产业资讯

奥的斯与融创集团签订战略合作协议

本报讯 近日,奥的斯与国内领先的房地产开发商融创中国控股有限公司签订了新梯战略合作协议,将在2014与2015年度为融创集团的高端住宅、酒店、商业地产项目提供高品质的电、扶梯产品,范围将覆盖北京、天津、上海、杭州、无锡、重庆等多个城市。

奥的斯的服务系统拥有专业维保服务技师及在华最大的备件中心。奥的斯维保服务技师通过业内首创的电梯维保实时管理工具——奥的斯"鹰"智能电梯维保服务系统,优化电梯维保流程,既帮助开发商和物业管理方确保公众的乘梯安全,也能有效缩短电梯停运时间,节省投入。

融创集团成立于2003年,专业从事住宅及商业地产项目综合开发,其产品涵盖高端住宅、别墅、商业、写字楼等多种物业类型。(小 丽)

健壹集团形象片亮相纽约时代广场

本报讯 近日,国内最优秀的酒店管理集团之一——健壹集团,带着其精良制作的形象片登陆美国纽约时代广场。其唯美的形象片向全世界充分展示了中国传统文化的博大精深和深厚的文化底蕴,为全球消费者带来"最中国"的酒店形象。

健壹集团是康健一先生创建的一家极具中国特色并兼具国际品质的酒店管理集团,也是全球精品酒店联盟"罗莱夏朵"的成员之一,是打造中国文化与西方生活方式相融合的典范。此次登陆美国纽约时代广场的形象片更是以"和、道、品、觉"来展示中国传统文化的韵味,让海外消费者感受到健壹集团将国际前沿的服务与中国传统文化融会贯通的意境。 (周 黎)

K3去年销量突破15万辆

本报讯 2014年终数据显示,东风悦达起亚K3取得全年销量冲破15万台的佳绩。内蕴实力,耀世不凡,K3以出色的市场表现完美收官2014。

作为东风悦达起亚的主要战略车型,K3多元的营销策略,进一步将它与其余实力强劲的对手区隔开来。在世界杯期间果断推出世界杯选装包,不但收获年轻族群支持,更在消费群心目中留下深刻印记。2014年7月之时,2015款K3作为企业第300万辆下线轿车隆重上市,也给消费者带来连连惊喜。所谓"决胜营销",东风悦达起亚和K3的多元营销,终赢销量、口碑双丰收。随着产品逐步成熟和不断升级,K3一直伴你同行,继续开启属于自己的市场时代。 (小 妙)

大众点评2015年将开启"服务之年"

1月23日,大众点评2015年会在上海国际体操中心举行。大众点评本次年会主题为"全速前行,点亮梦想"。年会现场,千人聚集,星光点点,群情激昂。开场,大众点评CEO张涛奔跑上台,发表了约30分钟的激情演讲。在演讲中,"欣喜"、"变化"、"为团队鼓掌"成为张涛口中出现频率最高的词汇。张涛表示,2014年,大众点评在很多领域收获了非常喜人的成绩,完成了"在高速公路换轮胎的高技术难度工作",朝着全球最大的吃喝玩乐平台飞速前行。

张涛表示,2014年是大众点评的"激情之年",强调"执行力";而2015年将成为大众点评的"服务之年"。张涛称,2015年,点评会变得越来越强悍,但是单靠"执行力"还远远不够,需要让用户、商户、内部用户多方满意、多方共赢,因此,2015年,大众点评上下将强调"用户第一"和"服务精神"。

而谈到对2015年的展望,张涛表示,2015年,吃喝玩乐品质生活的市场规模为5万亿元,而且这一规模正以10%的速度每年递增,预计十年后整个市场规模将超过10万亿元。张涛表示,整个行业还将有7-10年的快速增长时间,而接下来2-3年将是巨大的红利期,行业的市场格局也将在这一阶段定局,这也成为目前该行业竞争白热化的原因。对此,"点评会准备好子弹,在接下来两三年好好的干一仗!"

