

产业资讯

皇冠60周年诚意回馈消费者

本报讯 皇冠诞生于1955年,迄今已成功推出十四代车型。历经六十年,轮回一甲子。2015年,皇冠诚邀中国消费者共享60年匠心之作,共同庆祝自己的第一个60周年。现在,皇冠以极具诚意的回馈力度,推出一年期0利率、置换补贴等匠心好礼,让更多中国消费者感受皇冠的时尚与奢华。皇冠诞生时就是一款充满原创的最新锐车型,早在五十年前就与中国结下了深厚的情缘,并且让国人对高级车有了全新的认知与定义。 **(小 丽)**

瑞星大数据安全平台首次亮相国家安全周

本报讯 近日,主题为“共建网络安全,共享网络文明”的国家网络安全宣传周在北京拉开帷幕。瑞星携“企业信息安全+”整体解决方案及企业级全线产品参展,并隆重推出瑞星大数据安全平台。 该安全平台以瑞星“云安全”系统的监测数据为基础,包含最新的虚拟化系统安全软件、企业移动管理系统软件、企业终端安全管理软件、私有云系统等“企业信息安全+”整体解决方案。此外,还有超级万兆防毒墙、企业安全预警等产品。 瑞星大数据安全平台将基础数据与时间、空间相结合,让用户随时了解到最真实的上网环境,并对安全问题有所防备。而且瑞星可量身定制网络安全预警系统,用户可通过瑞星官方网站或企业级产品销售热线咨询预订。**(巧 灵)**

2015源至尚海-中晋·上海国际帆船赛新闻发布会在伦敦举行

本报讯 日前,作为2015源至尚海·上海国际游艇节重要活动——2015源至尚海-中晋·上海国际帆船赛新闻发布会,在伦敦皇家泰晤士游艇俱乐部举办。在发布会上,本次赛事的主办方源舟公司宣布中晋1824作为中国领先的金融品牌,将成为本次赛事独家冠名赞助商。 发布会上,作为本次帆船赛的主办方源舟公司董事长汪源女士发言,她谈到上海作为本次帆船赛的举办地的优越性和影响力,并从帆船与上海之间的渊源做出阐述。她最后说:“本次帆船赛利用上海黄浦江这个万众瞩目的平台推广帆船运动,致力打造出一项高水准、高规格的国际性赛事品牌。”

 中国奥运会的金牌得主徐莉佳和英国帆船运动明星亚历克斯·汤姆森出席了本次发布会,他们也将担任本次帆船赛的形象大使。 **(小 丽)**

科博思与多家水务公司建立战略合作关系

本报讯 日前,从苏州科博思流体科技有限公司获悉,该公司自主研发的新型无负压二次供水设备已经成功应用于绿地集团、中欧集团、中南世纪城等多家小区二次供水项目。 应用实践证明,科博思无负压二次供水设备代替了传统的水池水箱式供水,并有效杜绝了传统供水的跑、冒、漏、滴、渗、清洗、消毒等水源浪费现象。由于该设备能与自来水管网直接串接,并可充分利用自来水管网原有压力叠加增压,所以节水达13%以上,节电高达50%以上。另外,无负压二次供水设备可省去蓄水池、水箱和水处理设备一次性投资,能节省数万元的基建费用。 目前,科博思已经与常熟中法水务、北京首创水务等多家水务公司建立了战略合作关系,并建设了国内高标准的供水泵房。泵房设门禁、安防及远程监控系统,水厂主控室可远程控制所有的供水设备。由于供水设备采用了先进的人机变频控制技术,并能在异常情况下进行信号报警、自检、故障判断等,由此实现了无负压二次供水高效无忧供水。**(郑 辉)**

2015北京国际农业·农产品展览会8月将亮相北京

本报讯 6月11日,北京农业产业化龙头企业协会在北京圆山大酒店召开"2015北京国际农业·农产品展览会"筹备工作说明会,市相关委办局的领导及大型龙头企业的代表等到会,协会副会长谢磊向代表们介绍了该展会筹备工作的进展及各项工作的组织与实施。 展会定于2015年8月5日至8月7日举办,展馆面积11000平米,展位500余个。展会将以首都市场为核心,使之成为带动京、津、冀、黑、吉、辽、晋、鲁、豫、陕乃至全国农业产业化龙头企业、传统与创新企业推广、展示、交流、洽商及服务的平台。 **(吴秀伟)**

