

爱普生LQ-1900KIIH 财务部门用户首选

财务部是任何一家企业都必不可少的重要职能部门,承担着企业日常运营中的现金流通和各种账目统计的工作。正如财务部之于企业,打印机对于财务部来讲也是必不可少的。每出具一张单据或报表,都离不开打印机,可以说,没有打印机,财务部的工作就无法正常开展。李先生是一家公司的出纳,每当谈到打印发票的困扰时他就会滔滔不绝,究竟是遇到了怎样的麻烦让他有这般困扰呢?带着这样的疑问,记者走访了李先生。

稳定耐用更可靠

李先生说,公司原来用的打印机不但打印速度慢,而且经常出现断针、进纸不顺畅等现象,极大地影响了工作效率,他为此还经常受到老板的批评。后来在一次同学聚会上,李先生在不经意间和大学好友张先生聊到此话题。但同样身为财务的张先生却从来没遇到过这样的情况,出

于好奇,李先生就询问了打印机器型号。

张先生说:“我公司使用的是爱普生LQ-1900KIIH针式打印机。这款机器安装非常方便,除了打印速度快、整机使用寿命长、色带容量大、拷贝能力强等显著优势外,产品性能也非常稳定可靠,平均无故障时间长达2万小时。同时,LQ-1900KIIH超强耐用的打印头设计可承受4亿次击打,打印总量高达4000万行,产品使用寿命更长久,性能更可靠,不信你也可以试试看。”

高效便捷更从容

听张先生说完,李先生惊讶地说道:“你怎么对打印机这么了解啊?我上次采购的时候先和你咨询一下就好了。”张先生笑称:“起初我也不怎么了解,在使用爱普生LQ-1900KIIH之前我也遇到过和你一样的情况,后来就自己琢磨起来了,毕竟打印机和财务工作息息相关嘛,更换了爱普

生LQ-1900KIIH以后,不但打印速度变快了,工作质量和效率提升了,而且使用起来也是特别方便,后来就一直用着。”

可见,爱普生LQ-1900KIIH在满足用户需求方面游刃有余,打印速度可以达到中文270汉字/秒、英文480字符/秒,让用户不再做无谓的等待,也使工作效率得到更大的提升。其标配的USB口与并行接口使用起来也更加方便。同时,在满足用户打印多联票据的核心需求方面,LQ-1900KIIH具有1+5联的强大拷贝能力,能够一次完成6联复写纸打印。此外,爱普生LQ-1900KIIH拥有128KB的打印缓冲区,即使是面对超大负荷工作,它也能够从容应对,满足用户所需。

听了张先生的介绍之后,李先生顿时开朗,“下次办公用品采购的时候我也买一台试试”他说道。

(刘欣)

平安银行发布中国供应链管理调查报告:供应链成本压力大 融资比例低

近日,平安银行等机构在深圳发布2012年中国供应链管理调查报告,呼吁各界关注供应链管理的成本、融资与稳定等关键问题,并建议加速中国供应链管理行动,健全供应链管理组织、加快供应链电子商务的应用和技术投入。

报告披露,在宏观经济增速趋缓的环境下,企业同时又面临着不断攀升的原材料和劳动力成本,行业竞争日益白热化。59%的受访企业认为,公司所处行业的竞争非常激烈。其中,周期性行业如钢铁、煤炭行业由于产能过剩和政策调控等原因,竞争较其他行业尤为激烈。企业明显感受到成本压力,有95%的受访企业认为成本是重要(47%)或比较重要

(48%)的考虑因素。大型企业的竞争压力和成本压力较中小企业明显。

参与供应链金融的企业当中,应收账款融资和存货融资占主导地位,而预付账款融资次之。企业在选择供应链融资服务银行时,考虑的前三位购买因素分别是贷款利率、贷款额度和银行的品牌,说明资金成本仍是企业的首要关注因素。

报告披露,阻碍提升供应链管理水平的因素很多,而体制性因素是首因。这其中,包括企业高层对供应链管理的认知度和重视度、供应链管理组织的设置、专业人才的引进和培养及专项资金的投入。调查显示,多数企业(72%)没有在企业内部设置供应链管理部门。这一结果表明,企业内部缺乏

