



君乐宝总裁魏立华荣获“十大冀商领袖”称号

——传承冀商精神 勇担冀商责任

近日,以“新冀商·新力量”为主题的首届全球冀商领袖峰会暨2014年度全球冀商颁奖盛典在河北省石家庄市举办。会上,君乐宝乳业总裁魏立华等十位优秀冀商代表凭借在勇担冀商社会责任、助力河北经济转型发展方面所做的突出贡献,荣获本次峰会最高奖项——“十大冀商领袖”荣誉称号。

峰会期间,来自世界各地的300多位冀商代表、商会代表及专家学者围绕“商帮文化与冀商品牌”进行了深入对话,总结展示冀商所取得的卓越成就,深入探讨新常态下的新机遇和新挑战。魏立华作为受邀冀商代表之一,在对话过程中表达了君乐宝做婴幼儿奶粉的初衷和情怀,以及要振兴河北乳业、为

冀商争光,用实际行动反哺燕赵大地的决心。

创业20年来,魏立华始终秉承冀商的拼搏精神和回报家乡的使命感。在他的带领下,君乐宝一步一个脚印,至今已发展为河北最大的乳制品加工企业。以优质原奶、科学工艺配合技术创新,君乐宝推出的每日活菌、君畅、开菲尔等多款优质产品,赢得了市场和业内的一致认可,斩获多项国内外大奖。2014年,魏立华力推君乐宝婴幼儿奶粉,集中体现了君乐宝“产业报国”的民族大义。在他的主导下,君乐宝的奶粉团队积极创新,整合全球优质资源,开拓电子商务新渠道,以“品质国际化、价格亲民化”的诚信经营策略,去除了婴幼儿奶粉的高价标签,并在国内率先通过欧盟BRC和IFS

双重认证,取得了出口欧盟的通行证。近日,君乐宝奶粉在2014中国乳制品行业质量安全工作会议上一举拿下“质量优秀奖”,再一次以实际行动证明了冀商的宏大抱负与强大实力。

“拿好产品说话,积极承担企业责任,最终的结果是企业与社会都受益。”魏立华介绍,君乐宝奶粉推出后,获得了包括广东、福建在内的全国很多消费者的肯定,“现在出去一说起君乐宝,很多人都知道‘河北有个君乐宝,奶粉做得还挺好’”。他表示冀商对于哺育自己成长的燕赵大地有着非常深厚的感情,君乐宝将会继续发扬冀商精神,为河北争光,为这片土地以及这里的父老乡亲做出更大贡献。

(晨宇)

上汽通用五菱2014年销量超180万辆 家用车占比52%

据最新数据显示,2014年上汽通用五菱全年共计销售新车180.585万辆,不仅比2013年增长13%,还超额完成了全年180万辆的销售任务。合资12年来,上汽通用五菱持续稳步增长,12年间销量增长了12.3倍。

2014年,由五菱宏光全系、宝骏730、宝骏630、宝骏610、宝骏乐驰共同构成的家用车产品阵营,共计销售932,389辆,占到企业全年整车销售总量的52%。

其中,“7座家用车”宝骏730表现尤为

突出,12月单月销量再度超过3万辆,达到3.1472万辆,上市仅5个月,累计销量就达到12.0089万辆,刷新了中国车市成长最快速车型的销售记录。同时,五菱宏光全系2014年累计销售75.0019万辆,同比增长41.5%。五菱宏光、宝骏730的良好表现,使得上汽通用五菱“7座家用车”同比2013年销量锐增64.6%,两款车型市场份额预计超过整个MPV市场的45%。

在家用车突飞猛进发展的同时,2014

年上汽通用五菱微车,市场表现依然不俗。五菱之光、五菱荣光共计销售新车87.3236万辆,市场份额预计在50%左右,连续9年蝉联微车领域的销量冠军。2015年,上汽通用五菱将继续加快脚步,进一步深耕家用车市场,同时将在微车领域推出一款革命性的“新微客”——五菱宏光V。宏光V颠覆了传统微车发动机中置后驱的结构形式,将结构变为了前置后驱,在完全秉承优化了传统微车多拉快跑优秀特点的同时,为用户提供了更安全的结构保护,引领微客市场的变革。

(小子)

大宗商品投资新机遇来袭 非理性冲动需遏制

欧元区重磅消息不断,引发市场避险需求,黄金、白银等避险资产创下新高点,贵金属市场一波大牛市强势归来。

今年伊始,脆弱的欧元区经济形势和政策方向再次成为世界关注的焦点。1月22日,欧版QE正式亮相,推出逾1万亿欧元的资产购买计划,引发市场大幅波动;25日希腊大选,极左反对联盟Syriza大获全胜,加大了欧元区经济的不确定性。

市场预计,欧元区意图通过QE推动市场流动性,来刺激经济,增加就业,扭转通缩危机。但由于欧元区国家希腊反对党当选,

增加了希腊退出欧盟的风险,大量避险资金流入黄金白银等市场避险,推动黄金白银大涨,是投资者入场做多贵金属的大好机会。

中国黄金市场部经理俞建雅表示,这一轮黄金价格的急升,主要是受国际金价近来高升和临近春节需求增多的共同影响。

福四通称,希腊大选中左翼政党上台,欧元将可能会走弱,对金价有利。加之可能会有更多的经济不确定性,技术面上也会有更多积极的形态,使得金价可能会进一步上涨。“这轮上涨行情刺激了国内投资者的贵金属投资热情。不过,投资者在这种心态下