在演讲最后,张涛与现场来自全国的3000千名员工分享了一段小故事,点燃全场的热烈气氛。张涛表示,"老鹰"是他最喜欢的动物。原因在于,老鹰的平均寿命是70岁,在它40岁的时候会做一件事情,就是把身上所有的毛一根根拔掉,经过一个蜕变过程,长出新的羽毛,随后老鹰可以再飞30年。2014年对于点评就是这一蜕变阶段,拔自己的毛,长自己的能力,经过这一年,2015年,大众点评将像雄鹰一样展翅高飞,"全速前行,点亮梦想"。

(魏 勇)

零售量份额领先第二名5倍以上

海尔冷柜交出满意成绩单

■ 本报记者 冉荷

受房地产市场低迷等因素影响,2014年家电类商品销售增长放缓。作为全球白电第一品牌的海尔却实现逆市增长,增幅更是首次突破两位数,交出了一份满意的成绩单。

近日,世界权威市场调查机构欧睿国际(Euromonitor)发布2014年全球大型家用电器调查数据显示:海尔大型家用电器2014年品牌零售量占全球市场的10.2%,第六次蝉联全球第一。其中,海尔冷柜以全球品牌零售量份额22.8%的绝对优势第四次蝉联全球第一,领先第二名5倍以上。从2011年的16.7%到2014年的22.8%,海尔冷柜品牌份额四年来的年均增长率超过36.5%。

转型互联网

在刚刚过去的2014年,互联网化、智能化成为贯穿和影响整个家电行业的主脉络,并向行业全面渗透。对于传统家电产业来说,实现互联网化、智能化升级已成为主流趋势。

在这种趋势下,海尔正转型为平台型企业,海尔家电对外是"智慧家庭",对内是"互联工厂"。正是基于这一开放平台,海尔以用户需求为中心,通过互联工厂开放生态系统,消除了与用户交互的距离,实现了全球用户与全球研发资源实时互联、实时交互。

正是通过这一互联网思维的转变,海尔冷柜为今年交出理想的"成绩单"找到了突破口。通过与大量的网友交互,海尔发现市场上现有冷柜产品多数存在的易结霜、噪音大、能耗高等问题,已成为困扰消费者的一大难题。

海尔冷柜从用户的品质体验出发,与欧美日等全球各地一流专家共同努力,在行业首次推出立式无霜冷柜,不仅"站"代"卧"突破传统产品构造,还让人们彻底告别为冷柜除霜这项"苦差事",实现了静音、节能等多项技术突破,解决了行业20多年除霜痼疾,得到用户一致好评。

互联网时代赋予用户越来越多的话语权,对于企业而言,过去需要的是顾客,而顾客仅是产品使用者。现在企业需要的是一个用户,用户是产品或服务的设计者、参与者、使用者和推广者。这要求企业开放平台创造条件让用户参与到前端设计和体验等全流程中来,共同为消费者打造最佳产品解决方案。

个性化体验

2014年冷柜市场增长乏力,技术创新与产品升级成驱动市场更新换代的主要动力。这就要求企业找准用户痛点,不断创新,满足用户需求,为用户带来更加美好的个性化生活体验。

据了解,海尔推出的节能低霜冷柜是国内首款低霜冷柜产品,独创Anti-F蓝鲸气流低霜系统,比普通冷柜减霜70%,有效解决了用户在冷柜使用过程中结霜的困扰,同时采用强大冷冻力设计,满足了用户要新鲜不要除霜的消费需求。

在海外市场,海尔冷柜以创新打造的自主品牌去年就已受到世界影响力组织的高度认可,成功入选世界名牌。目前,海尔冷柜的品牌价值正以各地本土化的产品为载体风靡全球各个国家和地区。在欧洲,为满足不同家庭的需求,海尔冷柜推出卧式、立式不同种类的创新产品,达到欧洲A+++最高能效等级,成为当地被熟知的中国品牌;在非洲,应用宽气候带设计的海尔冷柜,在酷热的高温下依旧正常运行,销量位于榜首;在美国,凭借对当地市场的精准把握,海尔冷柜进入当地冷柜市场前三甲。

海尔冷柜基于用户需求不断创新只是海尔智慧生活解决方案不断优化的一个缩影,目前,海尔家电已经基于U+智慧生活平台,打造出了涵盖空气、水、食品、洗护、娱乐等生活圈的一站式智慧生活解决方案,该方案正在改变着人们的生活方式。

产业亮点

银谷财富隆重举办互联网金融与民间融资法制论坛

近日,"全面推进依法治国背景下的互联网金融与民间融资法治论坛"在中央财经大学学术会堂隆重举办,本次论坛由中央财经大学法学院主办、银谷财富(北京)投资管理有限公司协办,最高人民法院、最高人民检察院、公安部、中国人民银行等机构的代表参会,新华社、法制日报、检察日报、凤凰网等媒体大力支持。

十八届四中全会提出,未来我国要全面推进依法治国,总目标是建设中国特色社会主义法治体系,建设社会主义法治国家。"法制"在互联网金融行业显得尤为重要。

在本次论坛上,相关专家就"互联网金融的法治现状"、"互联网金融风险的法律规则"、"互联网金融违法犯罪的防控"以及"互联网金融的法治展望"等方面进行精彩的专题演讲,获得了与会人士的高度认可。

