



品牌报道

福田汽车进军SUV市场 商乘并举战略成功转型

■本报记者 梦杨

福田汽车进军乘用车领域首款SUV萨瓦纳将在天猫官网预售,萨瓦纳SUV是向乘用车领域进军的第一步,下一步就是德国宝沃,福田已下定决心要发展乘用车。

福田汽车品牌价值600亿,蝉联全球商用车销量第一。目前,2014年度“中国500最具价值品牌”排行榜在京发布,福田汽车以671.27亿元的品牌价值再次荣登该榜单,总排名34位,汽车行业第4,继续以“中国商用车第一”的品牌地位领军中国商用车行业。

刚结束的2015上海车展上正式上市的福田汽车SUV萨瓦纳,近日又在梦想车展上强势起

航。作为福田汽车首款硬派SUV,萨瓦纳以硬派的外观兼具动力强劲、超强越野性、宽大乘车空间四大优势全副武装,成功进军SUV市场,为福田汽车进入乘用车领域迈出坚实的一步。

动力性能是否充沛,是衡量一款硬派SUV的核心标准。萨瓦纳拥有与美国康明斯共同打造的高效发动机,分别配备了福田与美国康明斯联手为其量身定制的高效柴油发动机以及TGDI汽油发动机。其中柴油发动机最大功率120kW,最大扭矩360N·M,并曾创造了50万公里无大修的出色成绩;最新开发的TGDI汽油发动机采用国际先进的涡轮增压缸内直喷技术,最大功率可达160kW,排放最高可达欧VI标准。有此强劲

的动力表现,才能不负全境征服者之名。

为保证萨瓦纳的越野性能,其采用非承载式高强度车身,纯正的SUV底盘使其抗扭性、抗冲击能力和承载能力优于城市SUV,灵活的四驱模式及轮间差速锁,更大规格的轮胎,超高离地间隙以及最大爬坡角度达35度,赋予萨瓦纳优良的硬派SUV基因。采用双叉臂独立前悬架和五连杆非独立后悬架,使其在同级别车型中拥有更为卓越的越野性能,轻松应对各种恶劣路况。

进军SUV市场 推动战略成功转型,作为一家商用车企业,乘用车业务的破题,意味着福田汽车商乘并举的战略实现了阶段性目标,并带领企业迈入新的发展阶段。

随着转型升级,福田汽车正在以提升能

力为基础,通过整合增长,加速战略目标的实现。萨瓦纳的出现标志着福田汽车生产的产品,已经从卡车、客车、皮卡等商用车向SUV等乘用车领域渗透。它不仅丰富了福田汽车的产品线,填补了企业SUV产品的空白,拓宽了福田汽车的产品厚度,更有力地彰显了福田汽车强大的研发能力,推进了福田汽车企业“商乘并举”战略的成功转型。同时,福田汽车整车精良的制造力与精湛的技术使萨瓦纳必将成为2015年SUV细分市场里的黑马。

创新品牌

品牌资讯

三星助力科技竞赛

日前,由三星电子独家赞助的SOLVE FOR TOMORROW 探知未来2015年全国青年科普创新实验暨作品大赛在北京正式拉开帷幕。

“探知未来科普创新实验大赛”自2013年起进入中国,今年已迎来三周年,三年来,赛事逐年升级,迅速成为全国影响力最大的科技赛事之一。启动仪式上,三星电子大中华区总裁朴载淳表示:“作为全球领先的科技公司和负责任的企业公民,三星电子致力于分享企业的领先科技和优质资源,推动中国科普事业的发展,培养青年的科学兴趣和创新精神,使之成为具有社会担当的优秀人才。我们赞助这一大型科普赛事,旨在并关注青年人成长和科技发展,通过竞赛将三星电子的科技创新精神和公益理念完美融合。”(黄雨萌)

乐视商城启用新域名

日前,乐视在京举行“无生态,不电商”发布会,宣布乐视商城正式启用全新顶级域名lemall.com,基于“平台+内容+终端+应用”的垂直整合乐视生态,力将乐视商城打造成全球首个生态型电商平台,开创电商3.0时代先河,引领电商行业进入生态时代。

乐视智能终端事业部副总裁赵一成表示,此前乐视商城只售卖超级电视等智能硬件,定位是中国智能硬件第一电商平台,基于乐迷兴趣及乐视生态的社会化电商平台。随着乐视生态不断进发的核聚变效应,乐视商城要转为乐视生态型的电商,未来承载的不仅仅是超级电视、超级手机、超级汽车等智能终端的销售,最核心的是还要完成乐视生态产品、服务等所有环节的打通,并提供一系列乐视生态的相关服务。(高晓芳)

