“冰洗空”首批多型号入围 长虹成节能惠民大赢家

节能新政为中国家电业带来的265亿元财政补贴，使得技术优势突出的家电企业具备了强劲驱动力。

根据国家新公布的节能产品惠民工程高效节能产品推广目录，四川长虹及其子公司美菱的冰箱、洗衣机、空调等产品多个型号入围，长虹白电成为新一轮节能产品惠民工程的大赢家。

资深家电行业观察家梁振鹏认为，今年年初以来，中国家电市场总需求不旺，销售疲软，国家适时出台节能惠民补贴政策，对行业是利好消息。节能新政在优化产品结构、提升高能效产品比重的同时，也有望扭转家电业销售量下滑的态势。而长虹在白色家电产业链上下游一贯秉承自主创新理念，在促进绿色环保和节能增效方面，长虹从核心技术能力的积累入手，不懈提升产品的节能、环保性能。这些举措使得长虹牢牢抓住了节能产品惠民工程带来的无限商机。

“冰洗空”全面入围首批推广目录

长虹在冰箱、洗衣机、空调等白电产业多年来的深度布局，如今收到成效。

根据节能产品惠民工程高效节能房间空气调节器推广目录（第一批），长虹的定速空调入围158个型号，转速可控性空调（变频空调）入围90个型号，合计入围248个型号。根据节能产品惠民工程高效节能家用电冰箱推广企业和目录（第一批），美菱的冰柜（冷冻箱、冷藏/冷冻箱）入围24个型号，冷藏冷冻箱、无霜冷藏冷冻箱入围213个型号，合计入围237个型号。根据节能产品惠民工程高效节能电动洗衣机推广企业和目录（第一批），长虹的洗衣机入围16个型号，美菱的洗衣机入围53个型号；长虹系洗衣机合计入围69个型号。

如此多个型号白电产品入围首批推广目录，彰显了长虹在白电业的雄厚实力和技术积累。

国内外复杂的经济形势使得中国家电业受到明显影响。根据工业和信息化部公布的“2012年1-4月份家用电器行业运行情况”，与2011年同期相比，2012年1-4月份家电产品产量的增幅有所回落，部分产品略有下降。

然而，今年第一季度财报表明，四川长虹（600839.SH）和美菱（000521.SZ）的营业收入同比均获得了增长。其中，长虹空调增长势头尤其明显。

打造国内最完整的节能产业链

在节能家电领域具有多项核心技术和专利的长虹，正在与其子公司美菱、华意压缩等企业联合打造国内最完整的节能产业链。

长虹以白电业唯一的全产业链优势在节能领域长袖善舞。华意压缩和美菱在压缩机领域的一体化优势，为整机的高效化、变频化提供解决方案，推动着中国冰箱产业的高能效、绿色升级速度。

2011年初美菱电器完成定向增发后不仅实现了120万台冷柜的新产能，而且在环保节能冰箱领域进行了60万台的产能扩张，进一步扩大了美菱在绿色环保产品上的优势，推动整个行业节能冰箱再次升级。

除了对整机进行高端化升级外，华意压缩瞄准高端市场，将建设年产500万台超高效和变频压缩机生产线、年产600万台高效压缩机等项目。目前，长虹突破了被国外品牌垄断的高效压缩机和变频压缩机市场，目前，已分别抢占了30%和10%的市场份额。

2011年，长虹冰箱整机业务在行业大盘出现下滑的背景下，实现逆市增长，市场占有率继续稳居业内单品牌第三名。冰箱压缩机销量突破2400万台，市场占有率继续稳居全球第二。

2012年，中央确定了“稳中求进”的经济工作主基调，国家进一步深化落实稳增长、控物价、调结构、惠民生的政策。长虹也将在2011年的发展基础上，把握新的发展机遇，采取新的经营举措，继续提升系统能力。根据2012年的经营目标，长虹计划实现营业收入、净利润同比增长不低于15%；在产品线方面，彩电国内综合排名力争第一；冰箱巩固国内单品牌市场占有率前三地位，力争成为行业第二；冰箱压缩机力争全球第一。

