



产业资讯

工银瑞信2014年
为年金客户净赚35亿元

本报讯 资本市场的上升行情为企业年金带来了丰厚的收益。人力资源和社会保障部近期公布的企业年金数据显示,2014年我国企业年金加权收益率为9.3%,为2007年以来的最好业绩。

人社部的数据显示,2014年实际运作的企业年金为7402.86亿元,较2013年增长了28%。工银瑞信是国内大型银行系中唯一具有年金和全国社保基金投资管理资格的基金公司,在固定收益管理规模和投资能力上长期占据领先优势,去年以33.9%的平均股票投资主动管理收益率居前五大基金公司之首,并一举揽获主动股票型基金冠军、季军。得益于稳定的业绩和优良的综合服务能力,工银瑞信年金管理业务获得客户认可,管理年金组合数量增速和规模增速均处于行业前列。

(小丽)

工银瑞信主动权益类规模
跃居行业第五

本报讯 在牛市中“业绩带动规模”的影响直接而迅速,海通证券的报告显示,工银瑞信一季度末权益类基金(剔除链接基金)规模达到804亿元,从行业第21位跃居行业第8;其中主动权益类规模居行业第5,较去年底增长97%,增幅居行业第二,成为本轮牛市中行情中业绩驱动规模增长的杰出代表。

今年,工银瑞信迎来成立十周年。海通证券报告称,工银瑞信旗下权益类基金规模从2014年末的360.35亿元,增长到今年一季度末的804.85亿元,排名全行业第8,行业排名跃升了13个位次,这也使得这家以固定收益规模见长的银行系基金公司公募资产结构产生了深刻变化,其权益类规模占公募规模的比重由去年底的15%攀升至一季度的32%,成为真正意义上的股债双优、资产管理规模居行业前三的超大型基金公司。

(雪真)

华三通信“新IT新‘智’造”研讨会
在长沙举行

本报讯 日前,杭州华三通信技术有限公司携手全球领先的高端装备制造企业中联重科在湖南长沙举行“新IT,新‘智’造”研讨会,共同探讨“互联网+”时代下如何促进快速涌现的新一代信息技术与制造业的深度融合,推动传统制造业向数字化、智能化、网络化迈进,帮助制造业在激烈的全球竞争中发展全新的竞争优势,从而加速中国由“制造大国”发展成为“‘智造’强国”。

在研讨会上,来自华三通信和中联重科的信息部门负责人与来自中航工业、中钢集团和西门子的嘉宾共同分享了各方在两化融合、企业云服务、数字化工厂、智能制造等方面的最佳实践,全面展现了以中联重科为代表的一批中国制造业龙头企业在互联网+的经济形态下,皆在通过充分挖掘和发挥新一代信息技术在提升实体经济创新力和生产力方面的潜能,分享推动企业商业模式创新、撬动企业业务转型升级上的最新成果和先进经验。

(冉荷)

郑州日产金融购车特惠来袭

本报讯 5月1日至31日期间,郑州日产重磅推出金融消费信贷超值购车活动。进入全国郑州日产专营店购买东风风度MX6、帅客、NISSAN NV200、锐骐皮卡四款明星车型中任意一款,即享“5050”和“5010”等半价提车优惠政策,消费者只需首付50%,便可享受“0利率”分期购车,剩余费用可选择一年后一次性付清或一年内存12期还清。

同时,为满足消费者的不同需求,郑州日产特别推出了“24期低息”、“36期低息”、“24期低息定额贷”及“36期低息定额贷”等共4种不同的“低息”分期购车方案。

郑州日产举办的5月信贷优惠活动,实实在在解决了消费者前期现金不足、近期现金周转等各种购车压力,不仅降低了购车的门槛,并且以免息或超低息的方式,给予消费者最实际的优惠。

(周明喜)

北汽集团发布“创·新未来”战略

本报讯 日前,第十六届上海国际车展隆重举行,北汽集团携旗下整车企业展示了全系乘用车、越野车、新能源车,突出了车联网技术、轻量化技术成果,向世界展示了北汽作为世界五百强之一和中国五大汽车集团之一的超强综合实力。