统一协调和组织计划、采购、生产、销售等活动的专职部门,以快速应对客户需求。大型企业已设置供应链管理部门的比例占受访大型企业的44%,该比例比中小企业高出1倍。

该调查自2012年4月至9月间进行,历时半年。参与调查的821家企业,涉及机械(14%)、电子(14%)、化工(14%)、医药(13%)、零售(12%)、煤炭(5%)、钢铁(5%)、汽车(5%)及其他(18%,包括房地产、建材、金融、物流、广告等)等多个行业,以制造业和流通行业为主。同时,这些企业分别位于供应链中不同的环节,如原材料和零部件的供应商,处于中游的制造企业,也有处于供应链下游的零售商和分销商。

(王凯)

CR-V 新两驱省油更保值 产品升级再次风靡SUV市场

近日,随着CR-V新两驱版的上市,CR-V整体的产品性能再次升级,产品线也得到了进一步的扩充。此次增加的经典版EXi、豪华版VTi两款新两驱版车型,凭借着CR-V一贯的省油、高保值等产品力和口碑优势,迅速提升了客户到店量以及终端销售量,在短时间内已获得专家与消费者的多方好评,再次风靡火热的SUV市场。

据悉,在CR-V新两驱版推出的同时,在十周年之际为进一步感恩回馈,CR-V的整体

性能也得到了再一次的提升。除了对EXi以上车型的后尾窗进行了技术处理以提升私密性外,所有的四驱车型均升级为E-DPS实时智能四驱系统,在提升车辆行驶性能的同时降低油耗。而相对于四驱车型,两驱的发动机负载也明显减小,因此油耗将在此基础上进一步优化降低。在配置相同的前提下,CR-V新两驱版的价格也分别比对应的四驱版车型低1万元。因此,对于那些喜爱SUV的造型和操控,而功能需求更偏重于代步和休闲的城市消费者来说,新两

驱版CR-V将是他们更加经济实惠的选择。

作为“城市SUV”市场的开创者与引领者,CR-V新两驱版的上市以及产品性能的升级将为消费者提供更多的选择与便利。而正如东风Honda领导所提到的,“目前,两驱版仅占CR-V整体销量的20%,而针对现实需求,预计CR-V两驱版未来销量占比将达到CR-V销售总数的一半。”

(李雪碧)



5月销量75967台 东风日产淡季飘红



逆袭淡季,NISSAN品牌持续发力

数据显示,新一代轩逸双车型取得了19428台的销量。自2012年7月上市以来,新一代轩逸就凭借其优异性能和“越级款待的旗舰家轿”的定位,受到了市场的热烈欢迎,持续保持在销量高位。值得一提的是,上市10个月来,新一代轩逸已斩获了174503台的累计销量,“高、富、帅”的产品实力不可小觑。

3月上市的新世代天籁,也延续了4月销量的强劲势头,5月份继续高歌猛进,摘得10589台的单月销量。精准的“豹式操控”为消费者带来了非同凡响的驾驶体验;而“天籁体验馆”、“三冠王”挑战赛、“天籁销售宝”等创新举措,也迅速提升新世代天籁的人气和认知度,并最终反映到销量上来。

在SUV品牌中,新逍客的表现也不同凡响,5月销量达10770台,环比增长15.4%,创下自今年1月份以来的最佳销量纪录。可以说,凭借出众产品力优势和准确品牌定位,新逍客已经在SUV市场上站稳脚跟。

此外,新Tiida和Sunny阳光的表现也不遑多让,分别以9938台和9218台的销量紧随其后,备受消费者好评。

2013款上市 启辰引领“国民车”的新标准

作为东风日产倾力打造的全新品牌,自2012年4月首款车型上市以来,启辰一直保持热销态势。而在今年4月,启辰2013款D50、R50正式上市。根据市场反馈,启辰2013款在能效、时尚、品质、服务、空间等方面进行多项改进,树立了紧凑型家轿价值新典范。特别是其综合工况油耗仅6L/100km的优异能效表现,更为其增加强大的竞争力。