强强联合 创维携手新松开创自动化新纪元

■ 本报记者 冉 荷

 近日,创维RGB-电子有限公司与自动化行业领头羊沈阳新松机器人自动化有限公司达成战略合作协议,在生产线自动化改造、自动仓储物流、机器人自动化应用方面展开合作,逐步打造行业领先的自动化、智能化工厂。创维彩电事业本部副总裁、制造总部总经理王德辉,新松机器人公司市场总监张进等出席协议签订仪式。

因势而变,创维率先启动自动化进程

 伴随着我国人口红利逐步消失的现实,以及生产力成本上升和产业结构升级的需求,工业自动化已成为必然趋势。2015年5月8日,国务院正式印发《中国制造2025》,将智能制造正式上升为国家战略。“中国制造2025”的核心要义在于提升制造业的智能化程度,实现中国制造由大变强。

 数据显示,中国制造业每万名工人中机器人拥有量仅为30台,远低于全球60台的平均水平(韩国、日本、德国、美国分别为437台、323台、282台和152台)。2015年,

中国机器人市场需求总量预计达36000台,占全球比重 的18%,成为全球规模最大、增长最快的市场。

 家电行业因产品复杂程度高、型号繁多、更新换代快,对自动化设备的要求要比汽车、饮料制造等行业高得多。目前市场上还没有出现可以在家电行业通用的自动化设备,“定制+合作研发”是家电行业推进自动化所普遍采取的方式。

 创维在行业内率先意识到自动化的紧迫性和必然性,于2013年成立自动化设备部并组建了专业的机器人研发团队,全面启动“机器人战略”。在自动化的道路上,创维不断摸索、创新,通过自主研发、合作开发与引进相结合的方式创造出一批批适用于电视机生产线的机器人设备,如自动插件、自动装配、自动检测、自动包装等,填补了家电行业自动化设备的空白。

 值得一提的是,创维所开发的大多数自动化设备均属行业首创。2014年12月,家电行业第一条全动机机芯生产线在创维正式投产,标志着创维自动化进程进入新

的里程碑。截至2015年5月,创维制造总部通过自动化进程累计为企业节省1900名作业人员 和20%的人工成本,极大提高了生产效率和产品质量。

创维携手新松助跑“中国制造2025”

 创维在自动化方面的提前储备为其赢得了制造转型的主动权,但毕竟创维不是一家专门的机器人研发公司,随着自动化进程的逐步深入,需要一个强大、专业的合作伙伴来协助其完成自动化工厂的建设,沈阳新松机器人自动化有限公司无疑是最合适的合作伙伴。

 沈阳新松机器人自动化有限公司(股票代码300024,机器人)(以下简称新松)隶属中国科学院,是中国最大的机器人自动化产业集团,其产品线涵盖工业机器人、洁净(真空)机器人、移动机器人、特种机器人及智能服务机器人五大系列,是国际上机器人产品线最全的厂商之一,也是国内机器人产业的领导企业。

 通过签订战略合作协议,创维与新松将建立长期的战略合作关系,以实现互利

奥克斯空调开启“用户直销”引爆旺季市场



 佬品牌任性 地以“20年一次”低价格战开启淡季市场大幕,如今奥克斯空调又任性 地以“用户直销”拉开与消费者面对面市场推广,引爆旺季市场促销。

 相对于行业直击产品的价格战,奥克斯直击用户的推广战更任性。在现有的网上商城和家电大卖场的销售渠道如此成熟的背景下,奥克斯偏偏将“用户直

销”战场开进不同城市的五星酒店,将一个个消费者邀请到酒店中,与工厂现场议价销售,拉开了一场空调业互联网营销变革的先河。

 从5月20日启动“天热买空调,只抢奥克斯”工厂直销推广活动以来,奥克斯空调在此后短短10天时间内,共在全国举行了185场线下活动,实现当场销售空调28269套,前期活动推广覆盖人数超过10万,为奥克斯空调在已经到来的六七月份旺季市场引爆,打下坚实基础。

