



从新品发布看华阳2013年后装市场动向



国内汽车市场近两年增速放缓已是不争的事实,但这场“降温”并未让汽车电子市场如悲观主义者认为的那样增速放缓,相反的,从今年开年两大展会——广州国际汽车改装展和北京雅森汽车用品展的火热程度可看出,汽车电子市场正在进入一个新时代,尤其是车载导航后装市场。国内庞大的汽车保有量让车载导航后装市场成为全球最大和最具潜力的市场之一。经过几年发展,后装市场的秩序已基本建立,一些行业领先企业更是为国内车载导航的普及做出了巨大贡献。

其中国内汽车电子领军企业——华阳集团更是起到了领头羊的表率作用。华阳每年在开年第一展——广州国际汽车改装展均会推出引领行业的新品,今年也不例外,推出的“玛雅系列”新纪元重磅产品在展会期间引起行业和媒体的广泛关注,其中国内首款破千元车载导航产品犹如向行业内投入一枚震撼弹。从华阳如此“大手笔”发布系列产品可看出,华阳在后装市场,后劲依然十足。

“百元级”车载导航 推动高普及率

在华阳重磅推出的新品中,最让人瞩目的

毫无疑问是零售价仅999元的华阳CE4M01。这款行业首款“破千”元的“百元级”DVD导航,不仅承载了华阳最新技术,搭配华阳一如既往统一进口、高质量标准的产品元器件,且在功能上也毫不逊色:“9合1+一键通”,此外,还将赠送“一键通”一年免费服务。华阳999DVD导航的推出开启的不仅是车载导航的低价时代,还将带领行业进入一个产业转型升级、产品价值回升的全新时代。这款“百元级”车载导航产品或许可以成为实现国内车载导航使用普及的良好开端。

同时,华阳还推出了行业首款ARM A9架构新品、四核车载导航、全新语音控制、手势控制/近物感应、双机互动等新技术新品。其中ARM A9架构是华阳再次领先业内推出的A9架构新品,它在强悍的Cortex-A8基础上再一次提升了Cortex-A9的性能和功能,同时降低了能耗。而四核车载导航则是全球首款带有超强“四核”的汽车通用导航:CPU双ARM处理器+DSP数字音效处理核+多媒体伺服核,带有最顶尖“Gesture Control 手势感应+Proximity Sensor 近物感应”两大技术,当你的手接近车机时,车机的灯能马上亮起来,而通过上、下手势命令,能快速选择歌曲、电台。

在后装市场,大部分厂家沉迷于利用低端低价扩大市场占有率,一再挑战产品价格底线,扰乱市场秩序。只有小部分厂商能够准确把握行业发展趋势,建立稳健的品牌经营模式,以技术创新一方面提高产品技术含量,一方面降低生产成本,以引领行业向低价高端的良好态势发展,华阳就是其中的代表,华阳999DVD导航和A9的率先上市就是最

好的证明。

突破瓶颈 技术锻造成本优势

中国的汽车导航后装市场自2007年开始井喷式发展,目前已处在转型升级的关键时期,以创新技术造就低成本不仅为行业提供了新思路,也是国内车载导航产品塑造国际竞争力的重要契机。华阳于这一关键时期“利剑出鞘”,以新技术、新产品、低价格引领行业向新思路、新模式、新服务的方向发展,相信以华阳20年深厚积淀必定能带领行业实现从制造改造到创造的跨越式发展。

经过20年的发展华阳无疑已坐稳国内汽车电子行业的头把交椅,纵观华阳一直以来的表现,在2013年这一行业关键时期,华阳一出手就推出几款对于行业而言具有领先意义的产品,可以说是在情理之中。

在技术创新方面,华阳从激光头、机芯到硬件研发和软件系统、车联网、汽车关键零部件等全面涉及并掌握了核心技术。依靠自主知识产权的技术优势,华阳基本已在前装市场站稳脚跟,与国内外整车厂商顺利接轨。在后装市场方面,华阳向来表现不俗,发展势头在相当程度上甚至超过许多知名外资品牌。有人曾预测,由于受到便携式导航仪的价格冲击,车载导航品牌需要走更远的路,那华阳推出的999DVD车载导航无疑是将这一条路大大缩短,让后装车载导航迎来一个前所未有的快速发展和普及的时期。

从开年新品发布窥华阳2013年导航产品趋势,玛雅系列新品和华阳999DVD导航仪犹如为后装车载导航市场注入了一枚强心剂,相信华阳接下来会有更多好产品陆续上市,让我们拭目以待。

(张伟)

海马M3上市在即 新车3月陆续到店



即日起,海马汽车全新技术平台的首款新车海马M3将陆续抵达全国各地的经销商,消费者可前往当地经销商展厅咨询。海马M3凭借其新锐造型、越级配置、高效动力、多维安全、随心操控、舒展空间六大特性,将为今春车市带来更多惊喜。

目前,海马M3已陆续抵达上海、重庆、天津、山西、山东、湖北等省市的海马4S店,消费者可到店看车、预约试驾。其他地区也将于近日陆续到店,供更多消费者体验品鉴,有兴趣的消费者不妨多关注当地4S店动态。

