

行业资讯

三星行业客户体验中心上海揭幕

日前,三星行业客户体验中心正式在上海汇璟生活广场落成揭幕,为行业客户提供更多创新型行业解决方案服务体验。这是三星在中国的首个全行业解决方案体验中心,比此前建成的三星商用行政访问中心(北京)的规模更大、设计更高端,标志着三星商用业务在中国的发展跨入全新阶段。三星商用的中国战略正在加速启航,其全球战略也在向既定目标前进。

三星高层领导均出席了此次开馆仪式。三星电子大中华区总裁朴载淳先生、三星电子大中华区CE本部总裁秋淙哲先生、三星电子大中华区商用事业部总裁权松先生、三星电子大中华区商用事业部副总裁李建民先生,以及各届人士代表,共同为三星行业客户体验中心开馆揭幕,掀开了三星商用发力中国市场的新篇章。

三星行业客户体验中心共分八大展区:无缝连接的移动商务新体验、全新医疗保健体验、全新智能建筑体验、全新健康医疗体验、全新智能学习体验、全新智能零售体验、全新智能酒店体验,以及艺术画廊、会议室,汇聚了从打印输出设备、大屏幕显示器、酒店电视、商用笔记本、智能家电、数码影像等产品,以及面向政府、教育、医疗、建筑、酒店、零售等众多行业开发的针对性解决方案。

经过多年发展,三星已经成为全球商用产品线最完整、技术含量最高的厂商之一,可以为客户提供全面的行业信息化终端产品和解决方案。目前,三星商用解决方案已有百余种,遍及政府、金融、广告、教育、酒店、交通、公安、军队、能源等各个领域。

三星电子大中华区总裁朴载淳先生强调指出,“B2B事业是三星最重要的战略方向之一,中国是全球B2B业务最重要的市场。”得中国者得天下。根据相关数据显示,中国商务市场容量全球排名第二,占市场比重达到13%,并保持15%的年增长率,而全球的平均增长率仅为1.8%。随着中国商用市场的快速增长,三星更具互动性、整合度和移动便捷性的智能商务体验,有望成为中国乃至全球商务市场的标准典范。

北京汽车月销量突破3万辆

本报讯 2013年12月北京汽车共销售34143台,首破3万辆大关。至此北京汽车累计销量完成200236台,超额完成全年目标。不仅如此,进入2013年以来,北京汽车1月销量突破1万辆、10月突破2万辆、12月突破3万辆,销量在一年之内实现“三级跳”式增长,一跃成为今年车市的最大黑马,让业界再次领略到了“北京汽车速度”。

北京汽车的快速发展离不开手中的三张王牌,即“高质产品”、“精准营销”和“信赖服务”。除了中高级轿车绅宝、时尚小车E系列和微车品牌威旺,北京汽车首款时尚硬派越野车BJ40也在2013年12月正式投放市场,产品体系进一步完善。另外,北汽股份在2013年11月19日正式获得国际汽车巨头戴姆勒的注资,后续将得到戴姆勒在资本、技术等多方面的支持。

北京汽车仅用两年时间,便大跨步走完了其他自主品牌用5年才能走完的征程。随着产品线的丰富、渠道的下沉完善以及与新股东戴姆勒技术合作的深化,北京汽车的能量或许会在2014年得到一个集中爆发。

陕汽推出行业首部关爱渠道成长微电影

本报讯 坚定成功梦想 共享成长价值。在今年陕汽重卡2014商务大会上,陕汽倾情奉献的行业首部关爱渠道成长的微电影——《卡车合伙人》震撼首映。

什么是合伙人?陕汽认为,合伙人就是有共同的目标,共同的信念,共同的追求,共同的拼搏,共同的价值。《卡车合伙人》,一部展现渠道生活的微电影,用温暖与真诚见证与渠道和用户多年来无间的合作,记录了我们创业之苦、发展之困、转型之惑和对美好生活的向往。

每一个情节、每一个画面都如此亲切、触动心灵;每一句话、每一个场景都让陕汽的合作伙伴感同身受。正如山东时代天成实业有限公司的赵总看完后所说:“《卡车合伙人》这部片子很好,里面的很多镜头,很多话语,让我们产生了共鸣,这些共鸣,恰是我们凝聚在一起的引力,也正是我们多年来与陕汽合作无间的印证,因为我们是荣辱与共、最亲密的《卡车合伙人》。”