北京世园会官网上线

日前,2019北京世界园艺博览会(简称北京世园会)官方网站上线和会徽、吉祥物征集发布会在北京奥运大厦举行。作为世界最高级别的A1类世界园艺博览会自1999年在中国昆明举办后,时隔二十年再次回到中国北京,有着重要的意义。北京世园局与中国网在会上签订了《2019年北京世界园艺博览会网站建设战略合作协议》。北京世园会官网由北京世园局主管,中国网承建。网站设有新闻中心、世园博览等栏目。

2019北京世园会会徽和吉祥物从4月27日起面向全国和海外公开征集。会徽征集投稿时间自2015年4月27日起至2015年5月31日。吉祥物征集投稿时间自2015年4月27日起至2015年6月14日。(林国光)

北汽绅宝“抄底行动”大促销

近日,北汽汽车发起了“抄底行动,不留余D”的主题促销战役。本次活动涵盖绅宝D20、绅宝D50、绅宝D70三款主力热销车型。即日起,消费者购买其中任意一款车型,便可享受“1年免息、免购置税、享受置换补贴”的三重钜惠。

贷款购车最低首付款仅需20%,并享有一年免息0利率的信贷钜惠。这意味着指导价14.98万元的绅宝D70 2.0T舒适版只需3万元左右就能开回家,而绅宝D50、绅宝D20最低首付款更是低至1.3万元、1万元的冰点价。活动期间,贷款购车还减免购置税,最高可免14000元,给消费者实实在在的购车优惠。此外,北汽汽车还为置换车主提供了超值置换补贴,凡置换购买绅宝D20、绅宝D50、绅宝D70车型,可最高获享5000元置换补贴。(李琳)

绅宝D50迎来上市一周年

日前,北汽汽车旗下的首款A级家轿——绅宝D50,迎来了成长历程中的首个重要时刻:上市一周年。从去年北京车展的正式发布,到今年上海车展的荣耀亮相,绅宝D50在一年来的摸索前行中收获颇多,不仅销量上芝麻开花节节高,营销方式上开创出多种新模式,更在文化上赢得了“北欧使者”的美誉。

上市首月,绅宝D50的月销量即突破了3000辆,对于一款初来乍到的新车,这个数值可划归至优秀等级。仅8个月后,去年12月份,绅宝D50为自己的2014年画上了一个完美句号。刚刚过去的3月份,绅宝D50再度发力,以月销10000辆的成绩迅速拉升了自己的市场排名,甚至直逼冠军之位。上市不到一年的绅宝D50正式加入“万辆俱乐部”,成为媒体口中的“车坛黑马”。(周华)

雨生红球藻源水溶性虾青素技术水平达到国际领先



近日,由杭州鑫伟低碳技术研发有限公司自主研发的“雨生红球藻源水溶性虾青素制品及其制造方法”通过国家科技成果评价,技术水平达到国际领先。

该项目是世界上首个引太阳进室内并封闭式培养技术,解决了雨生红球藻的培养易被污染难题,可控波长的室内光照装置给予雨生红球藻生长和虾青素的诱导最优化条件,解决了传统雨生红球藻培养效率低、占地面积大、清洗困难等问题。它应用了光导管、光转移、可控光波、室内自然光源等光学技术和智能控制技术,形成了独特的技术体系,能高效培养雨生红球藻生产虾青素。

该技术是世界上首次直接将新鲜雨生红球藻孢子泥,采用高压空气细胞切割技术,用物理方法将雨生红球藻孢子壁击碎,

让孢子内虾青素溢出,再通过乳化、微囊包埋等技术,将脂溶性的虾青素利用亲水囊材(特制)包埋,经低温真空干燥制成为水溶性的雨生红球藻泥虾青素粉。该项技术简单易行,新鲜孢子泥的虾青素损失少,包埋率可达98%以上。制成的水溶性藻泥虾青素粉中的虾青素含量,可达2%以上。

该技术从新鲜雨生红球藻孢子泥中用浸提法或超CO₂浓度萃取法得到虾青素油,再用亲水材料对油进行乳化,并用特殊囊材包埋,最后经低温真空干燥制成水溶性的雨生红球藻泥虾青素微囊粉,技术先进,工艺合理。虾青素包埋率达98.5%,制成的微囊粉容易吸收,虾青素含量为2.2-2.5%。

