

链合共赢 打造中美清洁能源新典范

——美国印第安纳州州长迈克·彭斯访问福田康明斯



■ 本报记者 梦 杨

日前,福田汽车迎来了一位特殊的客人——康明斯所在地美国印第安纳州州长迈克·彭斯。迈克·彭斯一行访问了零排放、无接触、自动化、智能化的全球样板工厂北京福田康明斯发动机有限公司(以下简称“福田康明斯”)发动机工厂,并就福田汽车集团和康明斯公司合作情况与福田汽车总经理王金压进行了深入的探讨和交流。福田康明斯的合作共赢,是中美清洁能源合作的新典范。迈克表示,“福田汽车和康明斯的合作不仅是两个企业的合作,更是两个国家在经济贸易合作的结晶。在全球倡导绿色环保的理念下,福田康明斯在中国乃至全球市场保持良好的增长势头,并可以预计还有更多的发展空间。”

而就在一年多前,2014年2月18日,美国国务卿约翰·克里同样也来到福田康明斯。在参观了福田康明斯 ISG 重型发动机从机加工、

总装到测试的生产线后,他在现场发表了强调中美加强气候变化合作意义的重要演讲。“我刚刚参观了这个让人惊叹的工厂”,克里面对媒体时给出了这样的评价,“我们能迈出的重要一步就像你们在福田康明斯所做的一样,生产更清洁的动力。”

近年来,以福田康明斯为代表,以绿色环保能源开发为基础,福田汽车在“集成知识,链合创新”的战略引导

下,整合全球资源的步伐逐渐提速,建立起全新的国际化设计、研发、制造体系,在技术、质量控制等层面,发挥了“中国智造”的优势,也走出了一条独特的对外合作之路。

链合创新 塑造对外合资合作新模式

作为全球规模最大、产品最全的商用车生产制造企业,福田汽车近年来的快速发展受到了各界关注。而福田汽车旗下拥有的两大合资公司福田戴姆勒和福田康明斯,也因为成功运营而成为行业研究的标杆和范例。

福田康明斯的成功,是福田对外合资合作独特模式的缩影。正是通过与世界最领先企业的合资合作,福田汽车的国际化之路越走越宽,走向了世界的高端和中端市场。福田汽车的创新能力正在通过全球化的资源链合和全球化的销售,空前激发,并成为其迈向世界级车企的核心竞争力。

福田汽车与康明斯的一系列合作,已经

成为福田汽车链合全球资源,以我为主实现技术和产品突破的范本。福田汽车与康明斯的合作立足于“联合研发、联合制造、联合服务”,从战略、产品、文化等方面进行深度嫁接,达到相互整合,体现在产品研发、制造、分销、服务等各价值链环节。福田汽车与康明斯共同成立研发中心、共同组建研发团队、共同技术研发,共同建厂、引进生产线,联合起来用全球网络为用户提供服务。

与过去国内汽车企业的合资合作相比,福田汽车的对外合资产生了质的变化,也是对传统模式的深刻颠覆,标志着合资合作由过去的外方主导完全转变为双方共同主导。福田汽车与康明斯的合作对于双方具有很强的互补性,有利于双方共同开拓国际市场,从而实现战略共赢。通过文化与战略融合,实现了福田汽车与康明斯全球资源、全球市场、全球用户共享,是一种长期、深度、相互融合的战略合作模式。

顺应趋势 开启中美企业合作新里程

无论在轻型还是重型机领域,福田汽车都以前瞻的视角,把握着市场的脉搏。福田康明斯合资公司继2012年首次实现盈利后,2013年业绩节节攀升,全年销售发动机10.12万台,同比增长34.43%,实现销售收入27.4亿元。另外,受益于福田康明斯发动机的优势,福田汽车相关装配产品2013年的销售(尤其是海外销售)增速明显。而2014年,福田康明斯又以超过13万台的销量,实现了超过30%的增长。“福田康明斯近两年销量保持30%~50%的增长,已经成为产能最大的、技术最先进的发动机企业。”福田汽车总经理王金压说。

