

转型升级：福田汽车进入2.0时代

■ 本报记者 梦 杨

今年,我国商用车市场延续了2011年需求低迷的态势。福田汽车却走出一条与众不同的发展道路。今年一季度,福田汽车销售汽车176,404辆,市场竞争力大幅提升,重新赢回商用车销量第一名。更重要的是,福田汽车的盈利能力进一步增强。4月27日,福田汽车公布了2012年第一季度报,营业总收入135.36亿元,净利润达到14.21亿元,同比增长225.61%,增幅居商用车上市公司首位。

福田汽车能取得这些成绩,得益于产品的转型升级。转型首先体现在产品上——从经济型产品向附加值更高的中高端产品升级。以轻卡为例,福田汽车在2005年年底就推出中高端轻卡奥铃系列产品,在2006年又推出高端轻卡欧马可,目前奥铃和欧马可在福田汽车轻卡产品中所占的比例逐年上升,成长空间和发展潜



博通和腾达联手推出新产品

本报讯 日前,Broadcom(博通)公司和吉祥腾达科技有限公司在北京宣布,向中国日益增长的零售市场推出9款新的无线互连产品。其中包括5款双频路由器,可以使消费者在家中或办公室中能经济实惠且无缝地连接互联网;还有3款单频路由器和一款可以使用户在路由器的无线信号无法到达的地方也能连接家庭网络的Wi-Fi Home Plug AV(PLC)扩展器。两公司还宣布,扩展双方的合作关系,以将802.11ac/5G Wi-Fi新产品推向中国市场,以满足中国市场对更快、更可靠的Wi-Fi技术日益增长的需求。(刘 敏)

“中国食品健康七星奖”启动

本报讯 日前,第二届“中国食品健康七星奖”启动仪式暨七星公约联盟成立仪式在北京举行。

2011年,第一财经联合艺康集团,共同推出了首届“中国食品健康七星奖”。第二届“中国食品健康七星奖”与中国食品科学技术学会(CIFST)深度合作,将通过“2011年食品安全事件解读”等一系列的相关论坛和讲座,开展公众科普教育,共同探究食品安全真相,推动公众对食品安全的信心,促进行业良性发展。活动主办方还共同发起成立了“中国食品健康七星公约联盟”。(王 丽)

第七届中国零售商会将举办

本报讯 5月13日-15日,中国商业联合会和江苏省政府将在江苏省昆山联合主办“2012年(第七届)中国零售商会大会暨展会”。

本届大会集主题演讲、高端对话、专题发布、评比表彰、专业竞赛、展览展示、合作洽谈等活动于一体,主题是“转型·创新——导向可持续的零售发展战略”。大会将发布2011中国零售百强、2011-2012中国零售业人力资源研究报告和2011-2012中国零售业生鲜管理研究报告。中国商业联合会四届三次理事会、第二届海峡两岸服务业论坛和全国商业科技质量大会三项活动将与本届大会同期同地举办。(沈海燕)

中国B2B联盟成立两周年

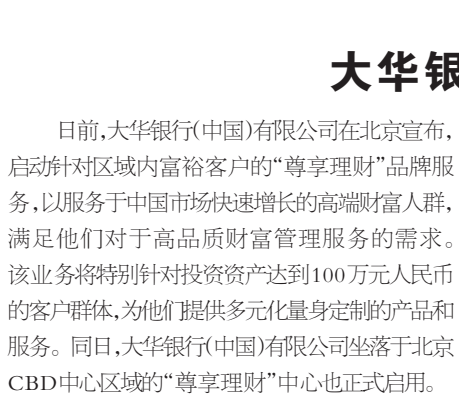
本报讯 日前,由工业和信息化部中小企业发展促进中心和中国电子商务协会主办,中国B2B联盟委员会、北京铭万智达科技有限公司承办、国富泰、中国B2B联盟3000家行业网站共同协办的“联合起来 发展联盟 服务企业——暨中国B2B联盟成立两周年庆典”在北京举办。

铭万公司于2010年成立中国B2B联盟,联盟成员现已突破3000家,覆盖45个主流行业,整合了5万多类产品的产业链信息,已帮助超过25万中小企业选择电子商务来提升企业经营效益。(文 玲)

