

“制热神器”受追捧 热霸2代成“冬季取暖必需品”

寒冬渐至,选择一款制热效能好的家用电器成为众多南方城市消费者的头等大事。恰逢年末置办新家电的季节,一台制热功能出色、能在冬夜里带给家温暖的制热产品,也成为了千千万万家庭的首选。

名副其实的“制热神器”
记者通过连续在几个卖场走访发现,主打“制热”概念的空调已然成为市场的主角,各大空调品牌均推出了自家的“明星产品”。作为空调制热品类的“开山鼻祖”,奥克斯凭借热霸系列空调始终占据着霸主的地位。从第一代热霸到热霸2代,奥克斯作为中国空调业第一集团军的领导品牌,已逐步为自己树立了中国“制热专家”的口碑。

行业专家认为,奥克斯热霸2代的出现是一次空调技术领域的大创新,同时也将逐步改变中国消费者冬季取暖的习

惯,未来将会逐步成为众多城市,特别是南方地区的“冬季取暖必需品”。

扎根变频 深挖品质
在技术和品质上,奥克斯从来都是毫不吝啬,而且敢于为人先。在2010年变频空调的发展趋势尚未明朗之时,奥克斯砸重金聘请李连杰作为形象代言人令整个行业为之侧目。

在这场变频风暴推动下,奥克斯市场份额迅速提升,但奥克斯技术创新的步伐从未停歇。一方面,奥克斯围绕变频空调核心控制技术展开大量的研究,同时,与三菱的联合实验室成立,这样的国际合作也为奥克斯掌握变频空调市场竞争的主动权做了良好铺垫。不仅如此,在2012年,奥克斯凭借在技术领域和市场终端的良好表现,力挫群雄,一举摘得中国空调业“变频普及贡献奖”。

爱的光学 照亮生命旅途——奥林巴斯在前行

奥林匹斯山,古希腊神话中的众神居住之地,如今却成为了一个极富魅力的企业名称。今天的奥林巴斯已经成为全球精密光学和电子技术的主导企业,以“光学-数字技术”为核心竞争力,在医疗、影像和生命科学领域推动着人类文明的不断发展。

进入中国市场以来,奥林巴斯不仅将最先进的医疗技术和产品引入中国,助力中国医疗现代化发展,同时还积极承办以公众健康为核心的公益项目,以推广高科技产品和塑造健康理念相

“浦发金”教你如何火眼“金”睛

将达到1853美元/盎司,较今年的均价上涨11%。

一项研究表明:在投资组合中配置10%左右的黄金,能有效对冲其它高风险投资品种,整体投资风险将大大降低。而“浦发金”即时策略服务正是基于上述投资者需求,尽可能从每一次波动中寻



征服南极 回击“作秀说”
自奥克斯热霸2代登陆南极的一刻起,迎来更多的是世人怀疑的目光,持“作秀”言论的也大有人在。一年的时间过去了,奥克斯热霸2代成功完成了“极地实验“,收获是极地科考队员给予的高度认可,也收获了市场上的积极反馈。对此,奥克斯空调事业部技术中心总经理舒乐华向记者解开了这个秘密。

目前这场由奥克斯发起的“冬季制热”主题市场营销战已悄然打响,这既是见证奥克斯热霸2代功力的一场战役,也是奥克斯在成长“蜕变”中的必经之路。用金杰的话说,这一场战役奥克斯要的不是市场份额上的胜利,最关键的在于借此机会开启了冬季空调旺销的新商业机会,将过往的营销经验与产品优势进行充分结合,实现真正的差异化营销推广”。(方 芳)

道癌症防治中发挥不可替代的作用。进入中国20多年来,奥林巴斯将参与各项公益事业,摆在了与企业经营等同的高度。为上消化道癌症普查活动提供普查车、将海外备受好评的肠胃健康网引进中国、举办影响力遍布全国主要城市的“中国公益行”、不断创新内容和传播方式的“为爱·爱胃”系列主题活动、关爱肠道健康的“肠运动 常轻松”活动、微博发起的诸多健康互动……奥林巴斯以独树一帜的公益视角,以及大力传播的“早发现、早诊断、早治疗”的“三早”理念,为中国民众的健康事业而不断努力。(孙 森)

找机会,并严格控制投资风险。进入2013年,投资市场整体前景仍不太明朗,“浦发金”即时策略正是为黄金投资者雪中送炭。同时,在充分利用银行策略服务的基础上,如果进一步吸取专家的建议,必然能够让投资回报更上一层楼。(何 洁)

