

产业资讯

安美“酒店微服务”O2O平台即将上线

本报讯 安美数字目前研发的“酒店微服务”O2O平台即将上线,据介绍,它可通过客人扫描酒店二维码微信端实现登录,使点餐预约、房间预定、预约租车等细微周到得服务,尽在客人的手机屏幕上展现。(李 于)

工银医疗保健股票基金排名同类第一

本报讯 医疗、养老在刚结束的两会上成为政府工作报告中的高频词。A股市场上,基因技术等新型医药以及互联网医疗等热门领域结合,医疗板块持续表现良好,工银瑞信医疗保健等基金为投资者贡献了丰厚回报。

 WIND数据统计,截至3月18日,中信医药指数今年以来涨幅达到29.4%,同期上证综指和沪深300指数涨幅仅为10.59%、8.84%。

 在此背景下,市场上医疗主题基金也有不错的表现。今年以来至3月18日,纳入统计的11只主动管理的医疗行业股票基金平均回报达到27%,其中排名首位的工银瑞信医疗保健股票基金取得了34.11%的收益水平。Wind数据显示,最近五年和最近十年间,中信医药板块涨幅分别为125.6%、504.6%,业绩回报优于其他板块。(雪 真)

北汽德奔汽车技术中心成立

本报讯 日前,北京汽车宣布与戴姆勒旗下公司MBtech成立合资技术中心——北汽德奔汽车技术中心,今年年底二者合作的第一款产品就要上市。

 从北汽自主推出首款轿车E系列,到开发出绅宝系列和北京(BJ)40等车型,北汽自主有相当一部分车型都有与奔驰脱不了的蛛丝马迹。酷似奔驰B200的北汽E系列,据说沿用的就是奔驰Smart For Four的底盘。

 而此次北汽德奔的成立,将在现有基础上促进北汽汽车自主品牌体系的全面升级,对其未来发展意义重大。因此,北汽汽车选择在绅宝X65上市之前举行签约仪式,或许是有意公开与奔驰的关系。毕竟有了“北汽德奔”的技术背书,北汽自主的技术研发实力将进一步提升,并将助其打造出更加高品质、高技术的产品。(李 敏)

《2015福布斯中国企业家睡眠指数白皮书》在京发布

本报讯 3月18日,以关注中国企业家睡眠状况,权威论证睡眠与健康、生活方式以及财富积累之间的关系为主题,“中国企业家健康论坛暨《2015福布斯中国企业家睡眠指数白皮书》发布会”在北京中国大饭店举行。该份白皮书关注并披露中国企业家群体的睡眠状况,并对其做出科学的量化评分。2015年调研显示,中国企业家平均睡商指数为64.93分,相对于2014年的61.33分有所提高。

 本次论坛由慕思寝具联合《福布斯》中文版、中国睡眠研究会共同主办。中国睡眠研究会秘书长晋小虎、澳大利亚睡眠专家Dr. DesaiAnup、SOHO中国董事长潘石屹、依文集团董事长夏华、慈铭体检董事长韩晓红、慕思寝具总裁姚吉庆、《福布斯》中文版总编辑周健工、《福布斯》中文版总裁张颖、《福布斯生活》执行主编谢珂以及心灵养生健康音乐开创者、心灵音乐睡眠音乐大师杨锦聪等国内外重量级嘉宾莅临参会。

 白皮书数据显示,各个年龄段企业家的睡眠时长区别不大,60岁以上企业家睡眠最短,且睡眠质量不佳;40-49岁的企业家往往睡得更多也更踏实(平均睡眠时长7小时03分钟,睡眠质量分数为64.31分),他们的睡眠质量是足够的。平均睡眠时长紧随其后的是30-39岁及20-29岁的中国企业家,时长均接近7小时,睡眠质量分数在60分左右,可见中国企业家无论哪个年龄段,睡眠时长并没有特别的差距。(魏 勇)

绅宝D50成开学家长首选

本报讯 开学季已经到来,很多家长想买辆送娃车,北汽绅宝D50成为他们的首选。既然是为了接送孩子,那安全、舒适自然被列为头等要素。绅宝D50的车身结构大面积使用了高强度钢,高速或过弯都很平稳,并采用环保内饰,降低了车内有机物的挥发,有利于孩子的健康。绅宝D50注重细节,中央扶手、门内板、中控台等均设置了储物格,手套箱带有照明功能。