车牌收紧 奔驰MPV或成购车新宠



《北京市小客车数量调控暂行规定实施细则》(以下简称《细则》)日前公布,并将于2014年1月1日起实施。根据新规定,机动车年度配置指标总量由24万个减至15万个。尽管《细则》表示会提高“久摇不中”者中签率,但指标总量的减少,加上摇号

号人群日益庞大,大部分消费者摇中车牌的概率无疑将一路走低。

在车牌日益供不应求的情况下,摇到车牌的京城消费者必然要对选购的车辆更为全面的考虑。根据某专业汽车网站提供的数据分析,在近半年的时间里,北京地区消费者对MPV车型的购车意向持续升温。行业专家分析,以往可以选择两台车来应付4+2+1(双方父母四人,夫妻两人、小孩一人)的大家庭集体出游,如今在车牌收紧的形势下,一台高品质兼硕大空间的7座MPV可谓正是他们解决车牌缺乏的最佳出行方案。

综观国内MPV车型中,品质最好和空

间最大的MPV车型非奔驰唯雅诺莫属。首先唯雅诺3200mm的轴距在同级车中难逢敌手,凭借超长的轴距所打造的宽敞空间,让唯雅诺在经常被忽略的第三排座椅上也能拥有与第二排座椅相比毫不逊色的乘坐空间。其次,唯雅诺的真皮座椅经过了适应性改造和优化,座椅软硬度更加适宜,贴合面的角度弧度更符合中国消费者的身体情况,即使长途驾乘也不易感到疲劳。不仅如此,唯雅诺拥有市面上为数不多的座椅面对面布局功能,再配合第二排座椅中间的可折叠式小桌板,让第二、三排乘坐区域立马变成了一个小型活动室,一家人面对面聊天或打牌娱乐成为家庭出

游最惬意的事情。

行业专家认为,北京车牌进一步收紧后,车牌的含金量无疑再次提升,高端品牌MPV车型所带来的附加价值更成为用户购车重点考虑的因素。在国内高端的汽车品牌中,只有梅赛德斯-奔驰旗下拥有MPV车型,因此奔驰MPV成为市场上最能展示用户实力和提升形象的MPV车型,这使奔驰MPV在北京车牌收紧情况下更显优越性。

(冉 荷)

产业视点

东风标致301热销 全球品质彰显新生代先锋中级车魅力

自2013年11月19日上市以来,东风标致301已经在竞争最为激烈的中级车市场拼杀了一个半月。虽说时间并不算长,但从各方获取的数据显示,这款入门A级车型已经呈现出上市即热销的良好态势,截至2013年12月底已累计销售超过4300台。

在刚刚结束的“301之路”试驾活动中,消费者不但共同见证了东风标致301的传奇品质和成就,还全方位领略了东风标致301集“全球品质”、“致雅设计”、“先锋配置”于一身的“新生代品质先锋中级车”的魅力。通过此次活动,也让我们充分感受到了东风标致对于301的重视,更凸显了该款产品对品牌发展的战略性意义。

近日,记者了解到,在2013年11月中旬以1.31亿元夺下《我要上春晚》独家冠名权后,国美再度出手,夺得央视唯一一档跨年特别节目《启航2014》的独家冠名权。

众所周知,作为国内最优秀的广告传播平台,央视有业内最高的传播覆盖率及收视率,其全国性的群众基础与国美全国性商业零售属性天然的契合。CSM数据显示,央视频道组的收视份额近4年持续上升,从2010年的30.33%增长到2013年上半年的32.36%,与省级卫视频道组28.7%的收视份额逐渐拉开距离。

就节目本身而言,经过2012和2013连续两年的成功举办,“启航”已经成为央视

301的上市,丰富了东风标致品牌在中级车细分市场的产品布局。作为入门A级车型的新鲜血液,它的到来,可以说是弥补了东风标致的产品空白。其8.47万元-11.67万元的价格与现在销售的308形成组合,使得东风标致的产品布局更加完善。