长期以来,由于虾青素的难溶性和极易被氧化而失去其功效,给虾青素的应用和产品的多元化带来瓶颈。目前的市场虾青素产品中,主要以胶囊类型出现,包括用藻粉做的虾青素硬胶囊和用雨生红球藻虾青素油做的软胶囊。未破壁的藻粉不能被人体吸收,用作食品没有任何价值;而破壁的藻粉,虾青素失去保护极易被氧化,不能直接

美女总裁助阵 奥克斯领衔五一促销战

“五一”假期,宁波苏宁天一店人声鼎沸,多数人是冲着奥克斯而来。很多人都希望一睹奥克斯家电集团掌门人钱旭峰的“真容”,只是美女总裁的出场方式让人略感意外,对产品卖点的熟记,对开票等基础工作的娴熟让人心生感叹。这也和奥克斯的“五一”营销业绩形成了鲜明的匹配——“五一”期间奥克斯逆市飘红,三天销售同比逆势增长31%。

关于品质,奥克斯家电集团总裁钱旭峰曾这样表示:做空调要有工匠精神,要以产品为核心,追求细节精益求精的品质空调,用绝佳的品质吸引消费者的青睐,打造奥克斯特有的粉丝经济,以成就奥克斯空调的百年发展大计。

随着气温升高,空调行业的市场促销及推广大战也将达到一个前所未有的高度。笔者走访各大家电卖场发现,奥克斯的表现

格外抢眼,陆续推出“惠享五一,裸价盛宴”、“诚意回馈,免费换新”、“不限品牌,全部换新”、“艺术柜机普及”、“豪礼刮刮乐”等丰富多彩的促销活动,提前迎来了一波抢购热潮。与此同时,奥克斯也针对客户需求进行了产品的“定向”回馈。卖场中针对“五一”节假日热销的几款产品,诸如“静悦”系列、“自由”系列等指定的爆款推出折扣促销活动,真正做到了高价值让利。

值得一提的是,针对年轻化族群,奥克斯也打出了娱乐营销牌:结合好莱坞系列电影《速度与激情7》,进行电影营销;伴随电影的热映,也为品牌的假日营销奠定了良好的



基础。

同时,奥克斯再度跨界牵手途牛旅游网,开行业先河,完成了对“五一”空调市场大战的提前引爆。(杨文)

雅堂之家引领家居业新潮流

近日,国内专业家居O2O电商平台——雅堂之家创办人杨定平放言,目前家居行业价格完全可以降低50%。杨定平在接受央视《经济半小时》栏目采访时表示,目前困扰家居行业的最大问题就是环节多,层层加价,而“互联网+”让传统家居行业低成本运行成为可能。

他表示,50%的降价空间并不是空穴来风。目前,传统家居市场的营销大多采用的是在固定的营销卖场进行销售,一种是在加盟商或代理商的卖场或者是在大型的家居城销售产品;另一种是直营,即设立销售分公司,在区域家居大卖场自租场地销售。无论是采用以上两种营销方式中的哪一种形式,一件家居最终到买家手中,都要经过几轮代理商、分销商,房租、水电、人员费用等成本层层叠加。

对比实体店营销,线上营销模式虽然省去了原有的房屋水电费用,价格相对降低不少,但销量仍然不能与实体店比拟。从各家居电商平台销售的情况来看,当一个家居品牌入驻电商平台后,产品品类并没有太多的鲜明特点,而如果一旦消费者购买产品后,部分卖家和家居商都不提供免费配送及便

利的安装服务,消费者必须要自提或者支付80-500元不等的运费、安装费等成本。诸多此类问题,让大多消费者不愿意选择“网购”家居产品。

据悉,国内家居O2O电商品牌“雅堂之家”,目前正在尝试通过线上电商平台和线下体验馆双向联营的方式,为消费者提供一站式家居生活解决方案,同时为传统家居企业提供销售平台与整合营销服务,打造家居产业链互联网生态圈模式。在这个模式之下,消费者可以到体验馆进行实体店家居体验,对产品的风格、材质、质量和使用感进行评估,再下单购买。“线下改成体验馆,不设置购买模式,租地方就显得不是特别重要了。这在房屋租金上就节约了30%以上,再加上减去的经销商的层层加价,所有产品至少节省了50%下来”,雅堂之家创始人杨定平这样说。由厂家直接配送给消费者,这是“雅堂之家”尝试用O2O模式,搭建P2C平台的方式。“现在电商P2C的兴起,是未来的一个趋势。家居企业这么多,怎么解决中间瓶颈,让产品直接到消费者那里去,这是现在家居行业非常渴望解决的需求”,杨定平分析,目前他们正在用这种P2C的方式,来