 对于家用送娃车,在保证动力够用的前提下,经济性也是一个不可忽视的因素,一款油耗低的车型,一年下来能节省不少的钞票。绅宝D50由于SAAB 9-3平台的底子,在空间、操控、安全等家长选车最为关心的因素上,具有明显优势,尤其是多连杆独立后悬挂、ESC等配置,让它几乎甩开了所有同级对手。(雨 晴)

变频革命引发行业跟进

 以变频和智能为代表的冰箱高端化,成为引爆2015年冰箱发展分水岭的大事件。3月9日,美菱宣布全面淘汰大容积定频冰箱,掀起变频冰箱普及风暴。随后,美菱在上海家博会上展出0.1度变频冰箱,吸引了众多消费者的关注,海尔也在现场高调推出“卡萨帝”系列新品。主流品牌的集体高端化转型,这预示着家电行业的格局分化。

 家电“新常态”下,转型升级是家电行业的核心工作。紧跟美菱变频推广步伐,3月11日,恩布拉克宣布和惠而浦中国合作推广变频冰箱。国美电器副总裁郭军认为,2015年将会是变频冰箱普及的关键节点,美菱“全面淘汰定频冰箱”是冰箱行业产业升级的大动作,必将推动中国冰箱行业转型升级的步伐。他号召更多同行加入到变频

变频革命引发行业跟进

 ■ 本报记者 冉 荷

 日前,创维智慧家庭战略落地发布会在上海举行。本次发布会,杨东文总裁代表创维宣布开放智慧屏幕,搭建智能硬件平台,发布标准协议,积极邀请上下游合作伙伴共享智能电视屏幕,共同开发智慧家庭相关的丰富服务。

 据杨东文总裁介绍,四年前创维正式启动多元化、国际化、智能化和团队培养的战略布局。目前,创维的联网智能电视已达1000万台以上,日活跃智能电视达500万台以上,且新增激活量以每天2-3万的量稳步提升;

“服务即营销”将成未来家电商业模式

 智能家居概念的兴起,为家电企业带来了商机。苏宁在最近发布的《2015年中国空调行业白皮书》中指出,2015年将成为智能空调的普及年。而智能空调所蕴涵的全新商业模式及其具有的信息化功能平台,使得企业向“服务即营销”转型成为可能。

 志高启动“三年内向有车阶层贴心体验1000万台云空调”极致用户体验计划,就是典型的互联网流量思维和平台思维的举动,其目的是打造志高高端消费平台,为推出更多的用户增值服务做铺垫。

 对于空调企业而言,由于空调在业内被看成是一种半成品,因而服务的延伸能力则

康佳KKTV携手阿里YunOS联推新品U50

 3月20日,康佳智能电视线上品牌KKTV与阿里YunOS共同宣布了战略合作的达成,宣布双方将围绕用户需求,产品规划、系统应用展开全方位、深度合作,并同时发布了搭载全新阿里YunOS系统的U50智能电视新品。据悉,U50已于3月20日当天登陆KKTV天猫旗舰店,产品定价3199元,并将于在3月23日-27日期间以2999元的限量价格对外发售。

 近年来,互联网与家电企业的跨界合作并不少见,智能电视也脱离了以往单一的硬件销售方式。2013年,KKTV以线上品牌切入智能电视市场,与阿里旗下的天猫等电商渠道建立了稳固的分销关系,此次KKTV与阿里YunOS达成合作,是双方多次磨合后的重要升级。

康佳KKTV携手阿里YunOS联推新品U50

 白酒行业的“黄金十年”让酒企活得异常滋润,高端酒盛行的背后则是建立在“三公消费”基础上的畸形消费。然而,在经济增速放缓、国家限制“三公消费”、禁酒令等因素影响下,高端白酒遭到当头棒喝,价格大幅下滑,产品出现滞销。不过反腐政策仅是导火索,究其根本还是黄金十年发展期内白酒高速发展、产能过剩、过分依赖公务群体。此次调整期虽然短期内不利于酒企发展,但是从长远来讲其利好整个白酒行业可持续发展。白酒企业应理性且谨慎对待此次调整期,只要坚持顺应市场的调整措施,未来一定能够渡过调整期,迎来良好发展。