最强阵容——北汽史上最大规模、最大面积、最多展品,最震撼——“创·新未来”战略重磅发布;最瞩目——与乐视合作的首款产品“车联网概念系统”惊艳亮相,最环保——新能源汽车展示区域面积扩大,生活模拟为用户答疑解惑,最惊叹——绅宝系列迎新贵,昌河汽车换标迈上新征程。

北汽集团董事长徐和谊全面解读了“创·新未来”战略的背景与具体构想。他指出,“创”即创新,“新”即新能源,“未来”则是前沿思维和北汽的明天。

徐和谊表示,以国家政策为根本指导,以最新行业趋势为导向,以互联网+创新思维为有力工具,这是企业实现突破发展的自我需要,是推动行业资源整合革新有效措施,更是北汽为增强国家综合国力贡献力量所义不容辞的责任。

(魏勇)



■ 本报记者 冉荷

近日,创维 GLED Air 族系新品 G7200 在国内最大的视频网站优酷举行线上发布会,全国两万余家创维终端门店同步播出,是行业内首家举行纯线上发布会的彩电厂

商。创维官方表示,通过线上视频网站和全国商场门店同步直播的形式,可以让全国的消费者第一时间了解这款新品。

创维 GLED Air G7200 新品线上发布会的主题为“向时代中致敬”,由创维两位 80 后产品经理介绍新品。随着时代的

覆盖 200 多个国家和地区,并在全球 150 多个国家和地区注册了“CHIGO”牌商标;同时,陆续获得美国 UL 认证、ARI 认证、欧盟认证等全球多个认证,以技术优势为产品出口打通了通道。

据了解,志高在第 117 届广交会上,其系列产品凸显的智能化、极致的用户体验元素受到全球客商的热捧。连续七次参展的云空调系列是志高的主打产品。多年来,志高通过不断提升技术创新能力,提高技术标准,应对国际贸易保护政策的技术壁垒,以强大的产品力为品牌国际化奠定了坚实的基石。

中国的阿里、腾讯等企业凭借“互联网+”思维,取得了竞争优势和领先地位。但在工业互联网上,中国制造仍需杀出一条血路,必须拥抱新一轮科技和产业革命的浪潮,以互联网的思维和方法改造传统制造业,走向制造业的网络化、信息化、智能化、专业化。

近年来,家电产业一直积极地面对互

联网,美的拥抱小米、阿里、京东进军智能家电产业,而志高空调则在 2012 年就推出了全球首台云空调产品,并主导及牵头制定了全球首个云空调地方标准。

志高将传统空调业的产业链重新定义为“智能终端+云平台”为核心的全新生态链,“志高早在 2009 年就开始布局智能战略,现在我们在产品技术上已经非常成熟,经过几年时间的市场推广和培育,将很快迎来一个全面爆发阶段”。志高空调副董事长兼总裁黄兴科表示。

志高利用云技术平台大数据的收集,进行对产品的管理和挖掘,实现对客户推送信息,产品可实现颠覆商业模式,从卖产品再到卖平台,把消费者当成价值链中的重要一环,分享生态链的利益。

“不久的将来,我们将在看不见的渠道、平台、互联网衍生服务赚到钱。”黄兴科表示。

去年年底,志高牵手成龙并发布全球品牌战略,2015 年正式启动全

球品牌战略,优化产品结构,将中高端产品提升至八成以上,瞄准千亿产值目标!

志高集团董事局主席李兴浩表示,今后志高将以满足消费者需求变化为战略出发点,瞄准高附加值、高溢价能力,推动高端产品结构升级、高端科技升级、智能制造体系升级。

具体看来,一是产品结构升级,未来的产品将搭载行业最领先的智能技术、最强大的健康技术、最极致的工艺要求、最舒适的功能搭配;二是高端科技转型,突破智能云核心科技,推动空调行业跨入云计算时代;三是智造体系升级,今后不仅要全面量产和制造云空调,而且要通过精益生产,推动生产资源整合,提升生产效率。