5月,启辰双车型共斩获7920辆的销量,成为合资自主品牌上的最大赢家。同时,启辰品牌累计销量接近8万台,引领高品质“国民车”的新标准。

专家指出,启辰品牌能在首款车型上市一年之后就推出改款,其研发能力不容小觑;在能效上的突出表现,也必将让启辰品牌获得更多消费者的青睐,引领合资自主品牌的节油浪潮。随着NISSAN、启辰双品牌的全面开花、东风日产的体系力的进一步夯实,新十年蓝图也将向着更高目标挺进。

(王凯)

体验全新SOUL 秀尔 乐享玩乐生活



夏日随着阳光的逐渐炙热姗姗而来,虽然气温还没有

有呈现出突如其来的热情与蒸腾,但夏日车市还是将酷辣的景象演绎到了极致。SOUL秀尔第一时间以令人心潮涌动的特别版车型为你上演“无处不玩乐”的时尚汽车生活。

由起亚首席设计师彼得·希瑞尔设计的SOUL秀尔,天生就是一款极具感染力的“车界”尤物。5月13日,东风悦达起亚推出的新秀尔,在“DESIGN KIA”设计理念指导下推出两款特别版车型,以高档的外观内饰和优越的性能配置,倾情演绎玩乐车界市场。作为潮流之车,别具风格的BOX车身是SOUL秀尔吸引目光的最大亮点之一;颇具运动范的虎啸式家族脸谱,使得前脸更显动感风格,符合当下年轻人的审美情趣;

6款迥异的车身颜色,是设计者不断追求完美的选择;而代表着自由驾驭系统的一键式启动、高效全自动空调、高品质音乐播放器等细节配置将进一步凸显新秀尔动感、时尚的玩乐魅力,让更多消费者认知、喜爱这款新风格都市跨界车。

截止到6月2日,秀尔网的访问量超过31万次,收到的作品超过2000多份,新秀尔在网络平台上的高关注可见一斑。此前,SOUL秀尔以一场引领时尚的“鬼步舞”大赛深深契合年轻一族的内心向往;更靠着独特趣味的创意发想,打造出3只真人大小的仓鼠作为SOUL秀尔的广告主角,其展现的青春态度激励着年轻一代探索生活更多的可能。

出众的产品力辅以精准的营销手段,使SOUL秀尔实现了对时尚都市生活和潮流文化的完美演绎完美。接下来,充满自信态度的新秀尔将更加令人期待! (李哲)

融入社会 共享价值 奥林巴斯以科技助发展

近年来,我国加大了基础医疗的投入,在全民范围内普及消化道疾病筛查和早期预防成为一项既定措施。与此同时,一些先进的跨国医疗企业,也不断地将先进科技和科学的理念融入中国社会。如全球领先的医疗器材制造商奥林巴斯,在内窥镜和微创手术领域享有盛誉,在提供各种先进内窥镜和手术设备,助力筛查战略的同时,也同步引进了先进的健康理念和科学有效的公众健康意识普及方法。

2009年,奥林巴斯在上海建成了其在华第一家医疗技术培训中心(简称C-TEC),作为其医疗事业在中国的技术培训基地,拥有医疗培训、产品展示、学术

Mazda CX-5 上市一年独揽全球50项大奖

自去年2月问世以来,集“创驰蓝天”技术和“魂动”设计于一身的Mazda CX-5(以下称CX-5)风靡全球市场,上市一年就揽获多达50项重量级汽车大奖,其中包括5项技术类大奖,2项全球级设计类奖项,2项安全测评类奖项;更值得骄傲的是,CX-5在全球17个国

家地区斩获多项“年度车型”称号。此外,CX-5全球销量已突破20万辆(最初目标16万辆),日本国内年产能从最初的16万辆一步步扩充至24万辆——尽管如此,CX-5在全球多个地区仍出现供不应求的排队购车现象,受欢迎程度超乎想象! (刘欣)