锐风暴点亮锐生活 AOC盛大“秋促”贺开学

随着全国高校新学期的到来，“金九银十”的销售旺季也成为商家、消费者关注的焦点。全球领先的专业显示设备提供商AOC近日宣布，从9月10日起举办主题为“锐风暴——AOC显示器金秋好礼相送”的盛大秋季开学促销活动。期间消费者只要购买指定型号显示器，就可获赠价值79元的VICTORINOX瑞士军刀！

此次AOC显示器秋季促销活动的时间从新生入学开始，跨越教师节、中秋节、国庆黄金周共三个节假日。促销产品包括一直在热卖的“刀锋Ⅱ”i2353Ph、“祥龙”系列情侣版E2462VW/BR，以及2012年“刀锋”系列的新品刀锋Ⅲ、刀锋Ⅲ-MHL和刀锋ⅢS，将在国庆长假给消费者带来“越看越精彩”的视觉体验。

从2011年问世以来，“刀锋”的超薄传奇已经传为了业界的佳话；采用“中国风”设计的“祥龙”系列在5月份上市后也是好评如潮。本次促销的礼品一改往年附送IT产品的传统，转为附送居家旅行必备的瑞士军刀，在实用和适用环节上，超出用户的预期。

2011年推出的刀锋Ⅱi2353Ph有着强大的产品生命力，是AOC在“IPS+LED”黄金组合方面的代表作。9.2mm超薄屏幕，超现代金属拉丝工艺的前面板和底座，双HDMI接口，独特的壁挂功能，都创造了全新的应用体验。刀锋Ⅱi2353Ph是AOC最畅销的产品，也是开学新生在高清广视角应用方面的最佳选择之一。

2012年AOC刀锋Ⅲ显示器上市之后，将最新应用从“IPS+LED”提升到“3D+IPS+LED+HDMI”，并完美传承“刀锋”独有的薄、窄、锐、新的特色，以出色的性能和适用性，悉心打造时尚、先锋、积极、向上的“锐生活”理念，引导用户通过进取、沟通、分享，在事业和学业上努力拼搏，享受成功的乐趣。

刀锋Ⅲ的23寸产品D2357PH，应用了健康的不闪式3D立体显示技术，黄金至尊拉丝工艺和5.8mm的窄边框都是这款产品最新工艺的成功之处。刀锋Ⅲ-MHL E2357FM则配备了MHL接口，能外接安卓手机播放高清电影，迎合了安卓手机用户的需求。

本次“秋促”产品当中，AOC的祥龙系列大屏显示器E2462VW/BR也在消费者心目中有好口碑。独特的中国红、水墨白用色，尽显中华文化魅力。细腻的祥龙和祥云图案，带来了产品审美的全新突破。不但卖场销量看好，在京东等电商渠道也炙手可热。

对于“锐风暴——AOC显示器金秋好礼相送”金秋促销来说，诸多设计和技术出众的显示器产品将带来精彩纷呈的显示体验，赠送的瑞士军刀也是生活必备的实用佳品，让“锐生活”从理念到细节都更贴心。目前，AOC官方已经证实，最新上市的刀锋ⅢS显示器也会出现在秋季促销当中，消费者可以前往各大IT卖场、电子商城以及AOC体验店放心购买。 （金 铭）

云南白药股权纠纷案引发业界关注

日前，“云南白药股权纠纷”案在云南省高级人民法院正式开庭审理，在该案中，中烟草曾以“为确保国有资产保值增值，防止国有资产流失”为由，拒绝了此次股份转让交易，但依据国家明确规定，财政部才应该是云南白药股权交易中的“有权国有资产监督管理机构”。由此，原告方提出追加被告方云南红塔集团的上级主管单位——中国烟草总公司、云南烟草公司和红塔烟草为第三人，希望法庭本着公平公正的精神彻查本案在股份转让过户的内部审批过程中各环节可能存在的不诚信、不公平、有过错的行为。

中烟草的批复是否能直接有效地决定该案的走势成为了众多业内人士质疑的关键点，而案件的发展也将再度聚焦社会各界对于新“36条”的落实及对中国经济体制改革的广泛关注。

民营企业的困境

“有法可依，有法必依，执法必严，违法必究。”是建设法治社会的基本要求。从这个案件的发展不难窥见，当前民营经济遭遇的最大问题并非“法律歧视”，而是如何全面落实国家已有的法律法规和政策。