品牌在走向全球的过程中,应在产品创新上发力,以打造更高端的国际化产品,从而实现差异化竞争。

4 月 29 日,众多啤酒集团巨头齐聚酒仙网参观,同时也为即将开启的五月酒仙啤酒节助力。期间,酒仙网董事长郝鸿峰与百威英博啤酒集团、嘉士伯、青岛啤酒股份有限公司、杭州千岛湖啤酒有限公司等企业高层,共同探寻了互联网+形势下的啤酒行业的发展问题。

酒仙网不生产酒,但是会把优质的啤酒送到每个消费者面前。作为中国最大的酒类电商,酒仙网一直致力于为消费者提供种类更丰富、品质更好的酒品。为丰富

产品线,酒仙网售卖的中高端啤酒占整体啤酒产品很大比例,其中不乏德国、美国、比利时等地的进口高端啤酒。

据悉,2014 年中国啤酒产品的进出口和上年相比都出现了增长,特别值得关注的是进口啤酒的增长,连续三年几乎呈现出爆发式的增长(2012 年增幅 71.44%,2013 年增幅 65.6%),三年累计增长了 426.81%。

据郝鸿峰介绍,目前酒仙网上售卖的啤酒以国产中高端和进口产品居多,其原

适合日本人口感的米;然后投入大量的时间和精力研究这种米的烹制过程,最后决定出制作电饭煲的内胆的竹炭材料;接着派出多个小组在全日本收购最理想的竹炭原料,最后利用高温 3000 度烧制 3 个月时间,在去糟取精做成新型电饭煲内胆”。这样一款产品的诞生,无疑是对“工匠精神”最完美的诠释。

由此可见,“工匠精神”其实就是一种态度,一种追求极致,精益求精的态度。一个企业从 60 分做到 95 分是优秀,从优秀到卓越是从 95 分做到 99 分,而“工匠精神”则助力企业从卓越到基业长青,从 99 分做到 99.99 分。在产品同质化、选择多样化的今天,让消费者满意的产品已经不能够让消费者产生购买的欲望,企业应该要要努力争取那 0.99 分,用“工匠精神”打造自己的产品和服务,做到让消费者感动、惊喜,从而吸引其购买。

有一种“工匠精神”叫林内

谈及燃气具企业的“工匠精神”,林内

无疑,中国已经有了这样一群人,他们努力、拼搏,在事业上小有成就,同时也有着非凡的品味,他们是这个时代的中坚力量,社会的进步与发展与他们息息相关,而创维此次推出的 G7200 就是为这部分时代中坚倾情打造的一款产品。

G7200 采用三层一体化模组设计,在提升电视画面亮度的同时又将背光模组与液晶玻璃进行紧密贴合,使得屏体厚度降低到惊人的 7.9mm,这不仅仅是电视研发领域的一次突破,更是制造工艺水平的一次巨大飞跃。同时,由于采用了 LGD 原装的 4 色 4K Air 屏体,无铜广色域技术的加入使画面色彩饱和度和色域广度大幅提升,并且更健康环保;G7200 还内嵌了 D-BEF 增亮膜,使分散的光线集中,起到聚光的作用,光线利用率提高,从而提升亮度,使暗处细节更加清晰,成为市面上综合画质非常好的一款电视。

2014 年 5 月,谷歌推出了 Android L(64 位操作系统),预示着未来 64 位芯片将会成为电子行业的主流。创维 G7200 系列正是搭载中国自主知识产权的 64 位电视机运行芯片 SOC64,这是目前电视行业位数最高的芯片;它还搭载了目前唯一的电视机 64 位操作系统——酷开系统 64 位,支持

无疑,中国已经有了这样一群人,他们努力、拼搏,在事业上小有成就,同时也有着非凡的品味,他们是这个时代的中坚力量,社会的进步与发展与他们息息相关,而创维此次推出的 G7200 就是为这部分时代中坚倾情打造的一款产品。

G7200 采用三层一体化模组设计,在提升电视画面亮度的同时又将背光模组与液晶玻璃进行紧密贴合,使得屏体厚度降低到惊人的 7.9mm,这不仅仅是电视研发领域的一次突破,更是制造工艺水平的一次巨大飞跃。同时,由于采用了 LGD 原装的 4 色 4K Air 屏体,无铜广色域技术的加入使画面色彩饱和度和色域广度大幅提升,并且更健康环保;G7200 还内嵌了 D-BEF 增亮膜,使分散的光线集中,起到聚光的作用,光线利用率提高,从而提升亮度,使暗处细节更加清晰,成为市面上综合画质非常好的一款电视。

