



产业资讯

华泰推广清洁柴油机技术

本报讯 近日,笼罩在北京、天津上空的雾霾如同一记重重的警钟,再度敲响了空气治理的沉重话题。当各方议论、分析大城市污染源问题时,激增的汽车保有量成了众矢之的,因此坚决治理汽车尾气刻不容缓。

华泰汽车集团董事长张宏亮告诉笔者,在我国,清洁柴油机技术虽已成熟,但尚未被消费者所广泛认知和接受。据悉,华泰在鄂尔多斯营建了亚洲最大的柴油发动机生产基地——欧意德发动机工厂,引进国际领先的意大利VM生产线和技术,也是国内唯一一家拥有清洁柴油发动机自主知识产权技术的厂家。(小丽)

卡罗拉2013迎全新开局

本报讯 近日,2012全球十大畅销车型公布,卡罗拉以近百万的销量,再次稳居前列。在2007年进入中国市场的第十代卡罗拉,以符合中国消费者用车的设计理念、经济实惠的用车成本、可靠安全的装备等优势,6年时间一举在国内创下了近百万销量。其实这一切都得益于卡罗拉在冠军品质方面孜孜不倦地追求,自诞生以来,卡罗拉一直以高品质、高性能的研发理念制造汽车。由此,相信在2013年,卡罗拉必能挺进“百万俱乐部”;也相信在2013年,这款“为世界上每一个人带来幸福与快乐”的车型,也将为更多的消费者带来高品质的幸福生活。(雪真)

市场震荡优势凸显 工银保本2号受青睐

本报讯 持续一个多月的反弹行情令市场沉浸在一片“涨”声之中,而去年的过山车行情仍令不少投资者心有余悸,对于本轮反弹行情也抱有更加谨慎的态度,攻守兼备的工银保本2号基金的发行则令稳健型投资者眼前一亮。工银保本2号拟任基金经理欧阳凯管理的工银双利债券基金曾荣获中国证券报2011年度债券金牛基金,该基金2012年也以8.52%的净值增长率,超越市场同期同类平均水平。出色的历史业绩为工银保本2号基金提供了业绩保障。(少华)

勇担社会责任 澳柯玛荣获年度“绿色企业”

本报讯 日前,由中国环境科学学会和新浪网环保频道联合举办的2012“绿动中国”活动盛典在京顺利举行。在经过社会调查、专家投票以及网民投票等多层严格选拔后,国内知名家电企业澳柯玛脱颖而出,荣获年度“绿色企业”荣誉称号。将“做绿色、环保、高品质生活的创造者”作为企业战略的澳柯玛公司,凭借对节能减排事业的执着追求,以及对社会责任的勇于担当,赢得了消费者和业界专家的广泛认可,获此殊荣可谓实至名归。

据组委会介绍,本次“绿色企业”评选活动评选出社会各行各业中最具有公信力的环保典范。为了在评选过程中体现公平理念,组委会本着“小人物大环保”的评选理念,综合考量对环保做出的贡献以及未来可持续发展力,挑选了对于绿色贡献最大的环保典范。

在“做绿色、环保、高品质生活的创造者”的企业战略指引下,“绿色设计、绿色生产、绿色回收”的节能思路已经贯穿于澳柯玛产品的全生命周期。澳柯玛股份有限公司董事长李蔚在接受记者采访时说,“对于澳柯玛来讲,对环境的责任、对社会的责任体现在企业的战略、文化以及经营理念,甚至能够影响我们的合作伙伴。”“低碳环保和社会责任,已经成为澳柯玛的企业基因,根深蒂固。

绿色环保是一个长期的可持续发展选择和短期利益之间的选择,李蔚也坦言,在澳柯玛践行绿色环保理念,兼顾社会责任的过程中,也经历了很多挑战,甚至遭遇其他企业的恶性竞争,但澳柯玛仍然坚守信念并作出了正确的选择。从市场反映来看,澳柯玛绿色环保的众多家电产品,赢得了越来越多消费者的认可,澳柯玛冷柜已经连续16年全国同类产品销量第一。(周明喜)

陕汽自卸车:重卡市场独占鳌头



2012年,中国宏观经济发展进入低迷期,以基础设施建设拉动为轴心的装备制造陷入市场负增长的困局,重卡行业更是难逃其列,成为名符其实的重灾区。数据显示,重卡行业不但产销双跌,市场更是下降30%之多。

然而,陕汽重卡逆势而上,取得了不俗的成绩。市场份额提升1.88个百分点,保持自卸车销量行业第一、专用车增长率行业第一,天然气重卡市场领导者等惊人业绩。尤其陕汽自卸车,实现连续9个月居行业第一位,占有率达到21%,德龙