海马M3由海马汽车上海研发中心联合国际顶尖团队共同打造,外形动感独特,首创的“飞翔新美学”设计理念,将欧洲设计风尚与东方元素相融合,尤其符合新生代年轻群体对家庭用车的期待。0.27超低风阻系数远超同级车型,媲美跑车的流线造型,带来更优良的驾驶性能与燃油表现。

M3车身设计比例合理,内部空间宽

16.9万元PK169万元 C4L挑战“百米冲刺王”

近日,众多汽车媒体的编辑参加了以C4L为主角的“百米冲刺王”活动在福州的启动仪式。活动现场,记者发现,东风雪铁龙C4L在与众多国外品牌和国内自主品牌的车型同场竞技中大放异彩。特别是在与一辆奥迪Q7的“百米冲刺”比拼中完胜,让现场顿时沸腾起来。这次活动不仅吸引了媒体和消费者的参与,更汇集了诸

建筑节能标准落地难 高端展会促行业“蜕变”

随着我国城市化进程的推进,城市建设的规模不断扩大,大型建筑的数量越来越多,它们的能耗在整个社会总能耗中所占的比重也非常大。按照住房和城乡建设部的数据,目前,全国城镇新建建筑设计阶段执行节能50%标准的项目已经达到100%,已经可以向节能65%的整体标准推进。但有部分专家认为,目前在全国大规模推进节能65%设计标准遇到困境,仅少数城市颁布了居住建筑节能65%设计标准。

建筑节能标准“落地”,对于建筑电气与建筑智能化行业来说既是机遇也是挑战。为了加速建筑节能标准的落实,建筑精英迫切需要通过权威的第三方平台,相互交流学习先进的技术经验,提升各自的技术产品,一场盛大的建筑电气与建筑智能化展由此展开。据悉,3月27至29日开幕的2013年上海国际建筑电气与建筑智能化展将在上海国际展览中心召开。在1.2万平方米的展厅里,约200家海内外品牌企业将带来各自先进的技术与设备进行交流。

上海国际建筑电气与建筑智能化展对建筑行业“蜕变”产生的催化作用,已经受到众多业内人士的认可。据展会负责人介绍,“此次展会主办方邀约的专业观众广泛

京V标准华泰圣达菲热销京城

据悉,北京已在全国率先开始执行京V排放标准,宣布自2013年3月1日起,停止在京销售和注册登记不符合京V排放标准的轻型汽油车。这让汽车厂家喜忧参半。当那些缺乏发动机自主研发能力的车企因无车可卖而深表无奈之时,机会却留给了像华泰汽车这样有准

聚隆公司新闻汇编

领导干部转变作风见实效

为顺利实现首季开门红,聚隆公司各级领导干部严格贯彻落实中央的“八项规定”和集团公司的“十项规定”,转作风、进基层、到一线,多措并举,真抓实干,取得了明显成效。

该公司领导班子成员分片包队,深入一线基层,现场调度指挥,对所包区队的安全、稳定、生产、经营、工作纪律、作风转变等所有涉及区队的工作一包到底。为确保工作取得实效,建立了领导班子包队解决问题记录本,对当班协调解决的问题进行认真登记。

(索军杰)

保障职工教育工作落到实处

为适应企业集约高效发展,加强职工教育管理工作,全面提高职工素质,为企业快速高效发展锻造高素质的职工队伍,聚隆公司建立健全了三项保障机制,深入推进职工教育工作落到实处。

该公司专门制定了《职工教育经费提取与使用管理办法》,面向全体职工开展教育培训,特别是各类高技能人才的培养。职工教育经费按照工资总额的2.5%提取,专款专用,并加强了经费的使用管理,有力地保障了职教工作的顺利开展。

(索军杰)

飞利浦电视：智在大视界 创新赢未来



纵观当下平板电视领域,传统的产业格局、竞争重点正在发生变化,无论是3D电视、大尺寸超高清电视还是最近炙手可热的智能电视,无一不是新技术、新体验的竞争。保持技术和创新优势才是获得强大竞争力的取胜之道。3D电视的关注比例将持续上升;大尺寸、超高清电视将较受关注;智能电视领域将燃起战火。

在一系列围绕电视机产业的变局中,作为欧系家电品牌代表的飞利浦电视正在悄然发生革新。凭借采用了Nuance的Dragon TV语音技术,为消费者开启无与伦比的智能化新体验;4K2K电视强势出击,融入飞利浦尖端影音科技,为消费者带来超高

清视觉盛宴,一次次革新引领整个行业的发展方向。飞利浦凭借不断创新的产品研发能力和悠久精湛的技术品质,确保产品真正做到“为您设计、轻松体验、先进科技”,为中国市场的广大消费者带来更加卓越的产品和绝佳影音体验。