除价格之外,同属3系的两款车型在定位上也是各有侧重。308经过两年推广,我们可以清晰地看出其定位更加时尚,是面向城市精英的一款产品,目标群体为一二线城市白领。301则将目标锁定为30岁左右的社会新生代人群,而这部分人群则大多数生活在二三四线城市。

作为一款入门级中级车,东风标致

301拥有的2652mm轴距已属同级车型中最大,且保证内部大空间的同时并没有牺牲后备箱的空间。不仅如此,诸如一键启动、真皮座椅、ESC+四安全气囊和定速巡航等配置都出现在了这款车型上。

物超所值的不仅仅是301产品本身,还有东风标致为301用户量身定制的置换政策,即从购车之日起算,两年内用301置换任意一款东风标致车型,301第一年保值率可达80%、第二年保值率为70%,这项政策将执行截至2014年年底。这一政策最大限度提升了产品的保值能力,有效保障了消费者,特别是购置第一辆车的消费者的利益。

岁末已至,2013年“升蓝计划”硕果初



显,东风标致已经迎来前所未有的加速发展契机,301的问世更为其实现3年规划提供了强有力的筹码。未来,随着301在市场上的全面挺进,东风标致将为更多积极、乐观、追求生活品质的消费者创造愉悦舒适的汽车生活,以“全球品质”“活出来”!

(魏 勇)

国美独家冠名中央电视台跨年晚会

元旦特别节目的明星,拥有极高的社会美誉度。在此基础上,《启航2014——新年特别节目》打破传统的节目模式和观演方式,为全国人民奉献了一档氛围温暖欢乐、内容感人至深、设计简约不简单元旦盛宴。

本次《启航2014——新年特别节目》节目邀请了老中青三代明星,以及“嫦娥号”工作人员、亚冠冠军广州恒大球员、乡村最美教师等2013年热点人物参加本次跨年演出。

作为央视唯一一档跨年元旦特别节目,《启航2014》旨在为广大观众提供一个全家人共欣赏、同欢愉、聚亲情的跨年娱乐盛宴,坚持“以创新为本”的创作思路,这与国美致力于提升消费生活水平,积极探索

创新发展的理念不谋而合,这也是国美独家冠名该栏目的最主要原因。

据国美品牌中心负责人透露,作为一家拥有27年发展历史的家电零售企业,国美希望通过独家冠名央视跨年晚会,陪伴消费者共同跨越2013到2014这个蕴含“一生一世”之意的新年之夜,感谢消费者27年来对于国美的支持与帮助。未来,国美将以持续性的低价优势,人性化的体验服务感恩回馈新老顾客。2013年12月31日晚间,国美全国上千家门店在开展夜市促销活动的同时,也同步直播了本次《启航2014——新年特别节目》,让消费者在选购商品的同时,也能欣赏到这档央视跨年晚会。

国美高级副总裁何阳青在《我要上春

联想ThinkServer鼎力支持贵州监狱信息化

日前,贵州省监狱系统信息化建设一期工正式程建成并投入使用。由200台最新发布的联想Thinserver RD630双路机架式服务器、20台联想R680 G7高端4路机架式服务器、20台联想R525 G3双路机架式服务器、2套SureFibre 980存储系统以及4套SureFibre 680系统等组成的全新信息平台,在满足该省监狱系统关键需求的基础上,将各单位的信息系统整合在一个统一可控、安全可靠的信息平台之中,为实现高效管理信息化提供了重要支撑。

贵州省监狱管理局是省人民政府主管全省监狱工作的职能部门,由省司法厅管理。随着信息化建设的不断深入,为了对全省监狱进行更有效的管理,贵州省监狱管理局在省司法厅支持下,开展全省监狱系统信息化建设。本次是信息化建设一期工程,建立省级管理平台、省级远程容灾平台和各级子监狱监管安全、狱务平台。

在统一的网络基础设施支撑下,建立和整合全省监狱系统统一的信息资源库,构建

与政务业务紧密耦合、完全自主可控的统一信息安全防护体系,在统一的标准及规范体系支撑下,建立目录服务、信息安全服务和政务信息交换等系统,并通过内、外网服务接入门户,基于基础功能平台支撑并运行的社会应急、监测分析、政务公开、行政执法和内部管理5大政务功能平台,建设覆盖全省监狱系统的监管安全、罪犯管理、狱务公开等三大业务系统44个业务子系统。

