

帝度征战高端家电市场 是实力派还是偶像派



有评论言,当家电行业政策逐渐退出以后,行业的增长将趋于理性,消费升级的趋势将使得高端家电市场得到较大的增长空间。顺势而为推出高端家电的厂商不在少数,但能够在白热化的竞争中脱颖而出

的并不多,合肥三洋旗下的高端品牌帝度便是其中之一。

业内人士分析,帝度品牌的成功秘诀关键在于对行业发展趋势的准确预判,以产品为核心,在品质技术上实现持续创新;以渠道为重点,完成了精耕细作;同时注重对消费者的潜心研究,并构建了完整的品牌价值体系。

处于家电大转型时代,各家都在寻找自己的出路。很多厂商在考虑到一二线城市消费需求的饱和而更多地将目标聚焦在了三四线城市。合肥三洋在发展的过程中在瞄准三四线城市的同时更关注到了消费者的核心需求。

纵观家电市场发展,转型升级是大趋势,而引领趋势必须依靠高端化、高品质的产品支撑。基于此,合肥三洋顺势

而为推出了进军高端家电的独立品牌——帝度。

未来的消费群体在哪里?合肥荣事达三洋副总裁、营销公司总经理章荣中日前在帝度经销商会后接受采访时表示:“80后”和“90后”必定是以后消费的新兴主力军,海尔做卡萨帝品牌实际上是非常清楚的看到了未来的发展,打造出艺术家电的概念。不同的是,帝度更加注重品质内涵,突出产品的高端化、国际化,体现出对行业未来趋势的前瞻。

顺应这样的趋势,以消费者核心需求为导向,在产品和渠道上倾力而为的帝度,在未来不仅会成为具有时尚化、国际范的偶像派,其未来可期的品牌价值,更被看做是引领冰箱行业发展的实力派。

(刘红)



K56CB采用了华硕独家IceCool酷凉散热技术,该技术藉由原件设计优化并搭配散热模块,能够迅速排热保持清爽,令本本最容易发热的腕托部分温度持续低于人体平均温度。

详情请点击: <http://event.asus.com.cn/2013/0315xNB/>。

(张伟)

做为会议承办方的驻马店市长武国定介绍,今年中国农治会以“开放·合作·科技·发展”为主题,以促进农业发展方式转变为目标,以投资、贸易和技术合作交流为重点。介时,将举行大会开幕式、重点投资贸易项目签约仪式、农产品产销对接及采购项目签约仪式、中欧农产品加工业技术交流会、科研成果转化发布与合作洽谈、新闻发布会。

(陆科)

宅家必备 华硕 K56CB 大屏独显性能强大

随着气温的升高,人们宅在家中的时间越来越久,如何度过这一个又一个的漫漫长日?采用了Intel第三代酷睿i系列处理核心的华硕K56CB,同时强力搭载了具有2GB大容量显存的NVIDIA GeForce GT 740M独立显示芯片,再加上华硕独家IceCool酷凉散热技术的完美融入,强劲性能,贴心配置,华硕K56CB让您轻松畅享完美夏日居家生活!

Intel酷睿i芯 极速效能体验

作为一款兼具时尚雅致外观和震撼强劲性能的强悍机种,华硕K56CB不仅有着21mm、2.0kg的纤薄体型,同时其更豪华搭

载了Intel第三代酷睿i系列高效处理核心,有着迅捷流畅的快速响应能力。

NV GT 740M独显 完美画面显效

为了让用户体验到高清的画面显效,华硕K56CB配备了拥有高达1366×768分辨率的15.6英寸LED高清背光显示屏,并强力搭载了拥有2GB大容量显存的NVIDIA GeForce GT 740M独立显示核心,具备令人惊叹的图形和视频处理能力,能够轻松应对日常生活中的中的视频和图形处理问题。

酷凉散热技术 清爽酷凉享受

夏季用本,最忌本本“头脑发热”,为了让用户拥有全天候清凉酷爽用本体验,华硕

中国农产品加工业投资贸易洽谈会将于9月举行

近日,2013年中国农产品加工业投资贸易洽谈会新闻发布会在北京河南大厦举行,河南省副省长王铁、农业部总经济师、部党组成员杨绍品和驻马店市市长武国定分别就中国农洽会连续召开15年来取得的主要成效和今年会议的筹备情况作专题发布。

王铁介绍,2013年中国农产品加工业

投资贸易洽谈会,将于9月6日至8日在驻马店市召开。本届农洽会“农”味很足、“文”味很厚、“情”味很浓、“中”味很醇。今年开始,“全国农洽会”更名为“中国农洽会”,一字之改,赋予了农洽会新的内涵,走向了更高的层次,国际化、市场化、专业化程度进一步得到提升。

10年磨一剑 品牌运营管理成为东风日产核心竞争力？



近期,汽车界的一大盛事就是东风日产的10周年大会。而在笔者看来,10年光景,即便不细论成败,东风日产也已经开创了一条独特、属于自己的发展道路。

10年之路,值得东风日产和行业同仁深思的有很多,笔者想到最多的是,我们从上世纪90年代正式启动合资以来,究竟合资车企锻炼出了什么样的能力,而最核心的竞争力又是什么?