梁振鹏表示，对高效节能家电进行265亿元财政补贴，使得具有节能核心技术优势的企业如虎添翼。多款产品在白色家电节能推广目录中首批入围，使得长虹白电备受业界瞩目。具备国内最完整节能家电产业链的长虹正在集中公司优势资源，强化白电业务的市场竞争能力；抓住行业低迷和竞争对手调整的有利时机，进一步加速长虹白电产业的发展。

（李有升）

初见即别离 奥林巴斯PEN助力张亚东新书

日前，中国内地著名流行音乐人张亚东先生新书《初见即别离》发布会在北京798艺术区尤伦斯当代艺术中心举行，多位知名音乐家、当红艺人与北京主要摄影媒体代表，共同出席了发布会。据悉，书中200多张旅途中的照片全部由张亚东随身携带的奥林巴斯E-P3拍摄，而此次发布会同样也得到了奥林巴斯（上海）映像销售有限公司的大力支持。对于这次与文艺界的跨界合作，奥林巴斯表示未来还会继续加强，让更多的人体验到摄影的魅力与快乐。应邀到场的奥林巴斯亚太有限公司品牌及公关本部长鬼塚学先生，代表奥林巴斯公司向张亚东新书出版表达了真诚的祝贺，并赠送了奥林巴斯最新微型单电产品OM-D E-M5相机一台，感谢张亚东对奥林巴斯微型单电产品的信赖，并鼓励他用镜头书写更具魅力的艺术人生。

（卓 亚）

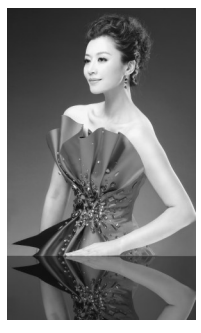
中央财经大学与京师环宇教育集团联合建立国际注册汉语教师培训基地

近日，中央财经大学与国际认证协会及战略合作伙伴北京京师环宇国际教育集团共建的“国际注册汉语教师培训基地”在该校设立并进行了揭牌仪式。该校继续教育工作管理办公室主任程占龙、培训学院院长李澈、IPA国际认证协会中方代表沙江、京师环宇北京总部的朱雪峰参加了此次揭牌仪式。仪式由培训学院国际部主任粟雁飞主持。

国际注册汉语教师资格证是国际认证协会（IPA）根据国际上对汉语教师需求的极大状况而推出的资格认证。IPA推出的“国际注册汉语教师职业资格证书”是被国际100多国家认可的，具有权威性，可助相关人员在海外实现汉语教学梦想。

（陈学军）

著名青年歌唱家李涵演绎航天金曲《放飞》



在央视直播神九的新闻栏目中，播放的一首专为神九发射任务所创作的歌曲《放飞》，被广大观众熟知和认可。

《放飞》是我国著名词作家屈塬和曲作家印青继作品《天路》之后，联手著名青年歌唱家李涵，为航天事业做贡献的幕后英雄们打造的一首单曲。

李涵表示“作为一名军旅歌唱家，带着崇敬的心情来演绎这首歌曲，是想表达为神舟九号发射做出贡献的工作者最崇高的敬意，也希望这首歌曲能激励年轻人努力实现自己的梦想。”据悉，李涵的又一力作《军之恋》也将面世。

（周 明）

美法院批准Ubiquiti Networks知识产权维权禁制令的申请

近日，美国法院正式批准了Ubiquiti Networks提出的要求其前经销商停止非法生产、销售假冒优比快产品的起诉，并发布紧急禁制令责成该公司及与其相关公司和人员不得从事或参与以任何方式使用优比快公司的商标，转移或销毁假冒优比快公司的产品等活动。