新加坡航空公司庆祝进入中国市场30周年

日前,新加坡航空公司庆祝进入中国市场30周年纪念日。自1985年新加坡航空首次开通中国航线迄今,新航始终致力于为中国乘客打造高品质服务及定制化的飞行体验,目前新航在中国已开通每周21班自北京、35班自上海、14班自广州直飞新加坡的航班服务。

为庆祝进入中国市场30周年,新加坡航空于2015年5月15日在北京和上海出发的航班上以及机场举办系列庆祝活动,答谢中国消费者。当天从北京、上海出发的新航乘客还将有机会获得30周年纪念好礼。

新航中国区总经理卜小雄(Pok Siau Heong)先生表示:“中国是新加坡航空非常重要的市场,在过去30年里,新加坡航空秉

承‘用心创新,服务中国’的理念,致力于为中国乘客打造首屈一指的飞行体验。自1985年在中国开展业务以来,新航在中国市场进行了积极的投资和开拓,不断优化服务质量,稳步提高自身品质,取得了骄人的成绩,这也得益于广大乘客、业内伙伴以及中国政府给予新航的大力支持。新航以纪念进入中国市场30周年为契机,将在北京和上海两地举办一系列回馈消费者的庆祝活动 and 回馈社会的企业活动。”

活动当日,凡是从北京首都国际机场和上海浦东国际机场出发的乘客均可在机场指定地点免费领取一套新航定制的主题明信片。搭乘任意航班前往全球任意目的地

奥克斯开创儿童空调智能时代

“六一”儿童节前,行业领军企业奥克斯投产打造的全球首款智能儿童空调将全面上市,拉开了奥克斯精品空调战略在“互联网+”战略下的升级迭代大幕。奥克斯首创智能儿童空调,不只是从外观设计和色彩搭配上完全从儿童视角进行创新,更重要的是研究出了最适合儿童睡眠的空调运行曲线,让儿童拥有更舒适的睡眠空间。

针对儿童的生理特点,奥克斯儿童空调特设舒适睡眠睡眠监护系统,通过红外线感温装置,可即时调整空调运行状况,帮助孩子健康成长。此外,该款儿童空调还配有造型可爱的卡通遥控器——奥克斯空调吉祥物“小奥”,象征着活力与青春,牛气冲天。

奥克斯家电集团总裁钱旭峰曾表示,在

“在互联网时代下,随着智能化产品与生活的高速接轨,智能化空调在未来也将扮演着重要角色。”作为智能家电的践行者,奥克斯高度重视消费者信息管理,儿童空调全面搭载与京东云平台。父母只需使用手机操控,加载WIFI模块,便可以在用户移动设备的APP上实现无线控制和远程控制功能,随时随地为孩子营造舒适的环境。

据了解,该款儿童空调在产品质量及技术上都做了升级,除了采用直流变频技术,让空调更加精准高效地控温外,增加了19.5分贝超低静音运行模式,还专门植入

为了顺应绿色环保趋势,践行中美能源清洁能源合作的要求,福田汽车和康明斯围绕绿色能源展开了富有成效的合作。2014年4月8日,康明斯与福田汽车联合开发的清洁能源GEP超能动力发动机,在美国印第安纳州哥伦布市举行了首发仪式;同时举行的还有福田汽车与康明斯、戴姆勒联手打造的清洁能源载重汽车欧曼GTL超能版发布仪式。同年6月7日,福田汽车与康明斯在清洁能源动力领域的战略合作再次深化。康明斯ISG重型发动机在北京量产下线,双方“欧六及LNG清洁能源科技创新项目”也正式签约。

这一系列战略举措,是福田汽车与康明斯致力于中美清洁能源合作的又一次重大突破,开启了中美企业在清洁能源领域合作的新里程,是中美应对气候变化企业间合作的务实典范,同时,也将对加强载重汽车燃油效率标准、减少温室气体排放、改善全球空气环境发挥积极作用。福田汽车与康明斯携手绿色尖端技术,共推科技创新,康明斯ISG重型发动机量产、欧曼GTL超能版的退出,正是双方着眼于政府对重型载重车节能减排的要求,也是双方合作多年后在清洁能源产品技术上的创新结晶。

