

山东临工掘进非洲寻求海外市场突破



6月份,在执行总裁于孟生的带领下,山东临工借参加阿尔及利亚第45届FIA展会之机,对非洲阿尔及利亚、埃塞俄比亚、肯尼亚、莫桑比克以及南非等国家的市场进行了一次深入考察,探索临工在非洲市场发展之道。

据了解,本次临工“非洲之旅”的行程安排虽然非常紧凑,但是仍然各有侧重、有条不紊。作为掘进非洲的第一站,代表团借参加阿尔及利亚第45届FIA展览会之机,详细地调研了阿首都阿尔及尔的工程交易市场;同

时,还与隶属于阿最大私企CEVITAI集团的代理商GOGETP就业务开展举行了专题会谈。展览会首日即成交10多台订单,为接下来的非洲之行打下了良好的开端。

紧接着,代表团依次考察了埃塞俄比亚、莫桑比克和南非等非洲重点市场。在南非,于孟生、VOLVO集团非洲区负责人Stefan以及代表团其他成员与南非本地主要代理商BABCOCK进行了圆桌会议,探讨与商定了临工在南非的进一步发展。于孟生表示,在临工的海外战略中,以金砖五国为代表的新

兴市场作用重大,临工在俄罗斯、巴西、印度等区域市场都有了长足的进步,相对而言,临工进入南非市场较晚,但其市场潜力巨大。临工将就如何进一步支持南部非洲市场的问题进行深入探讨,在渠道和品牌上给南非市场以最大程度的支持。

“受国家宏观调控的影响,中国工程机械市场正在经历十余年来最大的一场‘倒春寒’。如何‘过冬’,已经成为行业内主要企业目前面临的一个最主要的问题。”工程机械工业协会的专家表示。

目前,临工已经成功实现在全球,尤其是以金砖国家为代表的新兴市场开拓渠道,设立办事处以及加速企业本土化进程。据相关数据显示,临工2010年与2011年在多个产品的出口数量上实现了行业第一,同时根据2012年前6个月的销售数据来看,临工今年的产品出口销量仍会保持一个高速增长。

“2012年,临工通过参加巴西M&T展会、俄罗斯CTT展会、阿尔及利亚FIA展会等一系列展会,将临工最新最好的产品推介到全球。尤其是通过本次临工的‘非洲之行’,继巴西、俄罗斯之后,将临工的触角深入非洲市场,可以说已经补上了临工开拓金砖国家市场的一大短板。”临工战略规划部相关负责人表示。

爱普生推出 8000 万片 HTPS 面板用于3LCD 投影机

近日,精工爱普生株式会社(Epson,东京证交所股票代码:6724)在日本东京宣布推出总量为8000万片,用于3LCD投影机的高温多晶硅(HTPS)TFT液晶面板,可满足超过2650万台投影机的配置需求。

20多年来,爱普生一直保持着

3LCD投影机核心部件的HTPS面板世界最大供应商的地位。在此期间,爱普生不断致力于提升其产品性能和效率,凭借其强大的研发能力引领行业科技潮流。

在很长的一段时间,3LCD投影机主要用于各企业商务会议演示环节,

而今,3LCD投影机已被广泛应用于各种市场空间。投影机的3D效果立体感十足,其高对比度性能可创造饱和、细腻阴影,因此,能在家庭影院逼真再现犹如身临其境的观影体验。预计投影机市场未来将以每年近10%的速度持续增长。



油价三连跌 深圳93#汽油 7.34 元/升

国内油价迎来首次“三连降”。深圳市最常用的93号汽油每升降价0.34元,降至7.34元/升;柴油则回归“6元时代”,降至6.98元/升。由于国家发改委提前宣布降价消息,不少市民均选择等候降价后再加油,全市不少

加油站此前生意清淡。此次是国内成品油价格今年“两连升”之后的第三次降价。

随机接受采访的多位市民认为,油价下降不仅给开车带来好处,估计也能有助于降低菜价,因为农产品运输成本少了。一位物

流公司的负责人谈到,运输成本占物流企业成本的七成左右,油价成本又占运输成本的一半左右,由此可见,油价“三连降”明显为物流业减压,这对深圳港口和航空货运都是利好消息。