国誉家具缔造完美商务新生活

时下,越来越多的办公空间逐渐打破常规的布局形式;未来,拥有贴合使用者需求并兼具创意灵感的定制化办公空间将愈加受到企业家的欢迎。作为国际知名品牌,KOKUYO不断启发灵感,秉承着人性化设计理念,引领着办公整体设计环境的新革命。在国誉家具上海旗舰店展厅,办公设计中的创意与灵感被演绎的淋漓尽致。

国誉(KOKUYO)以制造销售文具、办公家具为主,国誉集团始终是活跃在世界舞台上的国际性企业。其独特的“双轴经营模式”包含以制造销售文具为主的“国誉文具”,以及制造销售办公家具、空间设计等为主的“国誉办公家具”。“空间价值制造和销售”,这不是一句虚言,国誉家具经过市场锤炼,所开创的设计理念已经逐渐受到更多人的认可。

公司的立足点在于产品,国誉公司在产品研发上也不遗余力。设计师团队在开发产品的过程中,懂得聚焦用户需求,发现问题,并运用物理、心理和美学方式加以解决,努力实现既方便又美观的产品设计。“我们坚信,未来必将有一场全新工作模式的革新,而国誉正是通过体验源于实践让更多消费者和企业主进行近距离的感知。”国誉家具市场负责人分享说道。PRESENCE II,就是国誉家具根据中国市场量身打造的工作站,除了可以满足不同需求的办公环境,支持个人及团队多元化的工作方式之外,PRESENCE II另一个特质就是打破了传统屏风工作位的压抑感,完美释放了办公空间,兼顾了团队协作,也让员工可以大幅度地提高专注力,实现了办公作业的灵活性和私密性。(袁杨)

徐悲鸿纪念币全球巡回展启动

2015年是中国现代艺术大师徐悲鸿诞辰120周年,日前,2015徐悲鸿文化年暨第二届徐悲鸿艺术节、中国近代国画大师(徐悲鸿)金银纪念币全球巡展(北京站)启动仪式,在北京钓鱼台国宾馆举行。

第二届徐悲鸿艺术节相比上届,增加了时间与地域的跨度,扩大了文艺工作者及艺术爱好者之间学术交流平台。大师们重量级的艺术作品齐聚一堂,丰富了展览内容,提升了文化内涵,满足了群众的精神文化需要,促进了文化艺术事业繁荣发展。(晓美)

北京(BJ)40三款改装车各具特色

日前,2015梦想车展8号馆展出了三款越野“小怪兽”——北京(BJ)40远行版、攀岩版与穿越定制版。

经过改装之后的北京(BJ)40攀岩版更加贴近了BJ212的形象,攀岩版的变化包括了新造型的前后保险杠、强化了17英寸轮毂、金属轮眉、轻量化越野半门和复古后视镜。从新加入的LED日间行车灯、大尺寸轮胎亦或是后轮差速锁、GPS导航等配置,都能看出北京(BJ)40远行版是一款既能兼顾城市越野,亦能带您去远行、拍鸟逐鹿的车。无论是从设计还是性能上都能够满足消费者的需求,同时丰富的配置完善了舒适性。北京(BJ)40穿越定制版是低调的越野神器,虽然不浮夸但实力超群,软顶的设计和一身高端配置足以让它脱颖而出。(李娟)

马豫宏:公益让演唱会更加璀璨

日前,星光大道明星在上海公益演出的消息点燃了上海民众的热情。谈及举办演唱会的初衷,红时投资集团总经理马豫宏表示,与星光盛典演唱会结缘,源于2015年元旦,他有幸随光华基金会、星光大道一起参与“公益万里行,送爱到军营”走进黑河的活动。

此次红时星光盛典公益演唱会,将于2015年7月28日在上海梅赛德斯奔驰馆隆重开幕,主办方上海红时投资集团将秉承固有的担当与责任,把这一百姓大舞台嫁接至沪。他表示,星光大道的艺人充满慈爱,热心公益,满满的正能量,希望把这样的艺术形式分享给抚育红时成长的上海人民。同时,该活动也源于他对中国传统民族文化、传统艺术形式的热爱,对积极、阳光、自信、亲民星光大道百姓明星的敬意,因此力促把这一百姓舞台引进上海。(张成)