据了解，该经销商是一个以美国为中心在中国制造、销售假冒产品的集团，还伙同他人蓄意捏造并恶意散布优比快公司涉黑的谣言，试图以此来阻挠优比快的维权行动。优比快公司已就此向深圳警方报案，以期依法追究肇事者的法律责任。

（洁 文）

“一路向北”展宏图 东风日产挥师“北”上

日前，东风日产，“一路向北 创新之旅”活动在广州启动。活动将沿途经过16个省市，用时约34天，沿途经过东风日产花都工厂、襄阳工厂和郑州工厂，最终通过四段路程体验，抵达我国最北端的漠河。目前，该活动正在如火如荼地进行中。从规模、时间、范围上看，此次活动不仅是东风日产成立以来的一次创举，在汽车行业内也是首开先河，堪称东风日产全系车型的一次“大阅兵”。而在东风日产看来，“北”不仅是本次活动的目的地，更是未来企业发展的重心所在。

万里大阅兵 揭示东风日产发展秘籍

“东风日产速度”，一直是业内广泛探讨的话题。在外界眼中，东风日产这支队伍仿佛有无限的激情和无尽的创意，总能实现那些看起来困难重重的目标，有时甚至敢于挑战不可能完成的任务。

即使在2012年略显“惨淡”的车市中，东风日产依然“逆市而上”。截至到6月21日，东风日产2012年累计销量达到近42.5万辆，同比增长20.4%，再次刷新了东风日产同期销量历史记录。

对此，东风日产市场销售总部副总部长杨嵩信心十足：“东风日产正在向年销量100万台的目标冲刺，目前，我们正在稳步前进。”对于本次“一路向北 创新之旅”活动，杨嵩则表示：“如果说去年的‘创新之旅’是一场创新技术盛宴，那么此次‘一路向北 创新之旅’则是一次‘大阅兵’，是对东风日产全车系型创新技术和品质的深度检阅。”

正如此言，“一路向北 创新之旅”并非一次简单的长途试驾。活动下设四个阶段，分别是以“V行天下”为主题的广州到襄阳段、以“智行天下”为主题的襄阳到郑州段、以“畅行天下”为主题的郑州到北京段和以“创行天下”为主题的北京到漠河段。在活动全部的近万公里的路程中，途经东风日产花都、襄阳、郑州三大生产基地，以及东风日产的多个核心销售区域，高标准的生产管理水平和统一化的服务流程，让媒体感受到了东风日产高速前进的原动力——品质。

东风日产不仅拥有日产全球的标杆工厂、装备全球一流的生产设备，而且还在NPW（日产生产方式）的基础上进行了本土化改进、创新，形成更具特色和优势的DNPW（东风日产生产方式），这使东风日产的花都、襄阳工厂将标准推至全球最高水平。在J.D.Power发布的2011年中国新车质量调研（IQS）报告中，东风日产旗下的TIIDA、天籁、轩逸三大主力车型，均在各自细分市场占据前三甲位置。同时，东风日产旗下逍客、阳光车型表现也颇为良好，长期保持着月销量万台的最佳状态。

在产品品质这样的“硬实力”提升的同时，东风日产也十分注重服务品质这样的“软实力”。在“一路向北 创新之旅”活动沿途经过的众多省市，4S店的标准化流程和工作人员的热情服务让记者印象深刻。

全系车型在长途试驾中的表现也堪称完美。日产全新一代智能XTRONIC CVT无级变速器，受到了公众的广泛推崇。为了让媒体更充分体验CVT技术的先进性，全景式了解CVT技术的卓越性能，同时也是为了庆祝CVT推广20周年，从广州到襄阳以搭载CVT的车型为核心组成行进车队，一路进发。CVT无级变速器以其平滑顺畅的换挡性能，及在节能环保技术方面带来的绝佳燃油经济性，彰显“技术日产”的精华。