容易忽略风险,重仓冒进”,江苏大圆银泰商品合约交易市场相关人员表示,其实这种市场环境下容易导致非理性繁荣,严控风险,谨慎配置则成为关键词,比如,注意控制好仓位,做好止盈止损的设置,选择合适机会加仓等。

大圆银泰作为中国大宗商品行业的领跑者,不仅为投资者提供了公平、公正、透明的市场环境,同时也致力于帮助投资者提升投资能力,理性把握机遇,“2015年,规范、创新依然是我们的关键词,引领行业履行企业社会责任,全力加强投资者教育,将是我们工作的重中之重”,大圆银泰总裁袁頔明在刚刚结束的企业年会上如是说。(万嫣)

年轻不止任性 酷玩更要爱家 新轩逸酷动版闪耀问世 家轿首选“焕”装来袭



新年伊始,新轩逸1.6XE酷动版车型正式上市。在新轩逸丰富的越级配置基础上,东风日产全国专营店同步推出加装运动套件的新轩逸酷动版车型。酷动版车型增加更具运动感的外观配饰,主打白色涂装,搭配黑色内饰,彰显年轻特质,帅气的运动套件更是将新轩逸活力激情的一面展露无遗。

新轩逸酷动版倡导顾家也爱玩的主张,精准把握当下年轻群体的购车心理。不仅拉近了新轩逸——这一百万中国消费者首选的家轿车型,与年轻消费者的距离,满足他们的年轻化消费需求,符合中级家轿年轻化发展趋势,成为“爱家酷玩”年轻消费者的新宠。

酷玩爱家兼备 引领新潮流

此次“焕”装上市的新轩逸酷动版车型,凭借时下风头最劲的炫酷时尚外观,搭配全新的外观内饰和运动套件,再次引领中级车潮流。与此同时,酷动版将年轻人对爱家与酷玩的双重需求,进行了由外而内的双重提升,在主流中级车市掀起一股追求活力的时尚风潮。

当今车市,“80、90后”已经成为消费主力军,时尚的外型对他们具有强大吸引力。爱玩是年轻人的天性,在玩乐中释放个性成为众多年轻人的座右铭,而这一点在购车上也体现得淋漓尽致。

靓丽时尚的白色涂装,搭配质感的黑色内饰,形成鲜明的视觉冲击力;运动大包围、扰流板等套件的覆盖,配合“越级力量”设计理念的流畅车身线条,新轩逸酷动版个性又不失品位的全新搭配,将车型的个性魅力再升一级,为驾乘者带来赏心悦目的视觉体验,实现年轻人群对时尚和个性的极致追求。

随着年轻消费者逐渐担负起社会及家庭责任,他们的购车需求也逐渐多元化。彰显个性的同时,车型是否满足全家人出行需求,成为年轻一代购车的重要考量。

作为国内最早明确定位于“家用”的轿车,新轩逸始终秉承“为家而生”的原则,打造出众多超越同级的产品优势,满足了家轿消费者“款待自己、款待家人”的情感诉求,引发消费者的情感共鸣。而新轩逸酷动版,正是将活力时尚与家用需求完美融于一体,为年轻群体创造出超越产品本身的情感价值。

随着酷动版的上市,新轩逸不仅在1.6L“黄金排量”级别打造出更全面的产品力,也为消费者提供了更为全面周到的选择。无论侧重舒适安全,或是追求品牌质感,抑或是彰显时尚个性,广大消费者均可以在新轩逸系列车型中找到满意的选择。显而易见,酷动版的横空出世,让新轩逸“家轿首选”的地位更加稳固。

家轿首选品质 领跑市场创新高

没有外形是无法吸引消费者的,但仅有外形也是不够的。这是当前车市真实的写照。随着“80后”、“90后”年轻消费群体的崛起,他们的消费理念深刻地影响了整个车市的发展趋势,不仅众多品牌车型走上年轻化路线,其他年龄段消费者受此影响也愈发注重汽车的整体品质和使用感受。

作为家轿市场当之无愧的领军车型,新轩逸正是内外兼修的实力派代表,不仅外在时尚大气,且内在品质出类拔萃。

新轩逸全新一代发动机和智能XTRONIC CVT无级变速器,带来超强动力和超低油耗;同级首创的2700mm轴距和680mm膝部空间,使其内部空间傲视群雄;引自天籁车型的“越级”舒适技术让其提供可媲美中高级车的舒适驾乘体验;980Mpa

钱旭峰获评“风云甬商” 奥克斯再造行业“标杆”



“风云甬商”的评选可谓是行业的奥斯卡。据了解,“2014十大风云甬商”评选活动通过组委会专家对参与评选的77位企业家通过层层严格选拔,最后选出20名候选人。为了保证公平、公正性,最终的获奖企业领袖由广大市民通过微博、短信、声讯、报纸四个投票通道公投选出。这其中,奥克斯家电集团总裁钱旭峰高票数当选仁不让获得“十大风云甬商”奖项。