 老百姓看病、难看病贵一直是政府关注的大事,药品价格虚高的问题也一直为民众所诟病。疗效好的廉价药在大医院难觅踪迹,而高价药却称霸市场。医改、药改势在必行。然而在近日湖南省政府主导的药品招标采购中,专家“砍价”本意是挤掉药价虚高的水分,却引发了药企“上访”、围堵专家、集体“报复性弃标”等一连串风波。围绕药品集中

冰箱普及推广。

多家推变频引领冰箱高端化转型

 3月11日至14日,美菱携其在“全民换变频”启动仪式上所展示的0.1度变频技术系列产品,以及智能产品亮相上海家博会,美菱强势产品——0.1度变频冰箱更是以其超节能、超保鲜、超保湿、超静音等核心效果,直击消费者痛点。

 在家博会美菱展台,台湾最大家电批发、零售、网店双栖流通商雅光电器董事长廖全平表示,变频化是冰箱行业发展的大势所趋,也是激发市场需求、推动行业转型升级的关键,可以说,谁抢占了变频市场风口,谁就赢得了利润和转型先机。

 美菱认为,变频冰箱已经到了一个普及

布局四年 创维智慧家庭战略落地

 截至目前创维多元化产品已成功覆盖2亿家庭,辐射接近7亿用户,整体呈持续上升态势。

 物联网推动下,智能化是传统家电行业不容质疑的发展方向,这在业内已达共识。智能化首先是一场技术变革,这场变革掀起的浪潮必将带来巨大的发展空间和商业前景。2014年越来越多巨头意识到结盟才能弥补各自劣势,无论是硅谷的科技巨头谷歌、苹果,还是国内的海尔、美的,亦或联想、腾讯、阿里,甚至包括万科、花样年、龙湖地产等房地产和物业公司也加入了这场混战。

 尽管各大公司都从自身优势出发,互相

“服务即营销”将成未来家电商业模式

 更为至关重要。作为空调业前四强品牌,志高早在2002年9月1日就推出了“零配件终身免费更换”,一举登上全球家电服务制高点。

 伴随着大数据时代的来临,志高服务革新再一次走了行业的前列,实现了互联网思维的迅速转化。在2012年推出了全球首款云空调,首次完美地将“产品”与“服务”合为一体,引爆了当前中国空调业轰轰烈烈的智能风潮。志高做法是利用智能云核心科技创造一个“用户、空调、大数据云服务中心”三方互动模式。

 这种思维上的转变,就要求企业在设计的源头就注入服务基因,研发人员则需

康佳KKTV携手阿里YunOS联推新品U50

 此次发布会上,KKTV联合阿里YunOS推出的U50智能电视,不仅通过搭载阿里YunOS,实现了在应用体验上的跨越,更填补了KKTV在50寸4K领域的空白。

 相比市场上的同类智能电视,首先,U50拥有专业的硬件品质和强劲性能,从硬件参数、性能指标上看,U50纳入了4K超高清这一主流标准。其次,U50新品与之前双方联合发布的K43、K55一样,都继承了阿里YunOS平台应用丰富和极致体验的优良基因。依托于阿里影业与好莱坞等多家电影公司的授权,还植入了华数TV、优酷等合作方资源,让用户在客厅就能享受到影院的酣畅体验。(玲 玲)

从酒殇到药殇——百姓获利进行时

 采购,政府、企业之间的博弈正在演变为“一场没有硝烟的战争”。有药企抱怨,“砍价”存在“惟低价中标”的思维;而政府则相信,“砍价”能够挤掉药品价格虚高的“水分”,减轻民众用药负担。湖南省卫计委有关负责人介绍,在本次招标中,一些外资企业用“报复性弃标”表示抗议。针对一些进口弃标药品,近30%专家给价降幅在10%以内,近60%专家给价降幅在15%以内,部分进口药降幅甚至不足5%,但企业仍然选择弃标。四川某公司生产的癌症辅助药物芦笋片,出厂价15.5元/瓶,出现在省级招投标平台挂网采购价为185.2元/盒,而医院零售时的价格竟然为213元/瓶。一些过去耳熟能详、价格便宜、疗效好的药,就这样在市场中消失了。

