

## 产业资讯

权重股上演“王者归来”  
银华锐进强势涨停

本报讯 近日,A股市场在券商、煤炭、有色等大盘权重股的带领下大涨,拥有最高杠杆比率的银华锐进更是强势涨停,单日成交额高达11.19亿元,超过所有同类产品之和。同时,银华旗下杠杆基金集体表现抢眼,银华瑞祥涨停,银华鑫瑞涨5.22%,银华鑫利涨4.37%。

Wind数据显示,截至8月4日收盘,沪指上涨1.74%,深成指上涨1.6%,而拥有近4倍杠杆的银华锐进则以涨停报收,基金单日成交额在10亿元以上的次数刷新至4次。对此,业内人士分析认为,标的指数符合行情特点,杠杆倍数高、流动性好是银华锐进始终领涨的关键所在。截至8月1日,银华锐进规模高达163.26亿元,是市场上规模最大的杠杆基金。

(雪真)

长盛生态环境主题基金  
盛夏首发

本报讯 炎炎夏日来袭仍难以驱散雾霾困扰,“霾伏”仍在各地上演,时刻警示人们向绿色中国转型迫在眉睫。另一项,A股市场在经过长达6年的漫漫熊途,近来连创新高,其中环保细分板块全面飘红。对普通投资者来说,由于环保主题涉及领域众多,各细分板块之间表现参差不齐,环保主题基金是投资该领域的最佳途径。考虑到目前市场上相关的公募基金产品仍属于稀缺资源,长盛基金把握市场先机,顺势推出了国内首只专注生态环境的主题基金——长盛生态环境主题混合型基金(000598),该基金于8月11日起在中国银行及长盛基金网上直销平台等全面发售,投资门槛更低至百元,进一步满足普通投资者掘金绿色革命的投资需求。

(晓丹)

华泰汽车新品  
引领环保“小时代”

本报讯 日前,随着华泰汽车几款重磅新车的换代和升级,迎合了消费群体对于实惠生活的需求,排量更小,油耗更低,动力却毫不逊色。在消费升级的大背景下,中国消费者走向成熟,小排量、新能源等环保技术受到追捧,以华泰汽车为首倡导的理性消费、彰显低碳环保理念的“小时代”悄然来临。

从高动力、高扭矩与低油耗完美平衡的角度出发,华泰汽车近年来重点聚焦小排量SUV的研发与推广。5月在刚刚落成的天津基地便隆重推出了一款时尚、运动的城市SUV——新圣达菲,搭载小型化1.5T汽油发动机,匹配6速变速箱。其发动机既满足用户对动力性能的需求,同时又实现省油环保的理念。

(雪真)

陕汽重卡全体验行互动路演  
西南区杀青

本报讯 日前,陕汽重卡西南区4站包含昆明、曲靖、贵阳、遵义地区的全体验行互动路演完美收官。

西南地区作为我国对外交通要地,地形以山地为主,结构十分复杂,但自然资源丰富,人口稠密,交通、经济相对发达。对公路运输车辆要求相对较高。陕汽重卡重载运输与标载运输车辆刚好适用于崎岖复杂的山路。本次大篷车互动路演驶入西南,一方面致力于打造用户体验沟通平台,另一方面有利于陕汽在区域市场内品牌影响力的提高以及市场占有率的提升。也标志着陕汽重卡亲们爱民走进山区,凸显高端技术,树立行业标杆。

(小民)

日产汽车首度发布在华企业  
社会责任报告

本报讯 近日,日产汽车发布了其首份在华企业社会责任报告——《日产在华企业2013年度企业社会责任报告》,主要汇集了日产汽车在华全资子公司日产(中国)投资有限公司、在华合资企业东风日产乘用车公司和郑州日产汽车有限公司以及英菲尼迪中国于2013年度在经济贡献、环保、安全等领域的进展与成果。同时,日产汽车亦通过网络平台发布了企业社会责任全球年度报告——《2014年度可持续发展报告》。

(周黎)

冰箱行业用户体验指数发布  
15款产品获“UET”证书

■本报记者 冉荷

8月6日,由中国家用电器研究院主办的2014年冰箱行业用户体验指数发布暨冰箱产品用户体验评测发布会在京召开。会上,海尔、海信、晶弘、美的、美菱、三星、新飞、LG、三洋、西门子等11家冰箱制造企业的15款产品通过本次评测,获得“UET”证书。

2014年,中国冰箱产业开局不利。据中怡康数据显示,上半年我国冰箱市场零售量1725万台,零售额436亿元,同比分别下降10.5%、8.6%,市场遭遇严重滑铁卢,冰箱行业的萧条度日已成定局,供需矛盾空前激烈,冰箱行业面临着新一轮的格局之战。

