

D 系列新品全球首发 奥克斯唱响空调业回暖序曲



近日，以“蜕变”为主题的2013年奥克斯空调全国渠道经销商峰会暨新品“D系列”全球首发式在宁波举行，携34款D系列空调新品登场的奥克斯完成了其在2013冷年的开场秀。本次活动上，经历了“18年沉淀、10年蓄势、3年冲刺”的奥克斯依然延续了多年的变革主旋律，决意以“阵地转移、精准营销、产品亮剑”等一系列举措构筑品牌、产品、营销的协同驱动力，实现其在新经济形势下的战略布局，并由此引领寒意阑珊的空调业冲破迷雾。

行业回暖：一步之遥

刚刚过去的2012冷年度，在宏观经济不景气的前提下，房地产调控、以旧换新及家电下乡等政策是消费力的提前透支，在这些因素作用下，以空调为代表的家电行业颓势渐显。数据显示，2012冷年度，国内空调市场销售量同比下滑25.12%，销售额同比下滑19.36%，据奥维咨询的统计，2012冷年度结束后，国内空调库存约为1400万台，处于历史第二高位，仅次于上年同期的1600万台。

对此，业内人士指出：国家政策强势推动

下的“调结构、扩消费、保增长”的目标，房地产市场年中以来的政策松绑、空调企业自身的积极调整一系列利好因素的刺激，有望率先驱动空调产业在2013冷年度的回暖。而历来的淡季，也都是行业深层次结构调整及企业休整的时机，谁趁此机会率先完成自身变革，谁就有可能提前占据未来竞争的制高点。

奥克斯：以万变应一变

而在这个淡季，奥克斯很可能借由完成其蜕变与蛰伏，成为空调业再度崛起的中坚力量。就在2012冷年度的严峻形势下，奥克斯仍然借由“乡镇联动，百万让利——奥克斯空调品质万里行”的全国范围促销战役实现了危机变商机的转化。奥克斯以促销活动带动区域分销，通过前期摸排、深入消费者、提前认筹等方式引导经销商从“座商”变为“跑商”，从而在三四级市场迅速攻城掠地，并创下4小时销售2000套的淡季销售记录。

2013：步步为营的精密布局

奥克斯空调国内营销公司总经理金杰告诉记者：“只有夕阳的企业，不会有夕阳的产业，当下家电行业只是经历了一次转型阵痛期，而这在家电行业发展的历史中并不是第一次出现，也不会是最后一次。奥克斯正在进行的蜕变就是要构建自主发展与整合发展的新路径，为经销商带去完全不同的营销解决方案、为消费者提供个性化的产品解决方案，而历史已经无数次地证明，对于那些抢先变化的先行者来说，危机从来就是另一种机遇。”

（献博）

六大产业共推二次创业 航天信息服务驱动新布局

近年来，我国社会的信息化建设重点已经从基础系统的采购和使用阶段，逐步开始向业务应用阶段跃升，IT的概念开始从设备向服务转化。据赛迪顾问预测，2012年，中国IT服务产业的总体规模接近2400亿元，服务在整个IT市场的比重不断攀升，IT服务的范畴也在不断延伸和扩张，产业服务化趋势日渐明显。对于我国众多IT企业而言，在以有形产品满足客户需求的基础上，借助无形服务提升企业优势价值，成为逾越对手的重要竞争力。

相比大部分企业先偏重技术产品而后向服务型跨越的行进道路，多年深耕“金税”、“金卡”、“金盾”等国家重点信息化工程的航天信息股份有限公司（以下简称：航天信息），从成立之初就采取了技术产品和服务并举的商业发展模式。2012年，航天信息正式调整确立了金税、行业信息化应用、企业信息化、物联网、代理分销以及新兴业务等六大产业布局，并从技术研发创新、管理架构调整、市场渠道拓展等多方面，积极协同实施“二次创业”战略。而那张曾帮助航天信息在电子政务、物联网等各大领域不断进取的“信心服务”网，毫无疑问，还将在这场新的跨越式发展征途中继续彰显强大驱动力。

地市级100%覆盖率 700余家服务单位

航天信息自1994年开始承担增值税防伪税控系统研发及推广以来，悉心耕耘和培

育了一个协作紧密、服务规范的“信心服务”体系。如今这一以“诚信、用心”为理念的服务体系，已覆盖至全国除港、澳、台以外的所有省、自治区、直辖市和计划单列市，达到了地市级城市100%的覆盖率，区县级城市35%的覆盖率，共有36家省级服务单位，700余家基层服务单位，上万名的技术服务人员。