 一些消费者就表示,“以前买空调,都是卖家说多少钱就是多少钱,没有讨价余地。这次奥克斯工厂直接过来,又联手当

地强势经销商一起让利。而且还在酒店这么高档地方,我不仅可以获得工厂人员在现场详细全面的产品介绍,而且还可以与他们议价,这种形式真好。”

 在奥克斯空调国内营销公司总经理徐重看来,“为了消费者,奥克斯市场推广一年任性一次也是值得的。毕竟,企业新一轮转型升级带来的红利,自然要让消费者一起分享。”

 奥克斯的这一成绩也再度向空调同行证明:没有下滑的市场,只有陈旧的思想。只要善于开动脑筋、直击消费需求,就一定可以在惨淡的市场环境中实现企业自身销售的全面增长和引爆。 **(魏 勇)**

志高“天赐凉机”活动启动 打响高端空调火热促销仗

 今年的厄尔尼诺现象引起广泛关注,中国、美国、澳大利亚等多国气象机构都确认厄尔尼诺已经形成,并且“几乎肯定”会持续贯穿北半球整个夏天。

 夏天一般都是空调行业的销售旺季,面对超出常规的高温天气,空调行业今年已经做好了大干一场的准备,志高空调率先在行业当中启动了名为“天赐凉机”的高温促销仗。计划在高温袭来之前,给更多消费者带来“清凉一夏”。

 不过,志高今年的促销跟往年有很大的

一个不同,这是志高实现品牌高端转型之后的第一次进行旺季促销。志高前不久宣布转型为高端空调引领者,并大手笔请下了知名影星成龙作为代言人。与之配合的是,志高将自己的产品线进行了结构性调整,未来中高端产品将占到全线产品的85%,这也就意味着,在这一次的旺季促销活动中,更多的消费者将享受到高端空调产品带来的实惠。

 这些高端空调与以往的空调产品不同,产品本身的附加值大大提升。比如说其中最具有代表性的高端产品线——云空调。跟

只会制冷制热的普通空调产品相比,云空调是“会思考的空调”、“会生长的空调”、“懂你的空调”。志高云空调的魅力在于,能够找出环境变化的细微差别,自动生成符合个性需求的最佳运行模式,如会客、健身、休闲、睡眠等,确保消费者最自在、最舒适的状态。

 除此之外,志高方面负责人表示,此次旺季促销将在行业率先发起一波“价值战”,看谁能够给消费者带来更多的价值。以往的空调消费者,常常会抱怨空调产品买回家之后,服务不到位,从而引发多种纠纷。所

以志高这次的高温促销,在进行价格大优惠的同时,坚持高品质的售后服务。凭借领先业界的全产业链优势,志高空调自2002年起承诺“零配件终身免费更换”,至今已有十余年。在这次的高温促销活动中,所有空调产品也将享受到这一尊贵服务。

 经历过品牌转型的志高空调,已经开始用产品和服务两条腿在走路,这样的思路也将贯穿到志高新一轮“价值战”的全过程。所以,这个炎炎夏日,赶快去各大网店门店,去看一看“买到就是赚到”的志高空调吧。**(子 珍)**