在颓靡的市场环境中,承接了更新换代需求

的高端冰箱成就了行业新的增长契机。如今,消费者对于冰箱的需求已经不仅限于冷藏、冷冻、保鲜之类,还增加对于外观、空间、健康、环保、智能以及精细化管理的新要求,“精”、“智”、“健”、“美”成为企业深化改革、布局高端的指导方针。

不过,高端高价的产品是否也能带来同样的消费预期呢?此言不尽然。毕竟,符合高端标准的产品不一定符合消费者的需求,高性能也不一定都是真实惠。如今,理性的消费者在关注家电的品牌和价格外,对产品的实际使用过程也有了更高的要求。对此,中国家用电器研究院展开了此次冰箱“用户体验评测”活动。

“用户体验评测(UET)”是由中国家用电器研究院发起,国内唯一一个由行业权威机构建立的基于用户体验的产品评价体

系。其主旨在打造一个公平、公正、权威的,由消费者亲身参与的产品评价平台。用户体验评测依托中国家用电器研究院独立、专业的检测实验室和用户评测实验室,针对与用户息息相关的产品功能/性能表现、使用和操作以及设计美学等方面,进行产品试验、服务调查及用户满意度研究,旨在向消费者提供公正、客观的产品评价信息,向社会推广优秀的、以用户体验为中心的产品,并希望藉此促进家电行业的创新发展,提升国人的生活品质,推动社会进步。

在颓靡的市场环境中,回归产品,提升消费者体验,是企业制胜未来,脱颖而出的不二法宝。

此次中国家用电器研究院用户体验评测实验室推出的冰箱用户体验评测活动,是针

## 国誉家具打造尽善尽美办公环境

无纸化办公的现今,令越来越多的企业员工每天都需要花大量时间面对电脑。长期的伏案工作,导致颈椎、腰部都出现各种不适。怎样解决亚健康健康问题,使办公效率增加?“让办公工具还原人体的自然状态!”,国际知名品牌KUKOYO国誉如是说。在一天近1/3的时间里,办公室就是家,工作其中,要效率更要健康!

在现代家具“私人定制”、“智

能化”需求下,业内专家认为,家具行业日趋成熟,市场各项机制逐渐完善,行业格局或将面临重新洗牌。正如KUKOYO国誉中国区市场总监所说,家具行业入行的门槛较低,在产品、营销、活动等同质化严重的当下,光靠“噱头”短期内已难撬动已成型的市场格局。未来家具行业的竞争将逐步从“硬实力”的较量转变为“软实力”的较量。

作为1905年便开始办公用品业务的老牌企业,KUKOYO国誉从1960年起涉足办公家具领域。从文具、纸制品产品的生产,发展到办公室整体空间的设计与规划,成熟的运营理念、贴近人性的办公家具设计理念,让KUKOYO国誉在众多家具企业中脱颖而出。

“软实力”是企业未来发展的动力引擎。KUKOYO国誉有着

丰富的空间设计经验,可以根据独一无二的办公环境,综合考虑公司的经营战略、工作方式、自身特点、预算、时间等因素,对办公室进行空间设计,力求打造尽善尽美的办公室整体环境。以产品为载体,在为客户提供整体办公家具设计时,除了考虑产品时尚、环保、美观、人性化等问题,更会考虑到将现代理念和各国办公文化融合在一起。(李莉)

## 中国国际家具展将迎20岁华诞

■本报记者 周明喜

9月10日至14日,中国国际家具展将在上海浦东迎来她20岁华诞。从1993年仅3000平方米,数十家中国参展商的家具展会专区

起步,到如今超过30万平方米和3000家参展企业,中国国际家具展览会作为中国元老级家具展览会,见证了中国家具体企业从小到大,从国内走向全球的发展壮大之路。

据介绍,家具展一直秉承精品原则,旨在打造出世界级家具贸易平台,除了声势浩大的中国制造大军外,本届展会海外展团除了法国、比利时、西班牙、葡

牙、马来西亚、印尼、新加坡展团,今年还新增了韩国展团,海外参展企业多达220家,采购商还将在现场看到今年首次亮相中国市场的巴西和波兰的家具企业。

作为献礼中国家具体20年的压轴戏,设计亮点在本届展会层出不穷,位于新国际博览中心W4、W5号馆的设计馆汇聚了106家原创设计企业和设计品牌,除了中国知名的原创家具品牌外,还汇聚了来自印尼、菲律宾、新加坡、印度、泰国、澳大利亚、比利时、瑞士、德国、印度及美国等16家海外设计品牌,将集中呈现2014-2015年度国际

家具家居流行趋势,为采购商提供丰富多样的高端选择,引领中国家具的未来发展趋势,展现中国家具设计力量。

旨在打造中国家具设计最高奖项的“中国家具设计金点奖”由中国国际家具展主办方与《ELLE DECORATION 家居廊》共同主办,特邀德国红点奖创始人/主席Peter Zec先生担任评委团主席,来自时尚、建筑、室内、平面、产品与艺术领域的知名设计师将共同参与到此此次大奖的评审当中,力图在中国打造“红点”级别的世界级家具设计大奖,扶持中国设计并逐步使