力巨大。除轻卡外,近年来福田汽车全系列产品的升级速度也明显加快。在大中型客车领域,2011年,福田汽车对欧辉客车进行了多项组织机构和生产线的调整,提高了生产效率和技术工艺。今年一季度,福田欧辉客车销量同比增长31.1%,远超行业增幅。福田汽车在海外市场也捷报频传。今年一季度,福田汽车出口整车9107辆,比去年同期增长31.5%。

福田汽车的转型不但指产品,也包括从国内市场向国际市场的转变。在这个过程中,福田汽车始终坚持“世界品牌、北京创造”的战略目标,利用世界资源打造自主品牌,并利用他们的销售网络向国际市场进军。

今年2月,北京福田戴姆勒汽车有限公司成立。由于向合资公司出让欧曼二工厂、H4卡车技术许可和出租相关设备,福田汽车未来将获得长期稳定的现金流入,这将对公司业绩形成支撑;而且合资公司在全球市



海马汽车携全系车型亮相北京车展

日前,海马汽车以其首款B级概念轿车“曜”领衔,携全系精品车型在北京车展高调亮相。除B级概念轿车“曜”以外,刚上市的新福美来、新福美来VS,以及丘比特2012款和海马骑士2012款,普力马2012款、福美来CTCC赛车、福美来电动车和HM484Q-T(1.8T)发动机等均在本届车展亮相。

本届北京车展,海马汽车最受关注的车型便是全新打造的首款B级概念轿车——“曜”。启用全新的设计语言的“曜”诞生于海马汽车自

Tesco第二届“零售业可持续发展论坛”举办

日前,由全球第三大零售商Tesco主办、商务部流通业发展司支持的第二届“零售业可持续发展论坛”在苏州举行。该论坛是Tesco和商务部携手合作支持中国零售业实现可持续发展的一个直接成果。该论坛以“碳路未来”为主题,旨在为零售企业、供应商、政府部门以及行业协会提供一个交流平台,促进多方携手,共同为对抗气候变化而努力。

新一轮法国葡萄酒宣传展开

近日,由法国农业与海产属赞助的“感受法国浪漫,尽享红酒醇香。”新一轮法国葡萄酒宣传推广活动在中国和日本全面展开。

据悉,此次法国葡萄酒亚洲(中国和日本)推广活动从今年春季开始,活动将持续三年,活动对象既针对葡萄酒业内人士,也包括消费者、记者与博主。在推广葡萄酒的同时,“感受法国浪漫,尽享红酒醇香”活动也希望通过葡萄酒的形象对法国和法国的主要地区进行宣传。该推广活动既围绕葡萄酒,也着力展现法国魅力,如果没有法国梦幻般的魔力,法国葡萄酒将黯然失色。

葡萄酒是法国的象征,它神秘、梦幻,充满魅力。法国和法式生活方式让世界各地的人们心驰神往。与法国美食一样,法国葡萄酒也得益于这种积极的形象,特别是在亚洲地

汉酱：酱香传奇的延续

很多人会有疑问,汉酱酒为什么定了个51°而不是传统茅台酒的53°?汉酱定位高端,可以说是茅台酒家族中最具贵族特质的一款子品牌白酒。用一个较为形象的比方来说,汉酱是类似于西方名庄酒的一款茅台庄园白酒。近年来,中国的饮食文化受西方红葡萄酒、白兰地等逐渐渗透,人们的饮酒习惯呈现更加多元化,随之而来的是饮酒口感上的清新和淡雅。在继承传统酱香的基础上,51°的酱香口感更为清冽醇和。

据贵州茅台酒销售公司负责人介绍,汉酱酒是中国白酒金字塔塔尖的茅台集团在“十二五”期间战略规划实施之力作。汉酱酒作为茅台酒股份公司倾力打造的拳头产品,有着从汉武帝甘美之史话演绎而来的文化渊源,不仅深度地承袭了贵州茅台酒的文化底蕴,而且彰显了贵州茅台酱香鼻祖地位,并在更高的层面显示了融合交汇中华传统汉文化精髓与现代文明的创造力。