面对项目中所提出的复杂要求,联想成立专门的项目组,严格考察各级监狱应用系统的构架情况,针对不同平台的不同需求特点,为该项目推荐了适用于不同场景的五款核心高性能服务器存储产品。

其主要优势体现在:
核心两路高性能服务器:

ThinserverRD630
联想Thinserver RD630为2012年6月最新发布的高性能双路服务器,在计算性能、存储性能、网络吞吐能力等方面拥有优秀的性能表现。RD630装备英特尔最新的E5-2600

系列处理器,借助全新的构架设计,极大提高了系统总线的带宽,同比资源投入下,平台的整体计算能力较前代产品提高60%以上,充分体现其核心两路平台的高性能特点。

ThinkServerRD630采用业界一流的五年设计寿命,保证用户投资,并吸取全球用户对于品质和安全的要求并落实到产品中。RD630在关键部件上均采用冗余构架设计,处理器、内存、硬盘、电源、风扇等主要部件均可实现冗余机制,以避免单点故障,保证系统稳定运行。RD630凭借优异的性能表现和良好的性价比,特别适用于部门级关键业务处理、中小规模核心数据服务、大型办公自动化、中型虚拟化服务等重要应用。

核心四路高性能服务器:R680G7
联想R680G7装备性能强劲的英特尔至强E7-4800系列处理器,在内存、磁盘I/O、网络吞吐等方面,均采用了优化式的设计思路,以体现其高性能平台的特点。

R680G7采用全冗余构架设计,处理器、内存、硬盘、电源、风扇等主要关键部件

均可实现冗余机制,有效避免了单点故障,最大程度的提高了系统稳定性。R680G7作为联想核心四路服务器平台,特别适用于大规模核心数据处理、可靠性要求极高的关键业务、大型网络的主干服务、大型虚拟化综合服务等重要应用。同时,系统具有双重锁错功能。

核心存储:SureFibre980
联想SureFibre980作为一款企业级高端光纤存储产品,可用于大型数据中心的存储基础架构,可实现数据备份与业务容灾等高端应用,更可胜任企业资源计划系统(ERP)、邮件服务器、数字媒体资产管理等高端应用。

贵州省监狱管理局认为,在本次信息化设备采购项目中,联想根据监狱管理信息系统的业务特点,提供了具有很强针对性的产品平台,全新的ThinkServer服务器等产品以优异的性能表现和稳定的运行能力,有效保证了使用单位各关键业务的工作需求,同时最大程度地节省了投资成本,并为将来的系统升级预留了足够的空间!

(琳 琳)

GIOVANNI VALENTINO 决胜2014中国服装市场

加快国际化战略步伐,成功引进GV,充满信心决胜中国服装市场。邦诚国际董事长蒋志勇和GV创始人之一的安娜·贝拉都对此次牵手充满期待。

意大利百年品牌GV,从1908年建立之日起,就得到许多名流巨星的青睐,像中国朋友熟悉的雪儿、史泰龙等都是其忠实用户。它拥有全球最顶尖的设计师,他们在设计方面不断创新,在制作方面又秉承手工艺制作和纯天然取材。随着时代的发展,GV与时俱进,为不同精英男士量身打

造出经典系列、商旅系列及时尚系列,助力他们打造高品质生活。这与邦诚国际从创立之初就坚守的幸福时尚理念不谋而合。在邦诚人看来,幸福是一个普适价值,是每个人都拥有的权利。通过市场运营模式的变革和品牌的深耕细作,届时将会有更多中国男士感受到GV世界品质。

2014年秋冬GV男装将全面上市,预计到时在全国将开店150家。具体来说,GV将把一线城市直营店打造成品牌标杆;逐步推进二三线市场的GV专卖店;打

造当地时尚消费坐标。到2017年GV店铺将达到1000家。

邦诚国际董事长蒋志勇表示,敢于面对机遇与挑战,在日益理性的男装市场,GV这样的高级成衣还有很大机会,因为邦诚国际摸索出了一条有别于任何大牌的操作模式和成功经验,而且更接地气。

(熊 欣)

产业平台