整个服务体系依托呼叫中心、综合业务管理系统，为用户提供及时、高效、诚信、优质的服务。从2010年开始，航天信息“信心服务”体系在原有基础上进行全面升级，在“新形象、新规范、心服务”的理念指导下，航天信息与各省级服务单位共同开拓思路，以创新互动模式加深与客户的沟通，进一步提升服务质量。

服务网扩张升级 支持业务拓展

近几年，随着航天信息业务线从之前的“金税”、“金盾”、“金卡”等电子政务工程不断向行业应用、企业信息化等领域拓展，越来越多的新业务被纳入到“信心服务”的体系之中，并不断摊销各条业务线的服务成本，为航天信息进一步带来比其它IT外包服务企业更低的成本优势。

2011年，航天信息迈入“十二五”发展阶段，与筹谋产业整合布局相同步，面向各服务单位发起提升全体服务体系意识的专项清理整治行动，提出“一提倡二必须三禁止”行为规范，以及规范服务与经营工作的“五统一”要

求，围绕提高服务质量和用户满意度、减少用户投诉等开展了大量工作。客户关系管理系统的需求调研及软件开发、测试也在这一年如期完成，全新的信息化管理平台将进一步提升航天信息的服务质量，更有效帮助各服务单位实现精准营销、精细化管理，增强客户黏性。

覆盖销售环节 规范“大服务”

2012年，航天信息携全新调整后的六大产业，大力推进落实“二次创业”，作为销售服务主渠道的700家服务单位，将在这一过程中发挥至关重要的作用。为此航天信息特别提出全新的“大服务”（销售+服务）理念，将销售过程管理纳入规范管理，实现对售前、售中与售后的全面管理，持续加强服务单位的综合业务能力建设。

与此同时，针对如何提升服务水平与客户满意度的重要课题，航天信息再次做出积极尝试：全新上线的客户关系管理系统通过初期试点，目前，已在5个省市服务单位得到应用；网络调查、投诉邮箱、远程协助等服务新手段也陆续在各地启用。

依照落实推进“十二五”规划和“二次创业”的要求，后续航天信息将不断帮助各服务单位加快市场转型，提升各单位进军非税市场和拓展主业的能力，同时加强人才队伍建设和培训工作，着力改善人才队伍的结构，进一步提升核心竞争力。

（韵伊）

大黄蜂四核勇气版线下受青睐 十月中旬线上开卖



十一长假期间，位于西单大悦城的天语生活馆，成为不少消费者青睐的对象，店内呈现出一派门庭若市的景象，每天都有

许多消费者光顾，经了解，光顾此处的消费者，目标几乎都只有一个——天语大黄蜂II四核勇气版。

大黄蜂II四核勇气版是天语手机继大黄蜂II推出以来的第二款采用nVIDIA Tegra3四核处理器的机型，高端的硬件配置及1499元的售价瞬间树立了安卓手机的性价比标杆。

作为国内第一款“非期货”的平价四核机，从整个十一假期的生活馆销售情况来看，供货与需求基本持平，而从10月中旬开始，天语官网的订购渠道也会正式开通，届时第一批数万台机器将开始线上销售，充足的货源印证了大黄蜂II四核勇气版的宣传口号——勇气，就是有货。

产品方面，整机尺寸133.6mm×67.3mm×10.9mm，机身重量163克，搭载4.5

英寸qHD高清炫彩电容式触屏，配备了500万像素高清主摄像头和30万像素副摄像头，电池容量为主流的1800mAh，并拥有1GB RAM+4GB ROM的内存组合，最大可支持32GB的TF卡扩展，后盖采用可拆卸设计，同时配备五种冰淇淋色的可更换后盖，使机身更加时尚出彩。

大黄蜂II四核是真正搭载“4+1核”处理器的超性价比力作，其搭载的nVIDIA Tegra3四核将用户体验推向了一个新高度：打开应用程序时的速度比普通双核机型更加迅速，更可以在浏览网页、运行Flash及游戏程序等高负荷状态下保证画面清晰流畅，而在视频/音频等多媒体播放方面的表现同样令人赞叹。值得一提的是，由于处理器加入了独有的“节能核”，手机在打开节能模式时，正常使用时间要优于同类型智能机。