以“匠心——酱星”为产品概念的汉酱酒,采用了茅台酒厂除茅台酒之外最好的酱香基

场的拓展,也有利于上市公司的业绩增长。有证券公司估算,福田汽车向合资公司出让的技术及设备产生的收益及许可使用费收入在未来多年将增厚公司业绩共计56.6亿元左右,合每股收益约2.7元。

除了现实的资金收入和市场拓展之外,福田和戴姆勒的合资对于福田汽车未来的发展具有更为长远的战略意义。合资公司成立后,福田汽车有望联合戴姆勒共同进行海外投资,可以规避中国汽车企业在国外设厂时经常遇到的贸易壁垒和障碍,从而能够及时把握有利时机占据海外市场;此外,通过与戴姆勒的合作,福田汽车将有机会消化、吸收和利用戴姆勒公司的先进研发技术、全球运作经验和资源,不仅可以提升福田汽车产品的国际竞争力,而且可以为福田汽车实现全球跨越式发展提升品牌美誉度及营销网络等方面的支持。

转型的含义对于福田汽车来说,远不止

大华银行推出“尊享理财”高端服务品牌

大华银行集团在亚太地区拥有丰富的财富管理经验,特别是在服务高端客户方面,有着多年的专业积累。作为提升对高端客户群体服务质量的重要举措,与北京“尊享理财”中心正式启动的同时,大华银行也面向高端财富人群推出了“尊享对话”礼遇,即高端客户将与大华银行集团首席经济师及投资者关系和研究部主管许洲德等亚洲顶级经济专家进行面对

海马汽车携全系车型亮相北京车展

主研发的B级轿车平台——B11,B级轿车平台是海马向高端发展的基础平台,是实现海马最新科技与设计理念的载体,更是海马品牌向上战略的关键平台。外观设计上,“曜”充分考虑B级轿车消费人群的审美需求,融合最先进的设计理念,充满科技魅力的线条勾勒出整车的动感、时尚韵味。技术应用上,得益于B级轿车平台的科技,“曜”与同级车相比,成熟技术全面施用,创新科技领先导入,强调产品的品质与品味,重视客户驾乘感受,对标德系,超越同级。

Tesco第二届“零售业可持续发展论坛”举办

Tesco全球执行董事露西·娜薇尔-露芙、乐购总裁兼首席执行官施敦庭分别发表了主题演讲,对Tesco在包括中国在内的13个国家市场的减碳战略进行了分享。露西·娜薇尔-露芙女士提出,“Tesco深知自身在对抗气候变化方面的责任,承诺到2050年成为一家零碳排放企业。然而,Tesco并不能仅靠自己就能实现这一目标,这需要各方面的共同努力,这也

新一轮法国葡萄酒宣传展开

区,这里的人们特别推崇传统技艺。在三年的时间中,将为本次宣传活动的目标受众提供法式体验,让他们更好地了解法国葡萄酒。

对于葡萄酒业内人士(进口商、酒务总管、分销商、酒窖管理员、厨师、培训师等),主办方将组织由当地专家教授的葡萄酒知识培训课程。他们还将收到“感受法国浪漫,尽享红酒醇香”推广活动的季度活动简报。

对于消费者,主办方将组织有趣的葡萄酒品尝活动,使他们对法国出产的各种葡萄酒更加熟悉。具体的活动方式包括法国美食烹饪班和在各大购物中心举办的品酒活动。对于记者和博主,将为他们组织别具一格的法国葡萄酒品酒活动,具体包括:法国葡萄酒记者俱乐部、法式午餐、媒体采风等等。

本次“感受法国浪漫,尽享红酒醇香”推

汉酱：酱香传奇的延续

酒,共享茅台酒酿造的技术平台,采用了模块化技术进行勾调,并创新推出51°绵柔酱香,口感更加绵柔,更能适应现代商务消费时尚趋势。

国内知名白酒专家团沈怡方、徐占成、高景炎品评后指出:汉酱酒微黄透明,酱香突出、典雅细腻、回味悠长、舒适柔和。将酒精浓度定位为51°,既考虑到乙醇和水的缔合度,又体现绵柔口感,将传统和时尚有机结合,开创了绵柔酱香新的酱酒流派。

另外,汉酱所传递汉朝中国文化的厚重感,加之国酒茅台的历史渊源,成为一种众望所归的撼世力作。汉酱酒包装集成中国汉代士大夫服饰纹饰、马王堆汉墓出土帛书等典型汉文化元素。