 如果称“医改”是行业大地震,那么“反腐禁酒令”就是行业海啸,两者性质类似具有参考性。同为消费类行业,都在面临行政性的调整,结果是各行各业为了自己的利益各显神通。先看高端白酒行业酒,经过前2年的改革肃纪整顿,白酒业销量陡降,代理

美菱海尔引领高端转型

 的临界点,将成为2015年冰箱行业竞争的焦点。据悉,2015年美菱将向市场推出一系列变频产品,覆盖对开门、多门、三门、两门全产品线,“届时,美菱将成为变频产品覆盖最全面的企业”。美菱国内营销事业部总经理胡照贵表示,通过这一轮变频普及风暴,预计美菱2015年变频冰箱国内销售量将突破150万台,成为行业第一。

行业格局走向大分化

 2014年,行业告别了大盘式增长,进入新常态:消费升级将成为家电业发展的主要动力,高端化、智能化、变频化成为冰箱行业趋势,需求潜能释放越来越依靠技术创新和转型升级,将倒逼企业进行产业和技术升级。中国家电协会预测,2015年冰箱(含冷

布局四年 创维智慧家庭战略落地

 结盟,对行业历经各种探索,但仍没有哪一家公司找到打开智慧家庭大门的金钥匙。创维智慧家庭战略的落地,有望改变这一状况,让这一梦想不再可望不可及。

 据介绍,创维智慧家庭发展思路基于对家庭用户的研究和对云端数据的支持,并结合创维线上线下优势,实现了率先落地:从智能电视操作系统入手,全球首款完美支持智慧家庭的创维智能电视操作系统5.0在底层植入智慧家庭模块后,通过全网系统升级,可快速让数千万用户进入家中电视的智慧家庭入口。创维智能电视不是将各种设备冷冰冰

“服务即营销”将成未来家电商业模式

 要彻底地颠覆传统观念:空调整机不再是“产品”,它只是用户获取服务的“接口”。基本这种理念,志高在云空调中开设了互联网接口,消费者可以通过大数据云服务中心获取云定制、云控制、云适应、云诊断和云升级等增值服务。

 区别于传统空调的售后服务,志高云空调服务模式凸显四大优势:首先,它是一种主动性服务,24小时监控用户空调使用状态,可主动向用户提供使用建议和服务;其次,它是一种个性化服务,能智能化地为不同地区、不同个体提供因地适宜、恰到好处及最符合个体需求的服务;其三,云空调

冠军品质助力安踏创业绩新高

 2014年中国体育用品行业开始步入上升轨道,各大品牌的业绩普遍呈现出正增长。作为行业领军品牌,安踏秉承着对于高品质产品孜孜不倦的追求,一路高歌猛进,不仅拉开了和昔日霸主李宁的差距,并且再创业绩新高,提振了整个行业的士气。

 2014年,安踏为出征国际赛事的中国代表团运动员设计了多款领奖服——“冠军龙服”,中国健儿多次穿着安踏的“冠军龙服”站上领奖台接受殊荣。其中仅于亚运会便登上领奖台合共342次,不仅为安踏产品带来大量曝光机会,更进一步加强了安踏代表中国体育精髓及荣耀之品牌形象。除此之外,安踏还为5大运动管理中心24支国家的运动员提供比赛、训练及生

从酒殇到药殇——百姓获利进行时

 商巨亏不断,最后各家白酒巨头被迫小幅下调厂价,最终结果很明显,行业中下游环节冲击最大,而白酒公司遭受损失最小,实际只导致毛利小降,至于剧降的销量利润原本就是泡沫,被反腐戳破回归了常态而已。