银谷财富(北京)投资管理有限公司总裁孙敏女士与副总裁黄振华先生,作为互联网金融行业的代表出席论坛。孙敏表示,金融是社会主义市场经济体制建设的内在要求。市场经济本质上是契约经济,法治是市场交易有序进行的基本条件。作为市场经济的重要组成部分,金融市场是典型的规则导向型市场。这就要求我们更加重视法律建设在金融改革发展中的基础作用,建立起一套完善的法治金融体系,规范金融机构和客户之间的权利和义务关系,维护金融市场公平秩序,真正发挥市场配置资源的基础性作用。

中央政法委、最高人民法院、最高人民检察院专家对与会代表的发言进行了评议,并认为如何给垄断金融和高门槛业务重新划界是一个重要的问题,从互联网金融法治来看,执法应当及时地、动态地了解和掌握互联网金融发展情况。

随着制度相继完善,以及金融业的快速发展,财产关系和交易行为更趋复杂,各种利益主体相互冲突又相互依存,金融业对于法治建设的内在动力持续增强,客观上要求对金融制度进一步完善,建立起适应金融业深化改革要求的系统的"法治金融"体系。

(魏 勇)

创维首台空调产品下线

本报讯 近日,创维空调正式宣告面世。据了解,此次首发仪式下线的是创维"净"系列环保智能空调,该系列空调采用行业内最领先的全直流变频技术,高效、稳定、节能,达到国家1级APF能效标准,并配备AMS多重健康过滤,能强力去除家居空气中PM2.5、甲醛、病菌、异味分子等有害物质,同时搭载行业内最先进智能物联模块,可通过互联网与手机应用进行同步双向智能控制。与此同时,创维空调还发布了全系列中高端柜式、壁挂式空调产品,产品造型新颖,令在场嘉宾眼前一亮。

近年来,创维集团旨在"为用户打造全方位的智能家居设备,给用户提供一站式的服务"的经营服务理念,开始跨界发展,相继进入冰箱和洗衣机行业。作为智能家居设备中不可缺少的一个重要成员,创维于2014年创立空调公司,正式跨入空调产业,进一步完善集团的家电产业链,寄望"黑白引擎"为集团实现500亿元、1000亿元的战略目标增添有力筹码。

创维集团进军空调行业,无疑更进一步丰富了其家电产品系列,为用户打造了全方位的智能家居设备和给用户提供一站式的智能家居设备解决方案,提高了创维品牌的知名度和企业竞争力。 (冉 荷)

2014年东方通盘点:并购融资加速

2014年1月,随着东方通的挂牌上市,中国基础软件终于有了自己的第一家上市公司,并由此开启了不平凡的一年。已经走过去的365天里,并购融资在加速,产业融合在继续,有的国外品牌在多年之后再次被禁入政府采购名单,有的公司倒下了,有的企业迈上了新的征程……这一年发生的事几乎超过此前几年的总和,站在岁末年初的关键节点,回顾过去眼花缭乱的一年,笔者尝试通过如下几个关键点,浅谈2014年与中国基础软件第一股有关的那些事儿。

在一次媒体采访活动中,东方通总经理沈惠中表示,在做并购的时候,一方面要符合公司战略发展方向,另一方面,并购的对象必须能够为公司、股东创造价值。收购同德一心,有利于东方通迅速进入服务器虚拟化软件市场,符合公司进军云计算、大数据领域的战略发展需要,更好地为用户提供产品与服务;惠捷朗是国内领先的无线网络测试及优化软件厂商,东方通将结合自身在云计算领域的专业能力,以及与惠捷朗在无线网络测试及优化软件产品领域的优势,共同推出依托云计算技术的网络测试服务,可广泛应用于与移动互联融合的各个测试领域,具有广阔的应用市场和发展前景。

特别需要指出的是,2014年,互联网思维、模式等全面渗透到传统行业,促成了多个传统IT厂商与互联网公司的跨界"联姻",例如浪潮与阿里云、金蝶与腾讯等等。作为国产基础软件的领军企业,东方通则与京东云签署合作框架协议,将在云计算、大数据领域深入合作,成为跨界合作的又一个联合体。目前,东方通已经基于这次合作,成功开发出新一代负载均衡中间件TongLB,帮助用户解决业务高峰时段的大并发处理、海量访问压力等互联网特色的现实问题。可以说,国产基础软件厂商在2014年掀起的产业合作浪潮,因互联网"基因"的加入而平添了几分色彩。