对于任何一个全球背景的汽车制造商来说,中国市场都是势在必得的战略高地。当只有合资公司这“华山一条路”的时候,不可否认,能否解决“合资不合心”这个课题,将直接决定企业发展的前景。

多年过去了,在笔者的印象中,对于合资企业,很少能像东风日产和上海通用在真正意义上有效解决合资双方的文化冲突。2004年的激烈冲突和随后的沟通、反思,诞生了今天业界耳熟能详的《东风日产行动纲领》。所以,显而易见的是,文件本身远远没有这个过程重要——就连卡洛斯·戈恩也曾说过,学习《行动纲领》,最重要的是学习整个创制过程。无疑,整个过程里面体现的战略思维、政治智慧和沟通技巧,只有包容的文化才能确保合资双方尤其是继任者冰释前嫌同心协力。

然而,“合心”其实还是合资企业在成立初期的阶段性产物,尽管它在我们身边是那么难得和必需。

最核心的竞争力其实在于品牌运营管理能力。

在解决了合资合心的基本问题之后,合资车企首先需要的是类似东风日产团队这样一群“想干事、能干事、干成事”的人。接下来,我们还需要一个强大全价值链体系,把经销商供应商的力量整合到一个大市场之中。站着说话不腰疼,真的做起来,品牌特征、市场调查、产品导入、渠道建设、商务政策、营销策略……事无巨细,却又归于一个宏观的视野。

从国内汽车和品牌发展的历史来看,单个企业年销量超过100万辆的汽车企业,没有一家是靠单个品牌实现的。所以东风日产很早就意识到,如果企业只有一个品牌,竞争力会削弱而且规模效益必然无法发挥。由此,启辰品牌的诞生并非来自国家产业政策的新要求,而是来自东风日产自身主动对中国汽车市场需求和趋势的分析、也来自日产和东风高层的战略眼光。从今天的市场业绩和上市态势去看待启辰,至少可以说,它是目前最成功的合资自主品牌。

下一个步骤将针对英菲尼迪。是英菲尼迪事业部还是以其他架构形式来运营?重要吗?其实不重要,关键还是团队和团队中的人,毕竟商业逻辑是一样的。

再退一万步,假如这个3个品牌一夜之间都没了,东风日产人也许有能力很快就作出另外一个全新的品牌。

(小雨)

奥林巴斯IX3问鼎“科技奥斯卡”

在日前揭晓的2013年度R&D100大奖(R&D 100 Awards)的获奖名单中,奥林巴斯IX3系列倒置显微镜凭借其易操作性、更高的成像精度和灵活的功能拓展性,成功跻身2013年度全球最具代表性的100项先进科技成果之林,获得成像类产品大奖。

拥有“科技奥斯卡”之称的R&D100大奖,迄今已经成功举办了51届,成为行业最佳品质的代名词。每年,从全球上千项科技创新技术中,依照其科技突破性、创新独特性及应用实用性3项标准,评选出全球100项年度最具创新意义的商品化技术。

获得本届R&D100大奖的奥林巴斯IX3系列倒置显微镜诞生于2012年,被主要应用在细胞生物

学、神经生物学、发育生物学、分子生物学、光生物学等领域,是科研工作者进行更高水平的活细胞研究的最有力武器。作为能提供活细胞成像的高度可扩展的光学平台,它的设计基于科学家用户的工作流程需要,拥有灵活的结构和容易利用的光路,可以提供高分辨、高反差的生活细胞图像。

此前,用户需要进行大规模的部件拆卸,才能完成显微镜功能的增加,但在IX3系列中,此项升级只需通过抽拉盒式功能模块即可实现,即使完成非常复杂的实验,搭载更复杂的外围设备,IX3系列显微镜也能够在规定时间内完成系统功能的重新定制。这项创新设计,对科研工作效率的提升具有重要的里程碑意义。(杜威)

海尔空调送来夏季清凉

近日,福建省建瓯市海尔空调用户炼女士致电本报,她最近新购置了两台海尔空调,海尔的安装人员不仅快速地为她安装完毕,而且服务态度也很好,令她十分满意。炼女士表示,当天购买的空调,24小时之内就安装好了,而且海尔的安装人员很客气,安装前还进行了用电环境的测试,非常负责任。

炼女士表示,整个安装过程他们都非常仔细,并且执行的是无尘安装,对环境没有影响,安

装效果也非常理想,线路布局十分合理。安装完后,他们还不忘将现场清理擦拭干净。此外,安装人员还告诉炼女士,她可以直接通过手机收到的短信,在手机上通过上网直接进行服务评价,实时对海尔的服务进行监督反馈,保证用户对服务的感受可以第一时间传递到海尔总部。以前炼女士只知道电话回访,没想到海尔已经通过互联网进行评价了。炼女士说,选海尔不后悔,以后她会继续支持海尔。(王东)