 在白酒行业快速发展的十年间,行业整体欠下许多债,包括销售渠道、经销商服务、市场营销等等,而这些债是早晚要还的。库存高企的商家在看到政策对高端酒的销售影响较大时,便纷纷抛货,这也就有了茅台在2300多元/瓶的高价一路下跌 至900元/瓶左右,但是,900元/瓶并非是非茅台的底部,在接盘者伸手接盘后,茅台的价格出现了短暂的反弹,这也是市场上侥幸心理的写照。销售旺季却出现旺季不旺的现象,企业和商家终于醒悟。但此时,茅台和五粮液的价格一度跌到了850元/瓶和650元/瓶左右。

 再看医药行业,这个行业环节要多且水也浑浊,中游代理商和终端医院两大环节冲击最大,药品的大部分利润被中间环节侵蚀掉,而医药公司相比白酒公司遭受的冲击更

 柜)、洗衣机的国内市场需求规模将大致保持在2014年的水平。

 其他主流品牌,如海尔卡萨帝宣布参与奢侈品牌WMF的战略合作,开始推动旗下小家电产品的高端化。着力高端转型的还有惠而浦,在去年惠而浦战略控股合肥三洋之前,合肥三洋便本着着力打造自有高端品牌。

 家电行业专家陆刃波表示,2015年将是冰箱行业发展的分水岭,变频冰箱将全面取代定频冰箱。即将出台的国家能效“领跑者”制度和新的能效等级制度将推动转型升级,同时也将加快行业格局分化。(沈 珊)

产业亮点

 的信息显示和控制功能带给用户,而是基于软硬件连通的服务来吸引用户。用户在开启创维智慧家庭的各种服务时,会有对应的场景微电影引导和所需设备的购买入口。创维多元化产业对智慧家庭战略具有强大的价格倾斜和支撑,用户在服务界面会发现异常心动的销售价格,很难不产生购买冲动。

 杨东文总裁介绍说,2015年3月1日,创维正式成立智慧家庭战略发展部,大胆启用80后团队组建这支战队,旨在打造以智慧屏幕为核心的智慧家庭开放平台,携手上下游伙伴共存共赢,共建生态。

 具有“在线专家诊断”自助功能,消费者可清楚获知空调使用中遇到的故障问题;其四,大数据云服务中心拥有庞大的云资源,用户可随时更新、升级家用空调系统,使空调永不过时。

 行业分析人士认为,志高创造性地把制造业做成了新型服务业,把客户做成了用户。服务即营销的转型,就是用“用户”来建立持续的客户资产,把产品做成了平台,搭建了一个超越现有产业链开放式的技术平台,进而整合其它外部力量,最终重构价值链,这也将是中国家电商业模式未来发展方向。(子 珍)

冠军品质助力安踏创业绩新高

 活的全套装备支持。 2014年在索契冬奥会上,安踏打造的冰雪比赛装备凭借其出众的外观和良好的性能,获得了运动员的一致好评。

 在今年1月公布的第五届“BrandZTM最具价值中国品牌100强”榜单中,安踏成为唯一入榜的中国体育用品品牌。品牌价值达4亿美元,同比增长达18%,是唯一一家连续五年都跻身前100名的体育用品品牌。今年2月,安踏率先在香港公布了2014全年业绩公告,公司营业收入为89.23亿人民币,超越了2011年创下的89.05亿营收,创下了历史新高。而零售转型战略的实施以及高质量产品的不断推出,是安踏能够取得优秀业绩的重要原因。

 (魏 勇)

从酒殇到药殇——百姓获利进行时

 小。如复合辅酶(贝科能)出厂价0.1毫克18.5元,从江苏招标价已降至95元0.1U/支看,仍有几倍的空间。可见医改改革水分之多,百姓获利空间还大。专家同时指出,政策能否得到有效落实,是药价虚高能否得到解决的关键。百姓的医疗费用能否真正降低,还需更多的配套改革政策出台,不仅应制定具体措施确保公立医院药品集中采购指导意见的落实,药品采购还要加强与医保支付方式和价格改革的联动,发挥医保、价格等政策杠杆作用,包括探索制定医保支付标准价格,鼓励医保经办机构与医疗机构和药品供应商进行价格谈判,合理调整医疗服务价格等。

 从酒殇到药殇,是百姓之福。医改之路还很长,幸福之门已打开。我们拭目以待! (凯 文)

产业平台