F3000自卸车实现全面超越。有业内人士分析:这一成绩的取得得益于陕汽重卡45年品质坚持铸就的核心竞争力,中国好品质再次成为破局之道。

对于商用车用户来说,高承载力、高通过性带来的高可靠品质,始终是保障运输和运营的关键要素。尤其是需要时刻面对恶劣路况和苛刻环境的自卸车来说,品质的高可靠性更是用户心中始终关注的头等大事。

经过全国超级卡车越野大赛的洗礼和锤炼,已将其优异的产品性能展现在世人面前,再次证明了陕汽重卡不管是在路上都能斩获具有挑战性的胜利。从顶级重卡越野赛事,到日常工作带来的各种挑战,陕汽重卡都应对自如。

陕汽德龙自卸车继承产品一贯优异的坚韧性和可靠性,凭借“国家级技术中心、博士后流动站”和“重卡新能源研究开发与应用实验室”强大技术研发能力,在2011年22项产品优化基础上,2012年6项

持续可靠性提升,优化平衡轴和离合器拨叉总成机构;传动轴支承角板厚度由原来的6mm加厚到8mm,中间支撑座厚度由原来的5mm加厚到6mm;油浴式空滤器进气管壁由3mm加厚到5mm;提高油浴式空滤器离地间隙,提高车辆通过性能。全面提升品质技术革新和新增的诸多配置,满足您最恶劣工况作业需求,在资源运输领域同样毫无逊色。

陕汽德龙8x4系列自卸车,搭载潍柴省油动力重载/工程版WP10和WP12N系列发动机,高效节能的动力为其高承载力提供了有力保障。同时匹配超越行业平均寿命提高2—3倍、根据矿区使用特点开发了10JSD140K变速箱,实现了高通过性的大大提升,使得整车重载爬坡能力更强。

同时配备进口高强度合金钢大梁架结构,通过CAE模拟优化设计超越同级承载寿命。加之汉德16吨级MAN技术铸造桥完美匹配,特别适合路况恶劣、环境复杂的工况,在肩负重载使命条件下,承载强度提高27%,抗弯强度提高30%高

效保障了车辆的高承载力。

“世界好重卡,陕汽好品质”。正是依托在品质方面的不断追求,才缔造了陕汽重卡今天的行业地位,无论在高可靠性的始终领先,还是在轻量化领域的技术领跑,陕汽始终紧扣行业发展脉搏,推动着行业的不断发展。

2012年陕汽工程自卸车销量稳居行业首位,陕汽2013款全价值智联版工程自卸车更是代表了中国自卸车类重卡行业最高水准。陕汽将持续为您提供行业最新科技产品,满足您对品质性能、可靠性、出勤率和运营经济性日益增长的全方位需求。扎实的功底、优异的口碑和突出的市场表现,特别是,提供行业领先的整车保障期限和首屈一指的行业最长发动机保修期,也证明陕汽高品质自卸车在国内工程作业和资源运输市场独占鳌头的王者本色。(周明喜)

产业亮点

长城汽车发布2012年业绩快报 净利润同比增62.6%

■ 本报记者 周明喜

近日,长城汽车发布业绩快报:2012年净利润57.08亿元,同比增62.6%;归属母公司股东净利润56.8亿元,同比增65.7%;利润总额68.13亿元,同比增64.9%;营业收入431.6亿元,同比增43.4%。基本每股收益1.87元,同比增53.3%;截止到2012年底,公司总资产425.8亿,同比增28.5%。

数据显示,在车市处于“微增长”的背景下,长城汽车实现净利润大幅增长,保持稳步提升的势头。据行业专家分析,今年整个汽车行业并不看好,长城汽车业绩能够实现大幅提升,得益于其稳健经营与聚

焦战略。此外,不断推陈出新的车型以及产品品质的提升所带来的销量增长,是促进长城业绩飘红的重要原因。

据中国汽车工业协会数据,2012年长城汽车共销62万辆,同比增长28.3%,高于行业平均水平。并跻身汽车行业前八。其中出口9.65万辆,同比上升16.1%。三大品类均实现稳定增长,哈弗SUV销28.12万辆,同比增71.0%,连续10年蝉联销量冠军;长城轿车销20.62万辆,同比增2.8%;风骏皮卡销13.72万辆,同比增12.7%,连续15年保持全国销量冠军。

对于今年计划,记者从长城汽车了解到,2013年长城计划销售70万辆,将进一步完善产品线,三大品类均有新车型推出。

哈弗H2、哈弗H8,2013款长城C50以及风骏6等13款新车型均计划于大家见面。

业界分析称:“长城汽车给出的70万辆销量目标,保持了其稳健经营的一贯作风。从市场表现来看,2012年以来长城汽车全车系车型均处于供不应求状态。2013年长城产品线的不断丰富与完善,将促进2013年公司盈利能力继续提升。”