2014 年 5 月,谷歌推出了 Android L(64 位操作系统),预示着未来 64 位芯片将会成为电子行业的主流。创维 G7200 系列正是搭载中国自主知识产权的 64 位电视机运行芯片 SOC64,这是目前电视行业位数最高的芯片;它还搭载了目前唯一的电视机 64 位操作系统——酷开系统 64 位,支持

客厅王者再添新兵

创维推出 GLED Air G7200

进步,中国已经有了这样一群人,他们努力、拼搏,在事业上小有成就,同时也有着非凡的品味,他们是这个时代的中坚力量,社会的进步与发展与他们息息相关,而创维此次推出的 G7200 就是为这部分时代中坚倾情打造的一款产品。

G7200 采用三层一体化模组设计,在提升电视画面亮度的同时又将背光模组与液晶玻璃进行紧密贴合,使得屏体厚度降低到惊人的 7.9mm,这不仅仅是电视研发领域的一次突破,更是制造工艺水平的一次巨大飞跃。同时,由于采用了 LGD 原装的 4 色 4K Air 屏体,无铜广色域技术的加入使画面色彩饱和度和色域广度大幅提升,并且更健康环保;G7200 还内嵌了 D-BEF 增亮膜,使分散的光线集中,起到聚光的作用,光线利用率提高,从而提升亮度,使暗处细节更加清晰,成为市面上综合画质非常好的一款电视。

2014 年 5 月,谷歌推出了 Android L(64 位操作系统),预示着未来 64 位芯片将会成为电子行业的主流。创维 G7200 系列正是搭载中国自主知识产权的 64 位电视机运行芯片 SOC64,这是目前电视行业位数最高的芯片;它还搭载了目前唯一的电视机 64 位操作系统——酷开系统 64 位,支持

Android L。64 位芯片与 64 位系统的绝妙匹配,赋予了 G7200 无与伦比的操作体验。

G7200 酷开系统内置的 Geek Max 为广大用户提供了海量的高清影视资源,内建 H.265 专区、4K 专区、杜比专区和电视四大专区。得益于 SOC64 强劲的解码能力,G7200 可硬解码 H.265 编码格式压制的高清视频。H.265 编码的高清视频最大优势是,在不影响影片清晰度的情况下,即使占用很少网络带宽也能快速加载影片。

Geek Box 是全通道的游戏对战平台,《未来英雄》是首款也是顶级的射击类 4K 体感游戏。超清画质让你瞬间穿越到未来战场,打造出电视版的 CS;更有新增枪王争锋射击体感游戏,支持多人联网对战。Geek Pod 则提供了大量的 4K MV 资源,配合 G7200 内置的 Geek Imbar 独立四音腔音响和 Geek Bass 无源重低音,将音质效果发挥到极致。

丰富的影音游戏资源,成功地将创维 GLED Air G7200 打造成为家庭客厅娱乐中心。

球品牌战略,优化产品结构,将中高端产品提升至八成以上,瞄准千亿产值目标!

志高集团董事局主席李兴浩表示,今后志高将以满足消费者需求变化为战略出发点,瞄准高附加值、高溢价能力,推动高端产品结构升级、高端科技升级、智能制造体系升级。

具体看来,一是产品结构升级,未来的产品将搭载行业最领先的智能技术、最强大的健康技术、最极致的工艺要求、最舒适的功能搭配;二是高端科技转型,突破智能云核心科技,推动空调行业跨入云计算时代;三是智造体系升级,今后不仅要全面量产和制造云空调,而且要通过精益生产,推动生产资源整合,提升生产效率。

品牌在走向全球的过程中,应在产品创新上发力,以打造更高端的国际化产品,从而实现差异化竞争。

因主要是受市场变化及需求影响:一是消费者对生活品质的要求,使得市场对中高端啤酒产品的需求旺盛;二是不同于国内啤酒包装单一,进口啤酒包装设计更符合中高端人群审美文化。