超额完成半年目标 增长率行业领先

双品牌销量突破 45.4 万台 东风日产“渡江战役”告捷



2012年6月30日21:00,东风日产内部销售系统在停机的一刻,把上半年NISSAN和启辰双品牌的累计销量定格在454,798台上。这意味着东风日产已经超额完成上半年的既定目标,同比增长率高达21.7%,远远超过行业7%的平均增速。

在东风日产内部规划中,上半年被喻为一场走向百万胜利的“渡江战役”。双品牌销量突破45.4万台,由此宣告东风日产“渡江战役”的大捷。

东风日产副总经理任勇告诉记者:“百万雄师已过江,百万目标已在望。上半年超额完成销售目标,为下半年赢得了时间和空间,自始至终我们都掌握了这场百万征程的主动权。年销100万台对东风日产来说已经不是梦想,只要市场不出现意料之外的大幅滑坡,这一目标完全可以实现。”

“弯道超车”,东风日产成2012车市最亮点

2012年上半年,在宏观经济环境的作用下,中国车市再次步入“低谷期”,大多数车企“全面歉收”已成事实。在此背景下,东风日产仍能保持平均20%以上的同比增速,在市场淡季“弯道超车”成为2012年车市一大亮点,实属不易。

数据显示,2012年1-6月,东风日产圆满实现“渡江战役”的销售目标,NISSAN品牌累计销量达442,075台;新品牌启辰虽然只进入市场两个月,也斩获了12,723台的佳绩。至此,东风日产双品牌上半年总销量454,798台,按照上下半年车企45%:55%的

正常销量比例,东风日产已然在今年的百万征程上“领先半步”。

在各车型细分市场,月均销量过万的天籁、轩逸、新一代骐达、阳光和新逍客“呼风唤雨”,成为今年东风日产销量增长的“五大功臣”。上市只有两个多月的启辰D50也不遑多让,以高品质、高性价比的“国民车”优势成为炙手可热的明星车型。在市场形势严重不利的环境下,启辰D50作为上市仅两个月的全新品牌,能够取得如此成绩已经远超竞争对手上市期的表现。

而在区域市场上,无论是在传统的一线城市,还是在成都、西安、郑州、昆明这些“新增长极”,抑或是在威海、包头、泉州、东莞等新兴市场蓝海,东风日产的热销表现可以用“呼风唤雨”来形容。甚至有经销商表示:2012年能够卖东风日产的车就是一种幸福。

“平心而论,上半年我们要面对来自多方面的压力,但最终我们还是赢了。”东风日产市场销售总部副总部长杨嵩告诉记者:“但凭借出色的产品和优秀的营销队伍,我们的同比增长率是行业平均增速的3倍,是主要竞争对手平均增长水平的2倍以上,上演了一场精彩的‘弯道超车’。”

冲刺百万,东风日产以“变”为“基”“我们从来不相信‘人有多大胆,地有多大产’。比激情和斗志更重要的是策略和方法,愚勇只会害人害己。面对严峻的市场形势,富有前瞻性和快速反应的‘变革’是制胜的‘基础’。”在谈及上半年“渡江战役”凯旋的原因时,杨嵩如是说道。

高性能 亲民价 华硕 A84SJ学习娱乐一机搞定



现如今,笔记本电脑已经成为人们影音娱乐、学习、办公的重要工具,很多用户也都希望拥有一款这样的高效全能机型,不过鱼与熊掌兼得的美好夙愿往往伴随着昂贵价格,令许多预算有限的朋友望而却步。华硕A84SJ笔记本,装备有intel酷睿i3/i5处理器、NVIDIA GT 520M独显核心(1GB/512MB独立显存),以及高品质奥特蓝星扬声器与Sonic Focus音效软件等诸多强劲配置,能为用户带来更高效的应用享受。同时,其不到5000元的亲民价位,

也让该款机型能被更多用户所接受。

强劲酷睿处理核心 助力高效用本

无论是影音娱乐还是学习办公,一款睿智全能的笔记本电脑都绝对是高效应用的强力保障。华硕A84SJ笔记本搭载有Intel酷睿i3/i5处理核心,在运算以及处理性能上均有出色表现。再加上Intel超线程技术,无论单程序还是多程序的同时运行都能高效稳定运行。