据了解,自2011年长城汽车A股上市后,经营质量稳步提升,获得权威机构、媒体认可。并先后入围“汽车企业投资价值总评榜”、“汽车企业投资价值总评榜”、“中国上市公司百强”、“最佳中国品牌价值排行榜”等榜单。

时尚新标杆 全能多用途 ——消费者眼中的马自达8

马自达8作为马自达旗下MPV产品旗舰车型,自上市之日起就备受媒体瞩目。2012年可谓是马自达8的丰收年:一汽马自达2013款马自达8凭借非凡实力,接连斩获网络、平面和广电多家媒体颁发的年度新车总评榜·年度MPV、最具性价比MPV、最受商旅精英欢迎的MPV等多项重量级大奖,成为2012年MPV车型的奖项大赢家。

“动力升级之后开得挺带劲儿的,2.5L车跑城市道路绰绰有余了!”太平洋汽车网的曾主编对马自达8动力组成的升级非常满意。腾讯网的裴编辑也连连点头:“本次的升级可谓诚意

十足,不仅变速箱由4速升级为主流的5速,而且还在全系产品上增加了倒车雷达。售价不变但性价比更高!”汽车之友的赵编辑说试驾感受表示“马自达8的悬架系统非常优秀,前麦弗逊、后多连杆带横向稳定杆,开起来比市场上一些主流MPV还有操控感,刹车也不软。”

准备购车的杨先生是专职摄影师,理性务实、不爱张扬是他为人处事的态度。因为工作需要,经常出外景拍摄的杨先生一直在盘算选择一款可以容纳多人,并且可以携带大量拍摄器材的车型,最终MPV车型成为了首选。私营业主杜先生给人感觉稳重、责任心强。“生

活丰富了很多!”他用这样的回答来总结拥有马自达8以后的变化。“通过智能钥匙遥控,在客户走近时打开电动滑门,等全员坐定后,轻触仪表盘上的开关即可关闭车门,显得既高档又体贴还很有面子。现在公司接送客户的事务全部都靠他。”杜先生略带自豪感的说道。我们有理由相信,2013款马自达8凭借“宜商宜家”的准确定位,大气时尚的外观、灵活多变的空间、高效的经济性和良好的操控性已经俘获了众多消费者的“芳心”。随着MPV市场的逐步细分,马自达8必将成为MPV市场的有力竞争者。(魏勇)

翼动未来 引领变革 天翼视讯确立平台化媒体运营发展之路

日前,天翼视讯传媒有限公司在上海召开了“翼动未来,引领变革——天翼视讯2013品牌战略发布会”,正式发布了2013年战略规划。天翼视讯传媒有限公司总经理康剑,副总经理蔡利民,总经理助理兼总编辑余星宇出席了推介会,国内多家主流媒体亲临现场,共同探讨天翼视讯战略目标,并见证天翼视讯新LOGO的发布。

视频收费趋势逐渐明显 内容差异化成获胜关键

视频行业一向硝烟弥漫,免费与付费阵营逐步显现。根据易观数据显示,截至到2012年第三季度,众多坚持免费加广告模式的国内视频网站都尚未盈利。一方面是内容加带宽成本居高不下,另一方面对独家内容的争夺日趋激烈,用户分流导致免费+广告模式步履艰辛。

报告显示,对于潜在用户来说,内容的吸引程度成为其考虑付费的关键因素,占比75.5%。纵观去年火热项目,奥运期间CCTV5日点播量翻三番,“中国好声音”引入后浙江卫视第一季广告收入超3亿元。可见,优质内容将带动广告价值,拉动用户访问,内容差异化将成为视频行业竞争关键。

天翼视讯发展历程回顾 正版+收费模式获得用户认可

2009年11月,中国电信正式成立视讯运营中心;2010年1月,天翼视讯业务上线;2011年3月,在中国电信视讯运营中心的基础上,天翼视讯传媒有限公司挂牌成

立;并在2012年6月完成重组及首轮私募,真正实现公司化运作。

与传统互联网视频企业不同,天翼视讯从一开始就采用了“点播收费”的商业模式。借助运营商的通道尝试“正版+收费”的经营模式,使视频业务不再依赖单一的广告收入,同时向高清跨屏业务发展。从2009年发展至今,天翼视讯手机视频业务经历了萌芽期、成长期、发展期,现今已日趋成熟。目前,天翼视讯已同全国近130家合作伙伴达成了广泛合作,日均内容更新量达到5000余条。通过3年多时间的精细化运营,天翼视讯手机平台用户数已超过9000万,付费用户数接近1400万,已成为中国最大的付费视频服务平台之一,成功实现了用户付费观看的商业模式,也证明了用户愿意为优质的内容付费,实现了产业链上下游的合作共赢。