新车型在活动中的表现尤为突出。新上市的楼兰在驾驶中展示了其良好的驾控性能，以及舒适宽大的空间和豪华内饰。新骐达强进的动力、卓越的品质和同级别中出众的驾控性，轻松征服了记者的心。

正如东风日产副总经理任勇所言，“品质是东风日产发展的基石，只有以确确实实的品质为坚实基础，一个产品，乃至一个企业才有昂首前进的底气。”对于东风日产而言，正是拥有了这样的底气，才敢于喊出“百万目标”这样的豪言壮语。

“我们始终认为技术是品质的基本保证，通过‘一路向北 创新之旅’这种创新的体验方式，我们的产品品质和品牌精神将得到更多消费者的认可。今后，我们也将秉承技术日产的创新精神，以最有价值的汽车产品和服务为消费者提供丰富的人性化移动生活体验，使消费者能够通过东风日产的产品享受到最优质的生活。”任勇对于此次活动充满信心。

展百万宏图 东风日产挥师北上

2012年对于东风日产无疑是极其重要的一年，从年初建立品牌轴、地区轴和职能轴的三维组织架构，到近日大连整车项目奠基，东风日产已经准备好成为一个百万量级的领军企业。

在东风日产的企业理念中，创新已经是最基本的发展观之一。组织结构的创新、产品技术的创新、生产管理模式的创新、营销手法的创新……创新让东风日产在技术、品质等方面不断取得突破性成就的同时，销量保持高速增长，稳居行业第一集团。

年初，东风日产开展了“百城翻番”项目，率先对三四线城市进行深度发掘。目前，这一创新的区域市场发展项目已取得了令人欣喜的效果。杨嵩表示，“1到5月份这100个城市的销量大概占到全国的65%，相当于1/3的存量带动接近2/3的增量，而且预计下半年这个项目会给我们带来更大的增量。”

同时，东风日产还开创行业先河，按照产品类别和目标消费群推出品类营销概念，并通过更具针对性、资源利用更有效的聚合传播，实现了“1+1>2”的捆绑效果。而新成立的四大地区营销部，则通过更加贴近本地市场和消费者的营销策略，更迅捷的反应速度，提升东风日产在区域市场的品牌认知和市场影响力，巩固和强化了区域市场地位。

现在看来，“一路向北 创新之旅”不仅是对全系车型品质的大型检阅，更奏响了东风日产挥师北上的序曲。在大连整车项目的奠基仪式上，任勇表示：“以大连整车项目为起点，东风日产将全面启动‘北上战略’，让北方市场成为东风日产继华南、中原传统优势市场后推动事业发展的第三极力量。”

创新一直是东风日产的座右铭。东风日产总经理松元史明表示：“创新一直是东风日产不断前进和攻城略地的强大驱动力‘一路向北 创新之旅’活动不仅是对东风日产全系车型的集中检阅，同时也是东风日产企业整体实力的显现。我们希望我们强大的企业实力和创新技术能够让更多的媒体充分了解，并进而通过媒体让更广泛的公众感受到作为领军车企的风采，进一步助推东风日产的实现‘百万梦想’！”

战略上，东风日产也积极创新，实行“北上战略”，启动大连新工厂。大连整车项目规划用地127万平方米，包含冲压、焊装、涂装、树脂和总装五大工艺。其中，一期投入50亿元人民币，计划于2014年建成投产，形成15万辆/年规模，未来最终将建成年产30万辆规模的整车工厂。凭借出色的区位优势，东风日产大连整车项目将成为其“北上战略”的绝佳“起跳板”，不仅与中原、华南等传统优势地区遥相呼应，而且东风日产四大基地纵贯南北，有利于发挥更大合力。

从1993年到2012年，东风日产以3倍于行业的年增长速度，实现了产销超13倍的高速增长。9年间，东风日产已经从追赶者变成了领跑者。我们有理由相信，站在行业顶端的东风日产，将以自身的良性发展成为中国汽车产业新十年中不可或缺的力量。

（刘琳琳）