华硕易安装无线路由RT-N10U 易用又高效

随着无线互联网的蓬勃发展,随时随地随心的移动互联已经成为现代人们生活的基本需求。正值寒冬腊月,天气寒冷,大家都不想坐在书桌前而是渴望躺在被窝里上网了吧?今天,小编就为您介绍一款易用又高效的家用型无线路由器——华硕RT-N10U,它符合最新11n标准,传输速率高达150Mbps,有了它就可以摆脱网线的束缚,拥有完美无线生活!RT-N10U是一款针对家庭用户的无线上网而设计的无线路由器,其拥有简单易用的设置、实用多样的功能、出色的性能和品质,在同类型产品里无可挑剔。帮助您实现轻松畅快无线网络和满足多人共享的需求。

华硕RT-N10U符合最新的IEEE802.11n协议,其最高无线传输速率可达150Mbps,配备的1根

典当行成为中小企业年末快速融资好帮手

众所周知,中小企业是吸纳就业、稳定经济的重要力量,但长期以来中小企业融资困难问题仍十分突出。虽然近3年来,银行给中小企业的放贷额与前些年相比,增加了不少,但仍不能满足众多小微企业的不同层次的融资需求。“很多中小企业根本就不知道,当他们有融资需求时,还能有典当行这一选择。他们不知道如今的典当行能用汽车和房产来办理融资。”宝瑞通典当行房产经营中心执行官徐云鹏分析道。数据显示,作为国内规模最大的典当企业,宝瑞通2011年全年累计放款近4万笔,累计放款接近

北京经济技术开发区资讯中心正式启动

2012年12月18日,北京经济技术开发区资讯中心启动仪式在北京电子科技职业学院图书馆举行。北京市教委副主任付志峰、北京经济技术开发区管委会副主任王合生等出席仪式,北京电子科技职业学院党委书记赵文、校长王海平共同主持了启动仪式。它是以北京电子科技职业学院图书馆为依托,与开发区管委会合作共建的信息服务机构。北京经济技术开发区资讯中心的正式启

陶二矿掘进区打响首季安全第一战

陶二矿掘进区为进一步强化首季安全工作,确保全年安全工作开好头、起好步,打响了首季安全第一战。首先,掘进区区长侯苏成对首季安全生产工

5dBi高增益外置天线,使传输信号更加稳定和强劲,穿透力更强,全线覆盖无死角,可以使得用户在大面积居室、多楼层房间内无忧使用无线网络,让距离不成问题!RT-N10U的散热性能也非常出色。在机身的侧面和底部都设计了大量长条状的散热孔,使网络可以长时间、高密度的流畅运行。既提高了路由器的稳定性也延长了使用寿命。此外,RT-N10U提供的四组SSID,不仅可以合理使用户合理地分配网络带宽和多种应用优先级,让用户更有弹性且容易设定网络管理。还可以针对亲友、访客等设立不同安全级别的无线用户群组,保障网络和个人资料的安全性。(田 静)

典当行成为中小企业年末快速融资好帮手

55亿元,其中近一半的业务是服务老客户。“这些学会到典当行融资的企业主,已经尝到甜头,当下次有资金需求的时候,会再次来到典当行,而且融资周期,大多有1-3个月的临时周转时间。”徐云鹏说。实际上典当融资的放款迅速、手续简便、操作灵活等特性与中小企业贷款额度小、资金需求急、需求频率高等特点不谋而合。据徐云鹏介绍,宝瑞通针对中小企业需求已研发出各类特色的、多元化、人性化产品及服务,宝瑞通近两年来陆续推出的房产典速通、典易通、典贷通、典银通及汽车一日典当、典车宝和工程车典当等7大创研业务,均收获了市场的热烈反响。(王 伟)

北京经济技术开发区资讯中心正式启动

动,是综合改革试验区项目强化高校为地方经济服务的重要步骤,资讯中心的成立,搭建了政校企多方合作与交流的平台,通过这一平台,使政府主导下的高等职业教育体制机制改革工作落到实处。资讯中心将成为支持学校教育、教学和科学研究的学术机构,成为企业技术人员开展科技创新的交流平台、群众文化活动中心、构建学习型社会的加油站。(刘 可)

陶二矿掘进区打响首季安全第一战

作进行全面安排,严防各类事故发生。其次,该区强化责任落实,查隐患,堵漏洞,严防重大事故发生。最后,该区认真开展“反事故、反松劲、反麻痹”活动,加大隐患排查工作力度。(孟 斐 申星星)