江苏省常州市钟楼国土局节约集体用地

江苏省常州市国土资源局钟楼分局始终把管好日渐稀缺的土地资源,助推地方政府转变经济发展增长方式,促进当地经济社会可持续发展作为己任,坚持土地节约集约利用发展战略,在大力创建生态工业园区工作中,探索了土地资源节约集约利用之路。

抓规划科学园区空间布局:钟楼国土分局协助钟楼区政府合理制定了钟楼经济开发区发展总体规划,形成了科学的“一体两翼”空间布局,从根本上避免用地混杂现象的产生,优化了居住、商业、文教区、工业区的环境。抓准入严

格园区土地供应标准,实行土地供应条件倒逼机制,坚持“有保有压、节约集约”的供地原则,助推政府引入高、新、尖企业,提高土地利用效率,优化土地配置。三年来,共安排经济开发区工业项目用地694.95亩,使经济开发区工业产值提高10%,地均GDP提高10%,有力地促进了钟楼经济开发区土地节约集约水平。抓配置提增园区土地利用效应:推进“腾笼换凤”工作,实现了高强度产出、高效益经营、高税收贡献目标。2013年上半年,园区实现工业增加值约58亿元,人均工业增加值达到30多万元。(施冠军)

五个结合推进土地执法工作

江苏省常州市国土资源局钟楼分局近期高度重视土地执法工作,坚持专门工作与群众工作相结合,坚持日常执法与卫片执法检查相结合,坚持目标责任管理与联合执法相

结合,坚持执法创建与夯实依法执法基础相结合,坚持行政指导工作与行政执法工作相结合,土地执法工作水平进一步得到提升。

(李丽)

东风日产10年大事记

2003年,10年征程从头越

不断膨胀的中国市场,吸引了全球车企的眼光,也让本土车企乘上了发展的东风。在2002年东风汽车公司和日本日产公司正式签署长期全面战略合作协议的第二年,东风日产乘用车公司正式成立,也宣告了国内最大规模的中外合资汽车公司的正式诞生。2003年,东风日产销量就达到6.5万辆,以“后来居上”的挑战者姿态一举跃居车企销量第十位,打响了发展历程中的“开门红”,也迈出了10年征程的第一步。

2005年,从“合资”到“合心”

从寒流中走出的东风日产放慢了前进的步伐,以一个年轻合资车企所少有的谨慎,审视合资以来暴露出的问题。在深刻总结文化矛盾的基础上,东风日产以《东风日产行动纲领》的形式把中日双方的价值观、文化观和经营理念统一起来,实现了“从合资到合心”的跨越。同时,它也开创了中国合资企业以核心价值观为基础,以制定合资公司基本法为手段,最终落实到解决具体问题的整合方式,在合资企业的管理上具有里程碑式的意义。

2007年,4年新生三级跳

随着中国汽车市场的快速发展,东风日产也驶上了“腾飞”的起跑线。作为“2的3次方”计划的收官之年,在这一年里,东风日产全年累销量271915辆,行业排名第七位,取得了35%以上的市场增长。这一增长速度被誉为“4年新生三级跳”。

2008年,梦想照进现实

2008年,是东风日产的梦想之年。这一年,东风日产完成了100万辆产销量,成为国内最快完成100万辆产销目标的合资车企。同时,新车型的不断推出和对服务的不断优化,也推动东风日产凭借全年累计销售汽车350520辆,同比增长28.9%,位居行业第6位的完美战绩,成为销量排行前十位车企企业中唯一没有调整产销目标且超额完成任务的企业。

2010年,双品牌纪元开启

面对中国车市的持续蓬勃,东风日产深切地认识到,一个品牌的单线发展已然不能满足中国车市的需求,双管齐下才能与发展浪潮中抢得蛋糕。在这一年,东风日产隆重发布了“启辰”品牌,标志着东风日产进入“双品牌”的全新时代。

2012年,两款新车,两个承诺

随着启辰D50的正式上市,启辰品牌成为推动东风日产发展的双引擎之一,也成为中国合资自主品牌里一颗新星。同年9月,启辰R50的正式上市,也为启辰品牌注入了更为新鲜的血液。自此,启辰品牌正式腾飞,不断刷新销量纪录。

9月,在经历了特殊事件之后,东风日产用“安全保障承诺”和“品质无忧承诺”,许给超过400万新老车主一个安全无忧的用车生活,也彰显了前所未有的商业道德和企业责任。

2013年,转折点

2013年,既是旧10年的句点,也是新10年的序幕。

3月,东风日产旗舰车型新世代天籁璀璨上市。凭借其独有的四大产品力优势和首个针对新车上市的创新服务模式“天籁行动”,新世代天籁仅上市40天,销量就逼近1.8万辆,引领中国中高级车市场走向一个全新的价值方向。