财政部早在2004年6月14日发布的《财政部关于烟草行业国有资产管理若干问题的意见》中，就对中烟总公司下属企业的产权转让有过明确规定：中国烟草总公司所属烟草单位向非烟草单位的产权转让，业主评估价值在1亿元以上、多种经营在2亿元以上的，由各单位逐级上报到中国烟草总公司，由中国烟草总公司报财政部审批。近日，国资委下发的“新36条”实施细则中，也明确要求国企在产权转让和股权转让时不得歧视民间资本。

可在“云南白药”一案中，中烟草在行政复议和行政诉讼中进行“亦官亦商”的身份转换，让双方签订的受法律保护的股权转让合同在超过800天的等待后，被单方面撕毁，直接导致民营企业的巨额资金被长期占用，除没有享受到云南白药增资、股价上升等一切溢价外，以同期最安全的存款机会成本计，损失了数亿元，而以同期云南白药总体收益算，则损失了一倍的利益。

民营经济发展需要全社会关注

在前不久召开的全国工商联“法治环境与中国民营经济发展”高层研讨会上，中国人民大学国际货币研究所理事和副所长向松祚表示：“我们讨论的不仅仅是陈发树这个案子，而是希望从这个案子里折射出中国经济发展制度变革里存在的深层次的问题，这个问题我们回避不了，这些问题不解决，我们的国家很难真正成为一个经济的强国，或者是经济的富国。”

从我国的国家制度层面看，是以公有制为主体，多种经济形式并存；从立法和政策措施的角度看，第一是毫不动摇巩固发展公有制经济，第二是毫不动摇引导、支持、鼓励非公有制经济发展；公有制、私有制还是其他所有制在社会主义市场经济大框架下都是平等的。可现实是，“如果谁支持民营经济发展，毫不动摇地支持，没人说他好，也没人说他坏，而如果是在巩固和发展公有制经济上被扣上不支持，就会被批评被指责。”中国社会科学院经济研究所所长、著名经济学家裴长洪如是说。只有打破这种不平等的境况，真正实现“有法必依”，才是确保新“36条”顺利实施，保障民营经济健康发展的关键所在。

新“36条”不该只是冷冰冰的法律条文，而应被国家各级相关部门深刻落实，只有这样，才能真正捍卫市场经济的公平公正，切实保障民营企业的利益，从而推动中国市场经济体制改革的纵深发展。 （骁 飞）

智能政务 驱动中国智能城市化进程的钥匙

近年来，随着我国城市化进程的不断深化和信息技术的高速发展，走数字化、网络化、智能化、城市化、工业化融合道路，构建智慧型创新城市已经成为我国政府转变政府职能、打造服务型政府的重要举措。从平安城市、数字城市，再到智慧城市，纵观我国智能城市化的进程，非常重要的一点，就是通过发展智能政务，提供高质量的公民服务和社会管理水平，促进向服务型政府的转变。

作为我国智能政务领域的先行者，航天信息股份有限公司凭借领先的创新实力，先后参与承担了“金税工程”、“金卡工程”、“金盾工程”等多项国家重点工程的建设工作，其不仅为支持国家经济发展、维护社会稳定做出了重要贡献，在税务信息化、RFID及智能卡应用、治安信息化管理等方面也做出了成功表率，同时在这些国家重点信息化工程建设中积累了丰富的项目经验。

上世纪90年代初，我国政府为了彻底打击不法分子偷、逃、骗国家税款的违法犯罪行为，决定引入信息化手段加强监控管理，从而正式启动了“金税工程”。在此期间，航天信息自行研发出了被誉为保障国家税收“生命线”的增值税专用发票防伪税控系统，不需联网即可随时随地稽查假发票，有效扼制了涉税犯罪行为。

为了配合国家税务总局从“以票控税”向“信息管税”的思路转变，航天信息还陆续推出了一机多票、红字发票系统、加解密服务器、开票服务器、自助办税终端、税控收款机、网络开票机、税控器等一系列产品和解决方案。