天翼视讯战略解析 走平台化媒体运营路线

推介会上,天翼视讯传媒有限公司总经理康剑介绍了天翼视讯未来的战略方向,他表示:“天翼视讯既要做平台,也要实现媒体运营,2013年天翼视讯将走向平台化媒体运营之路。平台属性重在用户运营,媒体属性重在传播性和影响力。天翼视讯已成功实现盈利,下一阶段将聚焦内容和运营的优化,坚持精品内容精耕细作,跨屏高清运营策略,提供个性化增值服务满足用户更多需求。”

此次推介会的召开,是天翼视讯推行媒体运营战略的第一步,也是天翼视讯期望借助传媒的力量,将公司做大做强的重要一步。

天翼视讯将始终秉承为行业注入新活力的信念,坚持平台化媒体运营。发挥母公司中国电信及自身优势资源,实现产业链上下游合作共赢,并逐步建立产业链主导地位。通过内容+创新双纬度拉动用户增长,从而最终实现内容产业繁荣,为用户提供更多精彩纷呈的视频内容,抢占2013年视频产业先机。

天翼视讯凭借其资源、用户、技术、内容上的多重优势,聚焦优质内容,在2012年已推出了多款跨屏高清产品。天翼视讯携手搜狐视频,推出“天翼搜狐院线”,联袂打造中国互联网第一收费院线;天翼视讯联合华谊兄弟,汇聚精品微电影内容,推出微电影频道;天翼视讯联合凤凰网,推出凤凰VIP产品,囊括海量凤凰卫视王牌栏目。

全新LOGO发布 诠释天翼视讯平台战略

在推介会的最后,为配合“平台化媒体运营”的战略,天翼视讯发布了全新的LOGO,整个LOGO由无限符号∞及TV189字样构成。无限符号体现了天翼视讯竭力打造无限精彩的全媒体平台,与观众一同探索无限“视”界,演绎精彩人生的态度。运用沉稳的黑色与热烈的红色,则体现了天翼视讯成熟达达的企业形象,以及为观众提供精彩纷呈、极具吸引力的视听节目的企业使命。(魏勇)

四季沐歌获年度“绿色企业” 城市热水银行战略受关注

本报讯 日前,由中国环境科学学会和新浪环保频道共同发起的2012“绿动中国”评选活动结果在朝阳规划馆揭晓,国内太阳能光热行业龙头企业“四季沐歌”如愿获得“绿色企业”称号。评委会专家认为,四季沐歌作为中国绿色能源的先行者,为中国节能环保事业做出了突出贡献,其推动的“城市热水银行”战略受到政府高度重视和老百姓的关注,是中国绿色能源工程的标志之一。

对于绿色能源的价值,四季沐歌总裁李骏理解十分深刻。他认为,太阳能光热行业的发展水平,将直接关系到我国能源利用效率,甚至关系到我国的能源安全。正是基于对绿色能源的高度重视,四季沐歌于2012年全面启动“城市热水银行”计划,在为普通家庭提供各式多样太阳能热水器产品、热水系统产品的同时,也为那些已经配备传统热水器的家庭提供智能升级、热水扩容服务,并利用传统能源和新能源进行匹配的方式,帮助消费者更好地提高生活水平,降低碳排放量。2012年,国家启动能效产品补贴,四季沐歌所有产品全部入围,这也是对四季沐歌能效消耗、环保指标的极大肯定。

业内专家认为,太阳能光热系统不但为国家节能减排战略提供了最高效和环保的方式,同时也解决了环境保护和经济发展之间的矛盾,达到多方共赢的效果。目前,中国太阳能热利用使用面积和保有量都稳居全球第一。(周黎)

威伯科荣获商用车制造商授予的供应商大奖

本报讯 比利时布鲁塞尔,全球领先的商用车技术领导者和一级供应商威伯科(WABCO)汽车控制系统(纽交所交易代码:WBC),近日宣布因其在2012年因表现卓越,获得七家中国领先的商用车制造商颁发的九项最高奖项。

在2012年,东风商用车公司、包头北奔重型汽车有限公司、北汽福田汽车股份有限公司以及中国重型汽车集团有限公司下属的两家发动机制造工厂分别授予了威伯科“优秀供应商”的称号。

同时,东风柳州汽车有限公司也授予了威伯科“优秀供应商”称号,并连续第二年向威伯科颁发了“质量贡献奖”。此外,威伯科还获得一汽解放汽车有限公司颁发的“质量优胜奖”,包头北奔重型汽车有限公司授予的“开发贡献奖”,以及芜湖中集瑞江汽车有限公司授予的“十佳供应商奖”。(小丽)