飞利浦电视搭载 Nuance 的 Dragon TV 语音技术:全新智能 对话未来

在智能控制方面,飞利浦电视采用了Nuance的Dragon TV语音技术,为其高端系列产品提供语音功能,产品计划于2013年第一季推出。飞利浦电视将可为用户在家庭娱乐控制体验中带来更多选择和便利。依托此智能化功能,用户可通过日常语言与电视机“沟通”,如直接说出频道号码、电视台名称、搜索热门TV秀以及电影等。

据悉,飞利浦电视是Nuance的Dragon TV语音技术在大中华区市场的首次应用,支持普通话语音功能。相信定会为消费者开启超乎寻常的智能化新体验,电视用户近100年观看电视的习惯将被改变,实现从“看电视”到“玩电视”与电视互动的转变。飞利浦智能电视将由此带领消费者进入真正的全新“智能”时代。

飞利浦出击4K2K电视:超高清视觉盛宴

在1月于美国拉斯维加斯举行的素有消费电子风向标之称的2013年CES展上,国内外知名彩电企业竞相推出4K2K电视,甚至有媒体报道称,2013年将成4K2K电视元年。4K2K电视俨然已成为电视行业的发展趋势之一。备受电视业追捧的4K2K电视旨在为消费者带来更完美的画质、更赏心悦目的视觉效果和更大的屏幕尺寸享受,而这也正是飞利浦电视孜孜不倦追求的目标。飞利浦4K2K超高清电视拥有3840×2160的物理分辨率,显示设备的总像素数量达到800万以上,是全高清的4倍,高清的8倍。

日益发展的中国家电市场,吸引了众多实力雄厚的跨国公司参与技术延伸与开拓。作为源自欧洲、倡导“优质生活”理念的飞利浦品牌,选择与国际知名企业合作,强强联手,将未来科技融入今天的电视产品,为消费者带来精致、优越的使用体验。这无疑将在2013年家电市场上引来更多的关注。

(小雨)

品牌国际化战略初见成效 匹克海外收入占比连升3年

在国内体育用品行业增长整体下滑的情况下,匹克体育在海外市场制造了惊喜。据近日公布的匹克2012年度财报显示,匹克的国际市场销售额达到3.88亿元,占总营业额比例提升到13.4%,较去年(9.9%)再度大幅提升。这已是匹克海外收入占比连续3年实现增长。

“国际市场收入将成为匹克未来新的增长动力。”匹克CEO许志华表示,经过长期积累和耕耘,匹克在品牌国际化和全球布局上的工作已经走在了行业的前沿。在改善国内经营状况的同时,未来几年匹克将进一步提升在已经进入的海外国家和地区的市场占有

率,并积极开发更广阔的未开发国际市场。许志华说:“我们有信心通过国际市场和国内市场的良好互动,做好提升品牌竞争力和产品竞争力的工作,通过积极的库存清理和订单调整后,匹克能够很快从目前的行业调整中复苏,并在未来几年取得稳定的增长。”

匹克积极拓展海外市场,通过长期的努力和坚持,匹克创建国际品牌的理念早已深入人心,也获得各届人士的认同及肯定。2012年2月,匹克在美国的第二家专卖店开业;2012年4月,时任国务院总理温家宝出访泉州期间,也对匹克的发展表示关注及支持;在2012年伦敦奥运会期间,匹克一举赞助包

括新西兰、斯洛文尼亚在内的7国奥运代表团,力压国内同行业品牌。根据匹克国际销售部的数据,匹克在当地的销量,在奥运会前后几个月内,翻了3倍至5倍。

截至目前,匹克已在160多个国家注册商标,并在70个国家和地区开设了专营店。匹克计划在未来5年将品牌产品打入超过100个国家和地区。许志华表示:“在国际市场,匹克的策略是从‘产品输出’到‘品牌输出’的跨越,通过大国市场辐射小市场以及本地化的营销,提升匹克在国际市场的知名度和占有率。”

(常乐)

陶二社区新闻汇编

开展建设节约型社区倡议

为提倡勤俭节约,反对铺张浪费,陶二社区在辖区内的职工食堂、宿舍、居民生活区及各基层单位广泛开展节约型社区倡议,倡议建设节约型社会已成当务之急,更是一场关系到人与自然和谐相处的“社会革命”。然而,在我们的生活中,粮食、水电等浪费现象时有发生。为此,社区发出“建设节约型社区”的倡议。

(宋大飞)

进一步转变工作作风 提升服务水平

2013年,陶二社区社保科服务理念全面升级,进一步为职工、居民做好优质服务,开好端、起好头。具体体现在三个方面:一是转变思想观念,由管理型观念向服务型观念转变;二是加强政策和业务操作技能的学习,力争“双学习”、“双提高”;三是创新服务方式,满足个性化服务要求。

(宋大飞)

创建“文化示范区”

为丰富社区的业余文化生活,满足社区职工居民的精神文化需要,推进公共文化服务体系,陶二社区精心挑选了一些科普知识、学习励志、绿色环保、身体保健、文明礼仪等与职工、居民息息相关的书籍来充实图书室。通过这次增添书籍,使广大职工、居民在工作之余得以充实精神食粮,极大丰富了他们的业余生活。

(宋大飞)