NV GT 520M独显核心 畅快高清

看电影、玩游戏怎么能缺少一款高性能独显的支持,华硕A84SJ笔记本特别配备的NVIDIA GT 520M独显核心(1GB/512MB GDDR3独立显存),在图像的渲染、镶嵌、着色以及纹理压缩处理方面都有出色表现。其完美支持要求苛刻的DX11技术,即使再大的图像运算量也一样瞬间完成。同时,配合采用16:9黄金比例的LED背光绚丽宽屏,让可视画面增加不少,轻松玩转各类3D影音游戏,更好地应对图像/视频制作等任务。

(刘冠奇)

爱普生 IC 测试处理机新品上市

日前,精工爱普生株式会社(Epson)在日本东京宣布其最新研发成果NX1032XS集成电路(IC)测试处理机正式面市,其高效传送、检测和甄别半导体元件的处理能力已达世界顶级水平。半导体制造业在安装此款产品后,将为顾客大幅减少下游工序的检测费用。

爱普生工厂自动化事业部负责人Hideo Hirao表示:“顾客的需求就是我们

中国矿大“五进大别山 寻找新希望”暑期社会实践团抵豫开展支教

中国矿业大学“五进大别山,寻找新希望”暑期社会实践团今日顺利抵达河南省固始县观音乡中学。他们将以“支援农村教育,关注留守儿童”为主题开展为期10天的支教调研活动。

据悉,该团队以“90”后为主。团队

追求的目标,NX1032XS高速IC测试处理机正是因此而生。作为业内领先的IC测试处理机制造商,我们一直致力于开发具有最强处理能力的IC测试处理机。”新款机型传输、检测和甄别逻辑集成电路的处理能力每小时最多可达20000个。

爱普生此前的NS-8160 W最多仅能同时传输16个半导体成品至待检处,而新款机型的传输能力则翻倍,增至32个。

(若凡)

(夏金山 黄睿)

现销量翻倍。数据显示,东风日产上半年的增量大部分来自于“百城翻番”项目,这136个城市以1/3的存量创造了2/3的增量,为企业上半年的瞩目销量做出了巨大贡献。

直面挑战,两大部署吹响下半程攻势

面对对接下来的半年,东风日产则表现出谨慎的乐观。

任勇坦承:“车市仍然处于下行通道中,像广州限购这种突发不利政策也有可能带来连锁反应。加上很多企业没有完成半年目标,这意味着接下来的竞争会更加白热化。东风日产不能因为当了半年‘好学生’就开始粉饰太平,巨大的隐患和挑战依然存在,下半年的任务依然艰巨。”

因此,东风日产直面挑战,第一时间开展下半程的攻势部署,意在通过两大举措夺取百万之战的最终胜利。

首先,东风日产率先开展营销队伍的休整工作。在6月30日销售系统停机当晚,东风日产就发布了“渡江战役军功奖”这一奖励政策,作为对经销商追加的“大红包”,让经销商的收益大幅增长,为其注入一针“强心剂”。同时,对地区营销部的一线销售团队的工作总结和表彰也陆续开展,以鼓励他们保持良好的势头继续前进。

其次,部署下半程攻势的“枪炮弹药”,

为接下来的连续几个月销售旺季提前做好准备。在硬件方面,东风日产三款新车已经整装待发:新轩逸将在7月中旬正式上市,启辰的第二款新车以及NISSAN品牌的一款全新换代车型也将在9月后陆续登场。同时,启辰的销售渠道建设推进工作也正如如火如荼展开,除了启辰品牌专属4S店会进一步扩张外,越来越多的双品牌二级销售网点也会陆续走向辽阔的三、四、五线市场,以一场“人民战争”的势头实现新品牌销量的快速增长。

在软件方面,东风日产总部已经对重点区域市场下发了全新的“作战手册”,力求在7-8月这个传统淡季打好一场“承前启后”的战役。同时,东风日产也根据经销商们的具体状况出台了更多灵活的商务政策,帮助他们开拓售后服务和水平事业等利润增长点,多管齐下实现“松绑”,在确保利润的同时提高其生存能力及销售积极性。

“今年市场环境不好,很多人会觉得我们定的百万目标调子太高、难度太大。”任勇表示:“但凭借‘永远挑战最高目标,化不可能为可能’的东风日产精神,我们再次演绎了逆市飞扬的奇迹。相信到了今年尘埃落定之时,东风日产会笑到最后,笑得最好。”

(万开颜)