如何减少能源消耗、降低污染排放,是全球面临的共同问题。如今,福田汽车基于“链合创新”,将绿色环保理念落在了实处,也体现出福田在合资合作中的敏锐思维与独特视角。



日前,2015赛季CTCC中国房车锦标赛在广州肇庆开始了第一站的争夺,北京汽车全新绅宝D20首战CTCC便加冕“双冠王”。绅宝D20为一举横扫中国量产车手杯、厂商杯双冠军,斩获42个积分,打出了一场完美开局。

赛道上,绅宝D20风光无限;赛道外,绅宝D20销量兼口碑俱佳。北汽绅宝车队经理指出,职业比赛不同于日常驾驶,车型品质、动力的、操控及安全等各方面性能均将在接近极限的激烈驾驶中,接受最直观的检验。作为一款起步价仅4.88万元的A0级家轿,绅宝D20能在CTCC赛道的严峻考验下轻松夺冠,足以证明其不同凡响的性能和品质实力。绅宝D20除了“优秀性能”这一技之长,更是在外观、空间、配置上亲民超值、抓住了人心。

赛道上,绅宝D20风光无限;赛道外,绅宝D20销量兼口碑俱佳。北汽绅宝车队经理指出,职业比赛不同于日常驾驶,车型品质、动力的、操控及安全等各方面性能均将在接近极限的激烈驾驶中,接受最直观的检验。作为一款起步价仅4.88万元的A0级家轿,绅宝D20能在CTCC赛道的严峻考验下轻松夺冠,足以证明其不同凡响的性能和品质实力。绅宝D20除了“优秀性能”这一技之长,更是在外观、空间、配置上亲民超值、抓住了人心。

绅宝 D20 首战 CTCC 获佳绩



了独有的“除甲醛、hydro自动水洗”等健康洁净功能。奥克斯儿童空调将与5月下旬在京商城东发起众筹活动,行业专家表示,无论是从价格还是品质、服务的角度考虑,此次众筹活动都是选购奥克斯儿童空调的最佳时机。

（杨 文）

四季沐歌签约意大利设计师 启动米兰世博浪漫之旅



日前,四季沐歌在意大利驻华大使馆举行签约意大利设计师发布会暨米兰世博浪漫之旅启动仪式。四季沐歌掀起“意大利设计 全球畅饮”的时尚风潮,成为各界关注焦点。

四季沐歌集团总裁李骏在启动仪式上表示,四季沐歌一直致力于为消费者提供高科技、高品质、人性化的产品和服务,同时,坚持为消费者提供更加智能、环保、绿色、舒

适的品质生活。世博作为全球三大顶级盛会之一,参与世博,印证了四季沐歌品牌的实力,这也向世界打开了展现中国品牌和中国净水的窗口,这是四季沐歌代表中国净水第一次出国门,走向国际,征战世界舞台。

中国国际贸易促进委员会代表、意大利驻华大使馆参赞、意大利国家旅游局中国代表处代表,以及微博、新浪财经、百度、世纪佳缘、凯撒旅游、滴滴打车等四季沐歌的合作伙伴也莅临现场,亲身参与、支持并见证了这一重要时刻。李骏总裁向意大利著名设计师事务所PLUSOUT的Santi Musmeci先生颁发了四季沐歌设计师聘书。

亚马逊“海外购”商店迎来半周年庆

日前,亚马逊“海外购”商店迎来半周年庆。在过去6个月时间内,凭借着亚马逊全球供应商资源和自建跨境物流体系,“海外购”商店实现了选品数量和品类规模的突破性增长,目前超过200万原装海外选品在线销售,并预计在今年6月底覆盖亚马逊美国能够直邮中国的全部25个品类,全面完成战略布局。亚马逊“海外购”通过半年的创新与探索,依托与美国亚马逊网站实时同质同价,全程自建跨境物流体系,以及本地化的购物与售后服务等优势,已成功颠覆了传统海淘模式,率先引领行业进入全新的“真海淘”时代,也让亚马逊“海外购”商店逐渐成为受消费者信赖的海外正品的网购平台。