黄瓷瓶茅台酒全球上线预售启动仪式举行

 6月11日,贵州省特需商品供应股份有限公司在京举办了“黄瓷瓶茅台酒全球上线预售启动仪式”。

 据悉,贵州省农委与北京二商京华茶业有限公司当场签订了合作协议。北京糖业烟酒集团,英国华商报投资控股公司分别与

贵州特需商品供应股份公司当场签订了合作协议。

 贵州省特需商品供应股份有限公司将多年来积累的渠道直供经验、服务理念与最新的“互联网+”有机地结合在一起。在严格保证黄瓷瓶茅台酒正品供应的同时,既减

少了中间商的流通环节,又让消费者能够通过“互联网+”的方式,直接网络预订直购黄瓷瓶茅台酒,更加便捷、实惠与放心。

 目前,由于该款传承经典、传奇黄瓷瓶茅台酒为贵州茅台酒股份有限公司授权贵州省特需商品供应股份有限公司全国独家

陕汽重卡大篷车互动路演山西完美收官

 为更好地践行体验式推广,关注区域客户实际需求,提升客户运营体验,经过认真调研和系统策划,5月中下旬,陕汽太原办事处携手“黄金搭档”潍柴动力、法士特及其他合作单位,针对山西各区域市场特点,开展了陕汽重卡山西“蓝擎风暴”暨360°全体验行大篷车互动路演活动。活动历经8站,总行程达6000余公里,足迹踏遍山西太原、晋城等6市8个区县,累计订单达280辆,在区域掀起了一场又一场的抢购风潮,进一步提升了陕汽重卡品牌影响力、抢占市场先机。

 山西是重要的能源、资源省份,重卡市场转型潜力足。2015年,国内国际经济仍处于结构调整之中,国家层面实施积极的财政政策和稳健的货币政策,夯实农业基础、增加并引导民间投资、改善民生、加大基础设施投资力度等,使经济呈现温和回升的良好局面,这些因素都将刺激山西作为传统能源、资源型重卡市场的转型和深化。山西地区作为陕汽的重要市场,产品品牌认可度较高,市场占有率领先。尤其在自卸车、天然气产品等方面处于领导者地位,表现出强劲

的市场发展后劲。

 作为全国性的大型推广活动,陕汽360°全体验行大篷车互动路演深受客户喜爱,并受到社会各个阶层的关注。良好的互动、欢快的游戏、精美的小礼品以及厂商的让利回馈,均让陕汽重卡品牌影响力增长显著。

 此次山西站行程6000余公里,深入8个重卡集散地,累计形成订单280余辆,单场最高订单86辆。近年来,陕汽积极推进服务型制造战略,以客户为中心,关注产品全生命周期,关注客户经营全过程,为客户量

身打造精准的整体解决方案,获得了客户的普遍认可。

 订单的背后离不开陕汽的努力,离不开“产品+服务”这张王牌,更离不开体验营销的助推和落地。陕汽重卡360°全体验行无疑将这张“王牌”完美地融合在全国各地的推广活动当中,使客户在亲身的体验过程中,感受陕汽重卡带来的无限价值。

 接下来,陕汽大篷车互动路演将前往京津地区,继续为区域用户带来精彩纷呈的互动体验。 **(小 民)**

父亲节购车推荐:Viaggio菲翔力挺新晋“奶爸”

 6月,不少准爸爸以及新晋奶爸们迎来人生之中第一个专属于男人的节日——Father’s Day父亲节。拥有父亲的称谓,意味着肩负起更多的责任,作为家人眼中的“能力者”,奶爸们的伟岸形象更需一辆能满足全家所需的实力座驾来相配。对此,作为家用车首选的广汽菲克Viaggio菲翔要说:兄弟,谁会比我更挺你!

 来自意大利的菲翔外观时尚,充满意式设

计的美感,以意大利不同城市命名的多种内饰风格更是精致用心,尽显品味。菲翔配置丰富实用,双区独立自动恒温空调、超大电动天窗、无钥匙一键启动、无钥匙进入、外都可开启后尾箱等便利配置及功能,让全家轻松出行。

 在家庭中,父亲的角色代表着“安全感”。菲翔与爸爸们一起,撑起全家的保护伞。菲翔采用了一体式车身结构,大量热成

型钢等高强度钢板占整个车身钢板的65%,完全超越了国内同级车的水平。车身顶篷激光钎焊技术,可使顶篷与侧围的连接刚度提升30%,门盖件激光飞行焊焊接技术大大提高车门精度和强度。同时,全方位6安全气囊,ISOFIX儿童座椅固定装置等安全配置的搭载,更为家人带来最可靠的安全防护。

 对奶爸们来说,家人的满意最为重

要。Viaggio菲翔以越级的空间享受、强劲的动力、丰富的配置以及五星级的安全保障,为全家提供舒适、安全的汽车生活,可谓15万级家用车首选。 **(巧 灵)**

产业平台