在中国汉代,酿酒技术有了非常大的提升,其中制曲技术和酿酒方法的创新可以书写历史:汉代已经开始生产饼曲,还在传统酿酒方法之上创新了“酎酒法”,“九酝酒法”等新技术。《汉书·食货志》中有这样的记载:“百礼之会,非酒不行。”在现存的汉赋作品(含残篇、残

上述几方面。国民经济由投资拉动转向消费拉动,对交叉型乘用车、轿车、金融、物流与物联网的需求会与日俱增,对服务的要求也会更高。如今福田汽车已经在这些领域完成布局。福田汽车4月18日的公告称,公司将投资2亿设立全资子公司——中车信融融资租赁有限公司,正式进军汽车金融业务。福田汽车党委副书记、新闻发言人赵景光表示,目前福田汽车的物联网产业已基本成形,而金融业务也不是单一的汽车金融,公司是要全面进入金融产业,此次公告的项目仅是个开始。

转型,带给福田汽车是质的变化。如果说转型前的福田汽车处在1.0时代,转型后的福田汽车则进入2.0时代。

自主品牌

面交流,以获得第一手的市场走势分析和预测。

大华银行(中国)有限公司的“尊享理财”客户将有机会成为全球首张施华洛世奇水晶借记卡“尊享黑晶卡”的持卡人,享受全球多家高端度假酒店特惠,同时还将获得“未来金融家”工作体验计划和“尊享·新加坡”特色金融服务等一系列多元化的增值服务,满足其对更高生活品质的追求。(沈海燕)

海马汽车携全系车型亮相北京车展

在量产车参展阵容中,福美来品牌的表现更能凸显海马汽车对市场趋势的把握。作为中级轿车市场的开拓者,从合资车型到自主车型,再到全面超越的自主高端产品,福美来品牌,历经十年的风雨洗礼,赢得了80万用户的信赖和赞誉。从今年的参展阵容不难看出,海马汽车的产品已经覆盖A0级、A级车、MPV、SUV、B级车市场,从“中级车专家”到“家轿专家”的转型基本完成,健全的产品谱系将使海马汽车更为从容地应对市场竞争和风险。(王 丽)

Tesco第二届“零售业可持续发展论坛”举办

是为什么我们要同政府、供应商及顾客一起携手合作来实现这一宏伟目标的原因。”她还表示:“我们认为在中国存在着倡导大规模绿色消费的机会。这并不是说要消费更少商品,而是要以不同的、可持续的方式进行消费。在中国及我们其他所有国家市场,我们正通过为顾客提供信息和奖励机制以使他们做出更环保、更绿色的选择来帮助他们实现这一转变。”(刘 敏)



广活动对于葡萄酒行业的各类从业人员都有重要意义,因为本次活动的基本价值——体验、发现、分享和热情正是他们生产的葡萄酒所体现的价值。在整个宣传过程当中,法国将重点推介十二个葡萄酒产区(阿尔萨斯、薄若莱、波尔多、勃艮第、香槟、科西嘉、汝拉和萨瓦、朗格多克-鲁西永、普罗旺斯、西南部、卢瓦河谷、罗纳河谷)。这些产区将携手合作,共同推广法国葡萄酒。”(梦 杨)

汉酱：酱香传奇的延续

句)中,以酒名篇者有邹阳、扬雄和王粲的同题之作《酒赋》三篇,此外尚有言及酒事者共约30篇。这些都构成了汉代酒文化的重要内容,对当时和后代的社会生活产生了深远影响。

汉酱,体现的就是这种跨越千百年的创新思想,是对传统酱香型白酒的改良和创新。以“汉酱”命名,灵感正来自于千年前这段美妙的历史。厚重的酱色瓶身,来源于马王堆出土的西汉帛书“汉酱”字体,以及取自汉朝士大夫衣襟纹饰的图案装饰,“汉”的元素凸显一体,仿佛时空穿越,令远古茅台酿酒文化与今生的厚重血脉更为明晰。

可以预见的将来是,汉酱所代表的绵柔酱香型白酒,会成为中国酒文化史上的又一个重要刻度——她发源于茅台,她成长于世界。盛世汉酱,千载流芳。(闻熙 钟越)