从“弯道超车”到“领跑者”

在钱旭峰的带领下,奥克斯深入贯彻以“品质是基石、创新是灵魂”为核心的“转型升级”战略,通过持续性创新、颠覆性创新,以及渠道变革等多种手段,不仅实现了“弯道超车”,更担任了“领跑者”的角色。值得一提的时,在电商领域,奥克斯空调成功实现超越,取得了京东排名第一、天猫第二的骄人业绩。

打造“精品空调”矩阵

2014年,3款自由系列智能空调挂机产品、2款国内首创的“双贯流”送风设计的“睿”系列圆柱形高端智能柜机空调,以及行业首创“四维立体送风技术”的“雪龙”系列高端圆柱形柜机产品相继上市,共同组成了奥克斯的“精品空调”阵营。

钱旭峰也向记者表示,奥克斯空调将继续发扬“诚信、务实、开拓、创新”的“甬商”精神,发挥“标杆”企业的带头作用,引领宁波企业走向世界。(小洋)

“这个奖项并非是我个人的殊荣,代表的是社会各界对奥克斯‘转型升级’成绩的肯定与信任,更是对奥克斯打造‘精品空调’战略的最大激励。”在近日举办的“2014十大风云甬商”评选活动颁奖典礼现场,奥克斯家电集团总裁钱旭峰的获奖感言赢得了现场的阵阵掌声。

如果说奥克斯家电集团是一艘战舰,总裁钱旭峰无疑是舰长,指点航向,带领前行。

宁波企业界的“奥斯卡”

作为宁波企业界最具含金量的一次盛会,

新春特惠 宝骏610、630感恩回馈

上汽通用五菱在新春之际推出一系列的新春特惠活动,回馈广大客户对上汽通用五菱的支持与热爱。此次新春特惠主要包含“宝骏感恩有家”客户关怀活动和五菱宝骏天猫官方旗舰店优惠促销两大内容,从售前到售后为您的新春驾驶保驾护航。

本次“宝骏感恩有家”活动主要以老客户关怀为主,涵盖保养、检测、赠送三大项目。同时,五菱宝骏天猫官方旗舰店宝骏610/630优惠促销也在进行中。据悉,从2015年1月1日至2015年3月31日,凡在五菱宝骏天猫官方旗舰店购买宝骏610/630的顾客,即可享受3000元钜惠。涉及车型包括,2013款及前系列宝骏630 1.5L车型、2013款及前系列宝骏610车型及2014款宝

骏630手动挡国四车型。

2014年5月,上汽通用五菱从千万用户的需求出发,对宝骏630进行了全面升级,2014款宝骏630不仅增添了大地棕、暴风灰两种贴近家庭使用的车身颜色,外观造型上的多处细节也均有所注重,不仅彰显出张扬动感,更提高了整车的档次。另外,为满足更为年轻的家用用户需求,上汽通用五菱今年推出了宝骏610及宝骏610 CROSS版。在保证造型时尚、灵动的同时,兼顾了消费者更为看重的功能实用性。

宝骏630、宝骏610这两款遵循通用汽车全球高标准打造的精品家轿,绝对是保证你“有里有面儿”的绝佳选择。(周路)

核潜艇级超强钢,更为驾乘者提供可靠的安全保障。

一直以来,新轩逸在产品力上的精益求精,为消费者带来了更好的用车体验,最大程度地满足了家庭用户的全部需求,帮助消费者实现从汽车“使用者”到“享受者”的角色转换。同时,新轩逸也引领了中级家轿产品功能价值的全面升级,成为中国消费者最为青睐的家轿首选车型。

在刚刚过去的2014年,面对竞争白热化的中级车市,新轩逸在年中突破百万销量大关之后,依旧高歌猛进。“金九银十”豪揽5.3万台、11月独揽3.5万台拔得轿车市场头筹,12月再次斩获3.3万台,全年销量突破30万台的表现让新轩逸笑傲轿车市场,尽显“家轿首选”强劲的市场表现力。

不难看出,在对中国消费者需求透彻理解的基础上,新轩逸系列车型凝聚了日产汽

车在全球技术、品质方面的优势,在研发和生产过程中应用诸多高级车的技术、配置,为消费者带来更高级别的用车享受。

同时,新轩逸长期致力于打造驾乘的舒适感,酷动版更添时尚活力,为中级家轿用车群体量身打造出强大的内在产品力。凭借家轿首选的超强产品力和百万车主的鼎力支持,我们有理由对新轩逸酷动版的表现充满信心。

业内人士表示:“作为近年来最畅销的家轿领军车型,新轩逸时刻关注并深刻洞悉消费者的需求变化。此次酷动版新装上市,是新轩逸对中级家轿年轻化趋势的又一次精准把握。相信凭借扎实的产品实力和百万级的市场口碑,酷动版在带给消费者更潮、更年轻购车选择的同时,将掀起家轿年轻化新风潮。”

(小米)