当前，我国正致力于建立一个高效的服务型政府，智能政务的建设能有效促进我国政府向服务型政府更快地转变。航天信息凭借自身在智能政务以及智慧城市等领域的成熟解决方案和丰富实践经验，将整合所有资源，继续深耕物联网、云计算等新一代信息技术的应用，为推进新型城市化进程、创新社会管理方式、构建服务型政府及智慧城市提供强有力的技术支持。通过以物联网、云计算等为代表的信息技术手段进行融合创新，让人民更加幸福、经济更加繁荣、社会更加和谐。 （启 东）

新车销售满意度出炉
启辰助力东风日产再夺非豪华品牌冠军

近日，J.D.Power发布2012年中国汽车销售满意度研究（SSI）结果。东风日产以其在交车过程、交车时间、经销商设施、销售人员、书面文件、交易条件和销售七个方面共880分的总成绩，再夺非豪华品牌冠军。

作为东风日产倾力打造的新品牌，启辰在销售服务上也借鉴了NISSAN品牌的营销模式。其采用的VSSW销售服务标准，脱胎于日产全球NSSW标准服务体系，并针对客户需求进行了优化和重构。该体系在合资品牌服务体系基础上，新增“品牌感受”、独立建设“衍生服务”，且创新合并“协议成交”等环节，力图为客户打造更方便的销售服务流程。

来启辰的消费者从进店到售后都能享受高品质的服务。在客户开发、接待、咨询、产品介绍、试车、协商、成交、交车、售后跟踪九大环节，启辰VSSW的标准与NISSAN全球“九段全程”的标准相比较毫不逊色。“销售人员非常热情细心，充分倾听顾客的需求”，正在启辰专营店提车的林先生表示，“启辰交车效率惊人的高，工作人员一周内就帮我办了各种手续、保险。”

此外，启辰创新采用“专属销售·共网服务”营销模式，充分体现出一个新品牌对消费者的尊重感。在销售上，启辰独立建网，与NISSAN的600余家专营店分渠道营销，为启辰品牌客户打造独特尊贵的消费体验；同时，启辰车主可以在通过认证的NISSAN专营店享受同等待遇的高品质售后服务，非常便捷。

启辰首批经销商主要是从东风日产原有NISSAN经销商中优选而出的，本身对于厂家倾力打造的新品牌就非常有信心，启辰D50的首月销售佳绩让经销商更加振奋。河南威佳集团负责人表示：“启辰对于我们而言，完成目标不是问题，问题只是要超额多少。”对经销商而言，启辰“专属销售·共网服务”的创新模式降低了其投资风险，又能最便捷地为车主提供维修和保养服务。无后顾之忧，因此，启辰经销商在启辰D50的销售上爆发出了活力。

目前，启辰专营店的数量近100家，加上700余家NISSAN网点，理论上能够为启辰D50提供服务的专营店能达到800多家。另据介绍，在三四线城市“百城翻番”的攻势中，东风日产上半年内还将加入近200家双品牌二级网点。相对于尚显单薄的销售网络，启辰的服务网络已经达到了业内领先，“共网服务”不仅提供了极大的服务便捷性，对于消费者来说更是服务质量的有力保证。随着启辰D50的逐渐上量，服务口碑未来有望成为其赢得市场竞争的重要砝码。

同质化的竞争格局迫使各大品牌在产品、渠道、服务上比拼外，也考验着其营销功夫。东风日产结合2012年度公众关注热点，启动了“启辰·启程，一起去伦敦”的品牌活动。叶磊表示，“我们认为，在新品牌走向市场的初期，品牌的塑造比销售的冲量更加重要。通过‘一起去伦敦’的活动，我们希望消费者理解，启辰是一个与他们共同拓宽梦想的品牌。在这个举世参与的体育盛会中，除了金牌，我们看到的是更多参赛者为梦想的坚持和拼搏。这无关财富、地位和美貌，它是普世价值的传递和感召，在这一点上我们相信是与启辰相同的，都与梦想和坚持有关。”

“为启辰的车主提供全面的高品质享受是启辰不懈的追求，从服务流程的设计到销售人员的培训，消费者的每一个需求我们都给予全盘考虑。未来启辰将一如既往地为消费者提供优质便捷的服务，打造超越启辰客户期待的全方位专属体验”，东风日产市场销售总部专职副总部长、启辰事业部部长叶磊这样强调启辰品牌不断升级销售服务质量的决心。

（王磊磊）