北汽绅宝展开促销活动

北汽绅宝5月展开了“抄底行动,不留余D”促销活动,包括绅宝D20、绅宝D50、绅宝D70在内的主力车型,均以“1年免息、免购置税、享受置换补贴”的超常优惠政策直面消费者。特别需要指出的是,北汽绅宝推出的三重优惠,消费者几乎可以在零附加条件的情况下,随意组合享受,显示出中国品牌对中国消费者最大的诚意。有评论认为,北汽绅宝选择顺应汽车市场大趋势开展促销,展现了中国汽车品牌营销日臻成熟的一面。

北汽绅宝销量业绩也再次飘红,数据显示,今年1-4月,北汽绅宝共计实现销售46694辆(含新能源车型),同比增长60.8%,远超行业增幅;绅宝X65自3月21日上市以来累计销量已达5704辆,绅宝CC也在市场上获得了极大关注。(苗雨萌)

北京(BJ)40成为越野者共同记忆

从军用到民用,从阅兵仪式到千家万户,从简单厚重到野性粗犷,从合资中艰难挣扎到改革后大胆创新,从BJ212到如今的北京(BJ)40以及未来的北京(BJ)80等更多车型,北京牌越野车是几代越野爱好者的不老情怀,也是每位越野追梦者的共同记忆。

上市后的第一年,北京(BJ)40就参加了极为严酷的、完赛率只有30%的“T3沙漠挑战赛”。其凭借强大的越野性,从容应对沙丘和深坑的挑战,完美抵达终点,树起了中国硬派越野的大旗。今年4月份的上海车展上,北京汽车展出了北京(BJ)40L、北京(80)C等新车型。这预示着,北京牌越野车将在越野车市场迈出更多、快的步伐,为消费者提供更多高性能越野利器,振兴越野世家。

绅宝 D20 首战 CTCC 获佳绩

日前,2015赛季CTCC中国房车锦标赛在广州肇庆开始了第一站的争夺,北京汽车全新绅宝D20首战CTCC便加冕“双冠王”。绅宝D20为一举横扫中国量产车手杯、厂商杯双冠军,斩获42个积分,打出了一场完美开局。

赛道上,绅宝D20风光无限;赛道外,绅宝D20销量兼口碑俱佳。北汽绅宝车队经理指出,职业比赛不同于日常驾驶,车型品质、动力的、操控及安全等各方面性能均将在接近极限的激烈驾驶中,接受最直观的检验。作为一款起步价仅4.88万元的A0级家轿,绅宝D20能在CTCC赛道的严峻考验下轻松夺冠,足以证明其不同凡响的性能和品质实力。绅宝D20除了“优秀性能”这一技之长,更是在外观、空间、配置上亲民超值、抓住了人心。

信和财富为客户包场《复联2》

日前,信和财富在《复仇者联盟2:奥创纪元》首映日,包下位于北京、上海、成都三家影城的放映厅,为客户提供了一次专场观影的独家尊贵体验。满足客户需求是信和财富的使命,这次包场行为是其动用各方力量,斥巨资才得以实现的。

为了增加客户的专享体验,信和财富在影片放映前增播信和财富5秒的品牌广告——“信和财富 说话算数”,打造客户的视觉体验与归属感。信和财富借助高铁将品牌传播布局全国,贯穿东北、华北、华东、华南等多条高铁线路,覆盖北京、上海、南京、杭州、深圳等大中型城市。日前,信和财富品牌广告亮相北京公交车,覆盖北京主要城区繁华路段。信和财富品牌形象已占据全国空中、铁路、陆路三大交通系统。