据 2014 年中国酒业协会啤酒分会报告显示:2014 年,我国啤酒工业实现利税总额 346.5 亿元,比上年增长 4.97%。值得一提的是,啤酒行业是饮料酒主要酒种中唯一实现单位产品利润增长的酒种,且增幅较为可观。

无疑,是无法逾越的里程碑式企业。林内集团成立于 1920 年,至今拥有 96 年的历史,是全球燃气具生产企业中最强大的集团公司之一。上世纪 20 年代,内藤秀次郎和林兼吉在日本名古屋共同创建了“林内商会”,林内品牌由此诞生。林内于 1993 年 9 月进驻中国市场。“苛求品质”是这家企业 96 年来的企业灵魂。

燃气具行业专家表示,对于制造企业来说,高内制率虽然成本高,但是可以让企业很容易的控制每个部件的技术和质量,对于产品的整体性能来说,要比采购部件稳定的多。自品牌创立伊始,林内一直坚持电子基板、燃烧器、热交换器、传感器等关键电子部件内制的原则,通过高内制率来确保产品的品质。林内开发工程师介绍,林内在选材方面非常讲究,绝不因为成本而牺牲部件的材质。正是由于在产品设计中、部件选材和生产工艺等细节方面精益求精,林内产品才能始终保持卓越品质。

林内人视产品品质如生命。据林内集团内部人士透露:林内产品的高品质与低故

郝鸿峰表示,互联网+是当下最热门的商业话题,而酒仙网本身就是从传统酒行业转型互联网的典型代表。酒仙网做行业的互联网+有着天然的优势,专注于酒类行业一直是酒仙网的理念。酒仙网专业的采购及运营团队,将会给消费者带来品质更好、种类更丰富的啤酒产品。

此次啤酒行业巨头高层集中对酒仙网进行实地考察,共同探寻“互联网+啤酒”的新型业态发展方向,或将开启啤酒在互联网+的新时代。

(魏勇)

“危”“机”并存 国内制造业需要拾工匠精神

刚刚过去的 3·15“打假日”在央视曝光出来的名单上,家电品类中的吸油烟机产品则不幸被“点名”,大大打击了消费者的信心。据悉,中国燃气具行业产品质量并没有想象的那么乐观,很多厂家为了利益,不惜“造假”。长此以往,消费者的不信任必将侵蚀一些优质企业辛苦创下的“品牌基业”。燃气具企业需要重新用“工匠精神”找回消费者的信任,实现诚信上的升级换代。

燃气具行业,需要怎样的“工匠精神”

何为“工匠精神”?有着百年历史的同仁堂,将“品味虽贵,必不敢减物力;炮制虽繁,必不敢省人工”,作为确保品质的座右铭。网络时代的小米雷军说,做产品要“专注、极致、口碑、快”,凡此种种都是对“工匠精神”的精彩解读。

在家电大牌云集的日本,对于“工匠精神”有着自身独特的诠释。据悉,日本某家电企业为打造一款满意的电饭煲,邀请三千人在全日本的寿司店品尝寿司,找出最

障率皆因在技术标准方面都以超出国家既定标准在严苛执行。林内每研发一款新品,都需送到日本总部的技术中心进行长时间的耐久性试验,其中包括抗风、抗水、抗盐雾、抗电磁冲击等多项测试。因此开发周期较大多数同类品牌长 2-3 倍。在林内技术中心,有亚洲先进的喷淋环境条件模拟实验室,有全球燃气行业领先的风速达到 25 米/秒的风洞实验室,有能够模拟多种恶劣环境条件的耐久性实验室等一流实验室。

国内燃气具企业已面临“危”、“机”并存的严峻局面:市场必将会逐渐淘汰一大批无核心技术的落后企业,同时将会有一大批以用户需求为核心打造精益求精产品的“工匠精神”型企业市场上脱颖而出。本着“工匠精神”做产品,重新树立消费者的信心,这就是中国燃气具企业未来二次腾飞的机遇所在。

(晓丽)