其在世界上树立声誉,并将中国国际家具展览会打造成真正的世界级原创家具展览会。

作为世界家具贸易重要平台的中国国际家具展览会首次举办电商采购订货会,意味着行业开始拥抱电商这一新渠道。电商采购订货会将汇聚对电商渠道感兴趣的参展企业,以及来自美乐乐、阿里系、京东等电商平台的采购商,在此区域还将举办为期一天半的电商论坛,邀请业内资深专家和领导者深度剖析“家具行业的互联网思维”,解析热门关键词“电商”、“O2O”等,预测未来行业发展模式。

## 艾考林空气净化器呵护呼吸健康

盛夏渐退,立秋悄悄来临。虽然现在的气候依然酷热,但秋天的味道已经渐渐可闻。人们在期待秋季清爽的时候,却也不得不面临这样的困扰:在雾霾横行的年代,夏秋交替,空气将变得越来越糟!作为中国首创高端静电式空气净化器,艾考林以“世界顶级的标准做最适合中国的空气净化器”,具有出色的净化性能,经济实用以及智能安全

的特点,受到消费者追捧,近日来销量节节攀升。

消费者为什么选择艾考林空气净化器?据记者了解,这是因为艾考林空气净化球采用了全球顶级的静电净化技术,无论是实用性,还是经济性都处于世界领先水平。艾考林空气净化技术(北京)有限公司总经理刘庆军表示:“每天只要2度电,艾考林空气净化器就可以为倍受

空气污染困扰的消费者创造更高品质、更高标准的室内空气。”

目前,市面上大多数是介质式空气净化器,它们是“消耗品”,需要经常更换滤网,否则空气净化器就会失去效用,甚至还会变成室内空气污染的源头,加重室内空气污染情况,导致二次污染。艾考林空气净化器是静电式空气净化器,其核心部件离子箱(滤芯)是金属铝

材,采用了永久型设计,无需更换,也不需要任何耗材,仅需根据空气质量情况和使用情况,一个月左右清洗一次离子箱即可,从而节省下大笔的耗材更换所需的费用。艾考林空气净化器最高的额定功率仅80瓦,即使一天24小时以最高功率运行,所耗电量也不到2度,以北京地区的电价计算,每天的费用不到1元钱。(魏勇)

## 潍柴汽车首款车型英致G3全国巡回上市

近日,潍柴英致汽车首款轻型车英致G3全国巡回上市。据了解,本次共发布了英致G3四款车型,销售价格区间为5.79万元-7.09万元。

英致G3还配备了诸多与安

全行车和倒车等相关的安全配置,包括高清倒车影像系统和后挡风玻璃电加热除霜等装置,以及十分醒目的LED日渐行车灯,不仅时尚科技地装饰了车辆,还提升了行车安全。最后,全系配

备高效的四轮盘式制动系统,在各种路面都有良好的制动表现,其制动效能远高于鼓式制动器,由于空气直接通过盘式制动器,让散热性和刹车性能更好。

总之,英致G3凭借同级造

型新标杆、动力最强劲、驾乘最舒适和操稳新规范等四大优势,促成了英致G3成为同级最具驾驶乐趣的都市SUV,必将吸引一大批敢玩敢享的都市新生代垂青。(熊欣)

## 北汽集团以质量赢市场 北京汽车跻身自主销量前八

北汽集团自主微客品牌——北汽威旺,短短三年从单一车型进化到五个产品系列,旗下重点产品:北汽威旺306/205/307、北汽威旺M20及北汽威旺T205-D,完整覆盖微车领域五大细分市场,一举实现了销售上从零到20万用户的跃升。

微车企业信誉和产品质量对于其能否在一定区域热销具有很重要的作用,北汽集团与华铁传媒携手合作达三年之久,打通了中国“二纵二横”铁路传播网。北汽威旺借助铁路媒体权威影响

力,启动接连不断的宣传引发市场关注,打造优良的口碑传播,推出真挚的服务及优惠政策,并将这些信息呈送给用户及消费者。

北汽集团立足市场高度,以精准定位的宣传拓宽北汽威旺的消费市场,以“北京质造”的雄厚背景、强大产品实力、优异服务体系满足微客消费群体的全方位诉求。

北汽集团品牌专列令北汽威旺以“质”赢得了“量”的陡升与蜕变,深度影响和引领当今微客市场的发展格局,真正实现了一路“赢”销。(熊欣)

