产品的边界,进入了原本不属于瓷砖、石材等其他地面材料的领地,并且已经生产出可以装在墙上甚至是天花板上的“地板”。

对于扩大内需,生活家集团CEO刘硕真认为,中国有着广阔市场空间,缺少的从来不是需求,而是企业满足消费者需求的意识和能力。和苹果公司的乔布斯一样,刘硕真最让人感到惊奇的就是他那种不用进行市场调查,也能够领悟消费者心理需求的市场意识。

在材料和工艺的突破方面,生活家·CASA地板的石塑系列是一个代表作。产品主要原料是天然石粉和烯基树脂,表面采用高分子透明耐磨层,生产过程有108道工序,每平方米自重3kg,不到普通地材的10%,在楼体承重和空间节约方面有着无可比拟的优势。同时,其材料还可再生利用,目前已经通过ISO9000、ISO14001国际质量与绿色环保双认证。

世界的生活家

尽管生活家从一开始就是一个出口导向的企业,但真正走向国际化还始于2008年与马来西亚三林环球集团的合作。刘硕真说,与三林合作,让生活家拥有了国际化的资本、国际化的资源、国际化的视野、国

“技术牌”——超强动力及丰富高科技配置以吸引技术控,上市两个月之后又推出了业界首家“5年10万公里整车保修”,超长保修期受到消费者广泛欢迎。

基于第八代索纳塔对北京现代本身以及中国汽车市场格局的重大影响,众多媒体也将“年度车型”奖项给予了第八代索纳塔。其中,有在北美和国内都非常权威且极具影响力的《汽车族》2012年度中国“COTY”(中国年度车型),以及中国主流媒体汽车联盟(由22个重点城市22家主流媒体组成)2011中国汽车总评榜“年度风云汽车”。

产业亮点

被业界誉为“静音之王”。

通过尖端的柴油技术,风骏皮卡实现了动力与节油、降噪的完美结合;而通过加长的货箱,风骏实现了皮卡的强大承载力,完美地诠释了其“创富伙伴”的角色。风骏大双货厢长1.68米,宽1.46米,深48厘米,货厢容积高达1177升,全面提升用户在实际使用中的载货量,有效提高实用性,是皮卡市场中的大双之最。风骏大双也由于“货厢最长、厢深最高、容积最大”而被业界称为“中国皮卡大双之最”和“中国最实用皮卡”。

(周明喜)



保,科技的立白带来绿色立白、责任立白。跨越了百亿门槛的立白集团也将为消费者提供更加高效、放心的日化产品。

(周 黎)

产业平台