七年销量破百万 “两厢车王”再加冕 新一代TIIDA屹立中级两厢车市之巅

2005年上市,3年销量破30万台,4年突破50万台,连续7个月销量持续破万……东风日产TIIDA车型自上市以来,似乎就从未停止树纪录、破纪录、再破纪录的循环加速步伐,创造了一个又一个“车市传奇”。

2013年1月,东风日产再传捷报,TIIDA车型国内累计销量突破百万台大关!作为东风日产的明星车型,TIIDA在国内车市增长放缓的背景下逆市上扬,斩获新的销售高点,以稳健姿态引领国内两厢车市场,以优异表现巩固了行业领军者地位。

TIIDA领航中级两厢车市“三部曲”

作为东风日产最重要的战略车型之一,TIIDA从上市之初的默默无闻到如今达成百万销量的傲人成绩,仅用了短短七年时间。细数下来,实现七年百万销量,平均每年要销售14万台以上,相当于月均销量近1.2万台,这不仅在东风日产发展史上书写下重要一笔,更代表着国内市场对于TIIDA车型的高度认可。

作为中级两厢车市场的领军车型,TIIDA的发展历程,也折射出中国两厢车市场进化的“三部曲”。

早在2005年,国内消费者“三厢成轿”的观念仍占主导,两厢车市场备受冷落。东风日产推出的TIIDA车型,采用了两厢和三厢并存的策略。当时,多数消费者认为两厢车“不大气”、“不像轿车”,而两厢版TIIDA诞生后,以令人耳目一新的外观设计和卓越产品力,悄然改变着消费者的传统观念,成为中级车市场的一匹“黑马”。

直到2007年后,两厢车市场已从当初的“尴尬”局面,进入到快速发展时期,越来越多的消费者逐渐认可并选择两厢车。新TIIDA2008上市,给日渐升温的两厢车市场注入了一股全新的力量,其中两厢版销量已占据TIIDA总销量的半壁江山。此时的中级两厢车市,TIIDA和福克斯成为市场“领跑者”:福克斯两厢在2010年1月销量突破8000台,TIIDA则以月均过万台的战绩迈入“万台俱乐部”,从“黑马”跃升为市场王者。

经历了四年快速发展的中级两厢车市,在2011年趋于成熟,很多厂商开始关注这个细分市场,竞争异常激烈。两厢车在获得较高市场认知度的同时,也收获了惊人的销



售数字。据统计,国内主流两厢车型月销量基本维持在6000-8000台左右。2011年两厢福克斯全年累计销量105,191台;高尔夫6全年累计销量100,020台;英朗XT全年累计销量38,095台。而在这一年,TIIDA更是创下了6年75万台的中高级两厢车市场奇迹。

2011年5月28日,新一代TIIDA傲然登场。作为TIIDA的换代款车型,新一代TIIDA完全专注于两厢车市场。上市后的8个月时间,累计销量就突破了10万大关,成为中国两厢车史上月均销量最高、突破10万台销量大关最快的车型。

2012年,新一代TIIDA单月销量更是屡次超越15000台,上市不足一年,就以超过15.6万台的累积销量,力压热门车型福特福克斯两厢和大众高尔夫6。直到6月,新一代TIIDA再次超越了由自己创造的记录,月销量高达18691台,同比增长43%,持续领跑国内中级两厢车单月销量纪录。

“新一代TIIDA自出生之日起就背负着东风日产赋予的使命,不仅要保持两厢车市场的冠军地位,月均销量还要达到万台以上。”现在看来,新一代TIIDA不仅超越了东风日产市场销售总部副部长杨嵩所说的销量目标,更树立了在两厢车市不可撼动的王者地位。

进入2013年首月,TIIDA车型迎来了它全新的里程碑——累计销量破百万,在国内中级两厢车市场书写下重要的一笔。在TIIDA的带动下,国内两厢车市场呈上升势头,一改往日两厢车备受冷落的局面,出现了令人惊叹的“拐点”,吹响了中级两厢车崛起的最强音。

全面均衡“两厢车王”舍我其谁

七年实现百万销量的成绩,源于东风日产对消费者需求的深入洞察,以及由此凝聚成的强大产品力。TIIDA车型的“质、量齐飞”,不断带动中级两厢车型优化升级,成为国内两厢车市场腾飞的强大助推剂。