品牌传真

品牌资讯

沃尔沃集团亮相北京车展

本报讯 日前,沃尔沃集团携旗下全線产品亮相2012北京车展。沃尔沃集团是全球领先的商业运输及建筑设备制造商,今年恰逢沃尔沃在华发展二十周年。本次参展是沃尔沃在华20年开拓历程和其全球资源的检阅,更是未来商业运输与城市化生活方式的预演。

沃尔沃集团在将近800平米的户外展区内,以产品展示、操作体验及多媒体应用等手段,为观众描绘全方位可触式商业运输世界,将“品质、安全、环保”的发展理念务实具象化。(沈海燕)

中国汽车产业发展论坛举办

本报讯 日前,中国光大银行与第一财经日报联合主办了“中国汽车产业发展论坛”。论坛就汽车产业的现状以及面临的的市场机遇与挑战进行了深入的探讨。

论坛上,国家信息中心信息资源开发部主任徐长明先生对中国自主品牌的未来持积极态度。中国汽车技术研究中心首席分析师赵冬昶也针对“十二五规划”对汽车产业持续发展的要求谈了自己的理解。论坛还就汽车金融服务等话题进行了圆桌讨论。(金 媛)

东芝赞助2012中国足协杯

本报讯 日前,东芝2012中国足协杯新闻发布会在北京召开,东芝公司中国总代表桐山辉夫与中国足协副主席韦迪一同揭晓了赛事新标志。在新闻发布会上还举行了东芝2012中国足协杯的抽签仪式。作为中国足协杯独家冠名赞助商,东芝将在新赛季继续为中国足球的发展增添信心与力量。

今年的足协杯赛,东芝将和去年一样推出亲子观赛区。东芝将赞助少年足球比赛,以及针对小学生举办一系列足球教室活动。(国 光)

中法时装业加强合作

本报讯 日前,中国服装设计师协会与法国女装成衣协会在北京联合举办新闻发布会暨中法时装业和时尚教育业合作签字仪式,中国服装设计师协会主席李当岐与法国女装成衣协会主席Jean-Pierre MOCHO宣布中法时装业将加强合作,并签订合作协议。同时,巴黎MOD’SPE高等时尚营销管理学院与上海艾蒙时尚设计进修学院(IMS)签订了深度合作协议。

此次合作协议的签订旨在加强和深入两协会之间的合作,促进中法女装优势互补,共同进步。(李 姝)

中国国际面料设计大赛启动

本报讯 日前,以“新期待”为参赛主题的2012中国国际面料设计大赛在京启动。本次大赛由中国纺织工业联合会主办,中国纺织信息中心、国家纺织产品开发中心、中国贸促会纺织行业分会、纺织行业职业技能鉴定指导中心、中国流行色协会、法兰克福展览(香港)有限公司和浙江省绍兴县人民政府联合承办,江苏省吴江市盛泽镇人民政府和广东省佛山市南海区西樵镇人民政府协办。自今年起,大赛在独立举办的同时,将融入中国国际纺织面料及辅料博览会作为其中一项活动。(海 燕)

鲁北国际果蔬商贸城将建立

本报讯 日前,正凰基金与京华国礼联合打造鲁北国际果蔬交易基地商贸城签约仪式在北京举行。

鲁北国际商贸城投资7.2亿元人民币,依托“冬枣之乡”山东沾化县的冬枣产业资源和丰富的土地资源,拥有完善的配套设施及服务功能,以冬枣销售为主导。是一个集果品、粮油、蔬菜等交易、集散、物流等功能的专业化大型批发交易市场,将有效地打造冬枣品牌,促进鲁北地区经济发展。(田 茜)

天猫服务商平台月内上线

本报讯 5月底,供天猫商家入驻时选择“电商管家”的服务商平台,将上线试运行。该平台将设立行业标准进行认证,认证服务商享有扶植政策,阿里金融也将根据运营服务商店铺群的整体信用情况,提供最高300万元的授信额度。

为培育引导平台服务商市场规范发展,今后天猫将按服装箱包、3C数码、珠宝首饰等不同垂直行业,推出行业网店服务商“标杆企业”,进一步细分代运营服务商市场,提高运营商的行业针对性。(何 柳)