大黄蜂系列已经成为稳扎稳打的国货代表，期待更多天语手机精品力作问世。

（镇玮）

《永恒之塔》全球独家定制 海尔7G-5S超极本锋芒上市



金材质，提供了良好的尺寸稳定性与抗压性。另外，以古典卷轴为设计灵感的外观，与《永恒之塔》的奇幻特性相得益彰，尽显古典与现代的时空交错之美。

“3D体感”“全接口”全方位

专为游戏玩家量身定制 四大巨头联手合力推

薄如杂志的机身蕴含着强悍的游戏性能，让人们一改超极本的固有印象。但是，对游戏超极本7G-5S而言，“游戏”并不是全部。在其超轻薄机身内，还搭配了海尔独创的健康3D体感技术，以及功能完备的“全接口”，方方面面从游戏玩家实际应用需求出发进行设计。

海尔的用户调研显示，用电脑进行游戏、工作的时间越长，得“电脑病”的机率就越大，而解决的办法就是每隔一段时间就进行一次全身的运动。但时间与不方便等诸多因素，让很多用户无法注意到对健康的呵护。为此，海尔在游戏超极本7G-5S内置了全新的第二代健康3D体感技术，利用多款3D体感游戏，用户无论是游戏之余，还是工作之后，只需面对内置的720P摄像头，便可以轻松实现健康运动。

除了3D体感技术之外，7G-5S也解决了传统超极本功能接口“缩水”的问题。特有的VGA接口以及HDMI接口，轻松实现将游戏屏幕“最大化”的需求。另外MSATA与USB3.0接口的设计，更是方便玩家们传输大数据。而第四代杜比音效认证的音箱，与关机充电功能，让玩家可以更加身临其境享受游戏的同时，更为各种玩家在这个移动设备盛行的日子提供实实在在的便捷。

业内资深人士认为，作为《永恒之塔》全球独家定制游戏超极本，海尔7G-5S是移动互联网时代用户价值导向下诞生的产物，它不仅将在超极本市场引领消费新潮流，更将会打破超极本无法进入大型网游用户市场的僵局，促使超极本成为笔记本市场的新增长动力，全面推进超级本的普及和发展。

（璐茵）

长城全球酒庄群首席酿酒师米歇尔·罗兰系列酒上市 品鉴全球精彩 臻享极致佳酿



多元文化享受；更以“将西方美酒哲学融入东方土壤”的酿造理念，为中国酒庄再添新坐标，令中国酒庄酒的品味与品质进入世界高度。

早前，米歇尔大师访华时曾谈到：“长城全球酒庄群吸纳了全球最好的产区资源，这些产区的葡萄酒风格和个性都很突出，酿出高品位酒庄酒非常令人期待。”此番上市的长城全球酒庄群首席酿酒师米歇尔·罗兰系列酒，正是将新旧、东方世界高品位酒庄酒全部收归其中的力作。

自古以来，葡萄酒始终被称为“上帝的血液”。当长城全球酒庄群首席酿酒师米歇尔·罗兰系列酒以跨越地域、跨越文化的完美形象展现于众人面前之时，足以令每位品评者体验到“天人合一”的最高酿造境界。而中粮长城全球酒庄群未来版图还将持续扩容，增加宁夏、新疆等国内酒庄，并收购澳洲、美国等海外酒庄，引领“东方世界，全球佳酿”继续夺目于世界舞台。

（亚衡）

福特全顺促销风暴 最高让利25000元



日前，福特全顺“真金回馈”大型让利促销活动在全国范围内火热展开，经典全顺最高优惠25000元的让利幅度，为商用车市场树立起高性价比标杆。同时，北京、广州地区的轻客老用户在换车时，更可获得大额现金补贴。

福特全顺“真金回馈”活动自年初推出以来，以实打实的现金让利，一举拉低

了欧系轻客“高质高价”的门槛，使消费者在购车过程中真正获得实惠。

应客户的广泛要求，“真金回馈”活动在9月继续展开，经典全顺长轴以上车型优惠25000元。凡北京、广州地区的轻客老用户在换车时如果选择全顺，更可分别获赠4000元、6000元现金补贴。

作为商用车制造专家福特全顺进入中国的第一款车型，由江铃汽车和福特联合推出的经典全顺，将福特优异的全球性设计和江铃的先进造车技术融为一体，在每个细节上都提出了高品质要求。

福特全顺表示：“我们始终把消费者放在最核心的位置，今年以来的一系列让利回馈，正是希望消费者能够感受到福特全顺的诚意，并从中真正获得实惠。”

（凯方）