日前,2014上半年乘用车销量榜单出炉,北汽汽车以94436辆的战绩跻身自主车企销量排名前八,相比去年同期增长超300%,与第七名上海汽车仅相差7千余台。成立仅三年,北汽汽车跑赢众多老牌自主车企,连续两年蝉联自主“增速王”,让北汽汽车速度再次响彻车坛。

北汽集团内部有句话叫做:“利润看现代、产量看福田、成长看自主”。经过短短三年的发展,北汽汽车销量一路突飞猛进,去年1月突破1万辆,10月突破2万辆,12月突破3万辆,一年

之内实现“三级跳”,今年再次逆势上行,半年斩获9.44万销量,不仅验证了其旺盛的成长力,更成为车市的最强劲增长极。

业内人士分析,目前我国宏观经济形势处于平稳增长期,随着新一轮新购、增购需求的到来,车市将继续保持强势增长;下半年,汽车市场将迎来多个传统销售旺季,预计全年增长率也将保持在8%-10%左右。凭着一股“初生牛犊不怕虎”的悍劲,北汽汽车在疾风骤雨的险恶环境下稳步前行,下半年必将再创销量传奇。(李敏)

对消费者所关心的产品功能/性能效果(制冷速度、保鲜效果、装载能耗)、操作使用的便捷性和易用性、内部空间布局等问题,依据《家用和类似用途电器用户体验评测技术规范》及《冰箱UET项目性能测试技术规范》,从产品设计美学、人体工效学、产品使用安全性、产品功能和性能表现、可持续性以及用户满意度等方面对这些高端冰箱进行了全面的评测,将他们的舒适性、便捷性、功能性、美观性、环保性等抽象感官以量化的形式表现出来,为企业的产品推广、消费者的日常选购提供了更加直观有利的依据。

## 产业亮点

安踏携手中国体操中心  
发布全新体操装备

8月4日,安踏体育用品有限公司与国家体育总局体操运动管理中心的合作签约仪式在国家体育总局训练局的体操馆内隆重举行。安踏体育用品有限公司董事局主席兼CEO丁世忠与国家体育总局体操运动管理中心主任罗超毅、运动员代表邹凯、张成龙、姚金男、董栋、何雯娜、张豆邵等出席了发布会,共同见证了安踏与中国体操正式携手,开启冠军传奇队伍的全新荣耀征程。

安踏签约体操中心,是安踏拓展体育资源、推动品牌发展的又一重要里程碑,体操队的拼搏精神和光荣传统与安踏永不止步的品牌精神高度契合,签约体操中心能够有效的充实安踏的品牌资产,此举能让安踏永不止步的品牌精神得到更充分的体现。

在发布会上,安踏展示了为这支荣耀之队专门打造的,以“龙”、“凤”为主题元素的冠军新装。安踏相关负责人在接受采访时表示:“作为中国奥委会的合作伙伴,安踏一直与中国体育站在一起并肩作战,安踏始终是中国体育的忠实伙伴。安踏将发挥自身的强大实力,除为体操中心麾下的所有运动队打造全新的高科技的训练和比赛装备,还将助力中国体操取得全面发展。”(魏勇)

国家动漫游戏综合服务平台  
门户网站“酷漫网”上线运营

8月6日,中国动漫集团在京举行发布会,由该集团建设运营的国有资本金项目“国家动漫游戏综合服务平台”门户网站“酷漫网”正式上线运营。文化部相关司局负责人、中央文资办相关负责人、国内知名动漫游戏企业代表、新闻媒体记者等百余人出席了发布会。

“酷漫网”是面向动漫游戏企业机构和专业个人用户的行业门户网站。企业机构用户将涵盖数万家动漫游戏相关企业,以及媒体传播、版权代理、教育培训、衍生品、协会组织、产业园区、投融资机构等。个人用户主要包括动漫游戏从业人员、专业教师、学生和个人投资者等。该网站由平台用户、热点资讯、作品展播、供需广场、产业联盟、合作平台六大内容板块组成,为用户提供资源整合、协同创作、版权认证、电子商务、投融资、移动互联网运营等“一站式”综合服务。目前,注册入驻“酷漫网”的动漫游戏企业用户已近千家。

中国动漫集团董事长、总经理刘承萱表示,未来“酷漫网”将根据产业需求和用户反馈对功能进行升级迭代,不断推出新版本。他相信,注册使用“酷漫网”的用户会越来越多,网站公信力和影响力还将不断扩大。(魏勇)

邯矿集团云驾岭社区医院开展  
“我的服务格言我能做到”活动

本报讯 为提高党员的服务质量,冀中能源邯矿集团云驾岭社区医院党支部近日开展了“我的服务格言我能做到”活动,要求每位党员根据各自的工作岗位,将为患者服务的真实想法归纳概括为一句简短的服务格言,医务人员根据自己的服务格言去为患者服务。党支部还将把这些服务格言张贴在病区,提醒党员时刻记住“我的服务格言我能做到”。(张江海)

## 产业看点