作为日产全球先进技术的结晶,TIIDA车型凝聚了日产汽车在技术、品质方面的优势,并以时尚动感的外观、超大空间、先进的动力与节油性能,凭借“全面均衡”的强大实力,赢得了业界好评和消费者的喜爱。

在外形设计方面,新一代TIIDA采用了时尚动感的“Agile”跃式造型设计,宽大低重心的车身布局,辅以烟熏镀铬前后大灯、动感十足的蜂窝状格栅、流畅的双腰线,全方位体现出新一代TIIDA动感时尚、激情四射的潮流气质。此外,新一代

TIIDA也借鉴了跑车的一些元素,宽大低重心车身布局,配合16寸铝合金轮毂,散发出一股跑车的气息。

时尚外表之下,新一代TIIDA极具“高科技”内涵:作为“Pure Drive”战略的全新应用车型,新一代TIIDA装备了HR16DE新一代智能双喷引擎和新一代XTRONIC CVT无级变速器,在保证动力表现激情澎湃的同时,实现了驾驶性能和燃油经济性的最佳平衡。而得益于出色的动力总成搭配,新一代TIIDA的综合工况油耗仅为6.2L/100km,堪称同级市场的“节油之王”。

而新一代TIIDA GTS版,搭载了日产汽车著名的MR16 DIG TURBO涡轮增压发动机,再加上DIG缸内直喷、双C-VTC等先进技术,以及与XTRONIC CVT智能传动系统的黄金组合,带来了更加强劲的动力和平滑顺畅的驾乘感受。作为国内第一款日系涡轮增压发动机,新一代TIIDA GTS再次将消费者的目光引向中级两厢车市场。

与此同时,新一代TIIDA将中级两厢车带入了新“舒适”时代——秉承日产人性化创新“U-Room”车内空间设计理念,创下同级最高的2700mm轴距和同级最大的681mm膝部空间,配合1760mm的车身宽

度,使车内整体空间大幅超越竞争对手。同时,新一代TIIDA更引入天籁车型的舒适技术,以“越级”配置彻底颠覆以往国内消费者对两厢车“廉价”、“低端”的概念。

新一代TIIDA在内饰上采用了全新的设计风格,悬浮式钢琴漆面中控台及镀铬环状控制键,不仅在视觉、手感上更胜一筹,而且呼应了外观的时尚设计。而横跨中控的水纹曲线面板,则沿袭了日产一贯的现代家居内饰设计风格,方向盘与座椅的样式也和天籁更加接近,简洁的线条让内饰看上去更加柔和、温馨。

除了外观、科技、舒适的优势,新一代TIIDA在安全性上也同样表现出色。凭借着日产Zone Body区域车身结构和高刚性抗扭力车身,以及领先的安全气囊等被动安全设计,新一代TIIDA在“完全正面碰撞”、“40%正面偏置碰撞”和“侧面碰撞”等各种情况下均可最大程度实现碰撞安全。2012年7月6日,新一代TIIDA车型以总分47分、加分项满分的优异成绩,一举赢得C-NCAP碰撞测试五星级安全认证,成为在此项专业测试评级中得分最高的五星级主流中级两厢车,完胜同级车型。

在中级两厢车市场上,与新一代TIIDA并称前三甲的另外两款明星车型——高尔夫6、两厢福克斯,在TIIDA车型换代之前,始终主打运动牌,但新一代TIIDA登场后,却不得不融入“全面均衡”的设计理念。在TIIDA“全面均衡”理念的带动下,高尔夫6、福克斯两厢和英朗XT等车型,也开始强调全面升级,逐步向高端、舒适、豪华迈进。“除了新一代TIIDA,2012款新福克斯也放弃了单纯的运动定位,产品力趋于全面均衡。”业内人士指出,“未来市场上,动力、舒适、空间、油耗等产品力优势全面均衡,才是车企在两厢车市中攻城掠池的长久之计。”

2012年来,国内车市在缓慢回升中暗流涌动,凭借对高品质的执着追求,TIIDA车型通过对产品的不断优化升级,在激烈的市场竞争中取得了优异成绩,无愧“两厢车王”称号。七年销量破百万的战绩,开创了中级两厢车市场的新篇章,也是一个全新的起点。在TIIDA车型的引领下,中级两厢车市场有望进一步优化升级,为消费者打造技术更先进、质量更优秀的产品,从而带动的中国汽车市场的繁荣,让我们拭目以待。(高 思)