在"国产化"愈演愈烈的趋势下,客观上也为国产基础软件在2015年的发展带来了更多的希望,毕竟,无论资本并购还是产业合作,最终做出的产品和服务,还是由用户说了算。 (魏 勇)

康佳特约苏宁启动4K电视升级大团购

本报讯 眼看年关将至,浩浩荡荡的春运大戏也已拉开帷幕。为备战春节,康佳于19日-25日期间的跨年大狂欢"特约苏宁启动4K电视升级大团购"活动,让消费者以2K电视的价格畅享4K的超高清产品,续写4K电视抢购狂潮。

据康佳方面负责人介绍,年末通常是消费者对于电视换新需求最迫切的时间点。康佳率先出招,提前抢占电视"贺岁"市场,联合苏宁推出的4K电视升级大团购大型促销活动,大屏彩电直降2000-5000元不等。除此以外,还特别针对个人用户专门定制了"1人团购"专属互动,尽管您是1个人来的,但是可以和全国的消费者一起享受最优惠的团购价格。

活动期间,购买42英寸4K电视跌破3000,仅需团购价2999元,49英寸4K电视团购价3999元,55英寸4K电视团购价4999元。针对别墅电视、大屏客厅电视等不同空间需求,康佳也为消费者带来超值钜惠。购买康佳75英寸4K别墅电视仅需39999元,65英寸大屏4K电视8999元,而58英寸4K客厅电视仅需5999元。(玲 玲)

昌河铃木北斗星问鼎2014年A00级轿车销量冠军

在国内车市,强者恒强的"马太效应"正在年复一年的不断重演,经典车型凭借扎实的品牌效应、强大的创新能力,牢牢掌控着市场的局面。其中,昌河铃木旗下的北斗星系列轿车,无疑就是这样一个畅销多年的经典强者。2014年,昌河铃木北斗星系列跨界轿车再一次延续佳绩,凭借年销量64673辆的绝对优势,荣耀问鼎A00级轿车年度销量冠军,上演了经典常新、强者恒强的行业传奇。

北斗星系列轿车是昌河铃木旗下畅销多年的明星产品,其内外兼修的全能实力征服了无数真正懂车的消费者,市场销量持续火爆。多年来,昌河铃木针对北斗星系列产品进行了数度更新升级,始终保持着产品充足的市场活力。2012年推出的北斗星X5,更是北斗星系列的杰出典范。北斗星X5不仅延续了铃木"Way of Life"的品牌哲学,继承了铃木WagonR车型的设计理念、宜家、亦商的跨界多功能属性,更融汇了众多的改进和重大演变,具有炫酷造型、大空间、强动力、低油耗、高舒适五大特点,完美展示了其全新造型、升级空间、成熟技术和国际品质等优势。

(魏 勇)

绅宝D50精准营销获青睐

本报讯 新时代的营销更讲究信息的精准、有效传递和引发消费者价值共鸣,唯有如此才能把信息转化为购买需求,影响消费者选择,成为附着在产品上的软实力。北汽绅宝D50能够获得行业的青睐,除了超值的产品力,与其在营销方面的诸多创新尝试同样密不可分。

上市伊始,绅宝D50就打出了"北欧控"的定位,展开了一系列精准的体验营销活动。先携手乐高开展"北欧式"亲子、后有凸显SAAB血统和高性能的"绅宝陆上飞行秀",以及基于大数据营销的"抢乐汇"……基于精准定位的目标群体,通过科学设置的传播途径,搭建准确有效的沟通渠道,把绅宝D50的价值取向有效的传递出去,得到了消费者的价值共鸣。超值的产品力、精准高效的营销手法助力绅宝D50在A级车市脱颖而出。 (李 华)

工银现金货币7日年化超5.8%

本报讯 每逢年节资金偏紧的情况近期又开始出现,受此影响货币基金整体收益率明显攀升。银河证券数据显示,截至22日,部分货币基金7日年化收益率超过5%。

据银河证券数据,截至1月22日,工银现金快线货币7日年化收益率达到5.86%,在A类货币基金中排名前十分之一。

工银现金货币的高7日年化收益率已经维持了一段时间。从略长的期限看,工银现金货币(000677)今年以来平均7日年化收益率达5.70%,在136只A类货币基金排名第8。

工银现金快线货币基金经理魏欣认为,短期看一季度货币市场利率将呈现前高后低的走势,在春节过后出现趋势性的回落。目前定期存款和中高等级短期融资券都具备较好的投资价值,货币基金也可以根据新股发行节奏进行部分波段操作,进一步提高货币基金的收益。(雪 真)

产业平台

产业看点