



开启智能新未来

——回首第十一届中国国际软件和信息服务交易会

近日,“智能改变未来”第十一届中国国际软件和信息服务交易会(以下简称:软交会)圆满落幕。本届软交会同期举行会议活动58项,涉及30多个行业领域,观众达32800余人次,展览总面积3.5万平方米,共有中外企业800余家参展,充分发挥了传播高端声音、引领行业发展、促进国际合作、打造交易平台的作用。

智能产品云集 软交会现场交易显著提升

本届软交会硕果累累,据不完全统计,806家参展商洽谈及签订交易项目987项,合同意向成交额1002.89亿元,其中离岸意向成交额56.61亿美元。

朝阳市加华电子有限公司的光纤传感器项目与大庆油田合成合作交易,交易金额2000万元;康泰医学信息系统有限公司的远程医疗系统项目,与河南元丰科技网络有限公司达成合作交易,交易金额5000万元;电力行业针对调度自动化技术支持系统升级、智能电表自动采集系统、ERP系统深化应用等需求意向成交额逾30亿元等等。

此外,英特尔中国软件与服务事业部带来了从终端到云计算全面的计算解决方案;香港展团展出的听障人士寻求听障突破的助听器产品、跨平台电子书出版系统等新产品广受关注。中国科学院自动化研究所研发的3D打印机让参展者大开眼界。本届中国软交会展览现场利用全新的声光电等高科技手段,使软件展览更直观好看,展示效果更形象生动,互动体验更加娱乐友好。

专业论坛 软交会探寻IT未来十年智能发展

本届软交会共有58场专题会议论坛活动。其中1场高峰论坛是诠释全球产业热点和软交会主题的重要会议;8场主题论坛包括自主创新论坛、外包年会、人才教育论坛、政策趋势发布会、投融资论坛、项目管理论坛、保税政策与应用论坛和版权保护论坛。42场行业应用会议和专业学术会议,内容包括供热、

零售、物流、制造业、建筑、医疗等十几个行业,专业技术论坛涉及大数据、云计算、物联网、移动互联网、电子商务等众多专业领域;此外,还有7场中外区域合作对接会。

演讲嘉宾来自世界各地,有英特尔、IBM、微软、ePals、日经BP、东软、文思海辉、NTT DATA、Wipro、Tradeshift、赛迪顾问、马丁沃夫等国内外业界著名企业人士约500余人,深入探讨了物联网、云计算在安全、通信、存储、能源、智能制造等方面的发展现状与趋势。

赛迪顾问副总裁赫建营说,国际电子信息产业虽然还在增长,但已进入低速增长阶段,中国软件产业运行态势在多重因素推动下会持续缓中求稳,进入相对比较稳定阶段。

英特尔亚太研发集团总经理何京翔说,为适应当前云计算与大数据高速发展的趋势,英特尔将不仅是一个硬件公司,在软件方面投入将越来越多,英特尔和解决方案合作伙伴密切合作在英特尔架构方面开展一些产品投放,以获得双赢结局。

微软大中华区副总裁兼市场战略部总经理、微软大中华区首席云计算战略官谢恩伟在主题演讲中谈到了社交、大数据两大IT趋势,他说,社交作为协同工具,能让公司生产力达到一个新的高度。

通动力信息技术(集团)有限公司CTO方发和说,大数据有四大发展特征:海量、速度、数据和价值。从2012年起,全球大数据市场规模由6.3亿元涨到43亿元。各行各业都有很大发展空间利用大数据更有效开展业务、销售等。

重点活动 软交会汇集软件领域各项赛事

作为软交会贯穿年度的盛事之一,“2012-2013中国软件和信息服务年度发布会”发布了2012-2013中国软件和信息服务领军人物奖、突出贡献企业奖、创新影响力企业奖、最具潜力企业奖、最具竞争力产品奖、最佳解决方案奖

和最佳服务园区奖等年度奖项,近百家企业入选,400余位企业家出席。

同期举办的每年一度的“中国·大连2013国际IT暨夏季人才招聘洽谈会”,邀请了阿尔派、简伯特、FIL、东软、文思海辉、捷太格特、华锐重工、联邦教育等120家国内外知名企业参会,提供岗位3500个,为各类人才和高校毕业生就业提供了服务平台。

另外,克雷斯勒杯第三届黑马大赛一“软件行业”专场在本届中国软交会上开赛,大赛吸引了国内100余家软件领域的创新型参赛企业,上千家软件企业现场观摩,数十家知名风投机构强烈关注。而“全国职业院校技能大赛移动互联网应用软件开发大赛”则展现了高职学生创意和开发技能,培养创新意识和自主创业能力,合计45家企业就50个项目表示合作意向,意向金额773.5万元。

完善细节 软交会搭建更切实交流平台

参加本届中国软交会的业内人士和媒体普遍认为,第十一届中国软交会的组织工作,较往届有明显的改变和提升,展开开通的网上交易平台,为中外企业商务配对的网上预约洽谈服务。专门搭建洽谈区和服务区,现场配对交易为展商和客商交流提供便利。

一位组委会成员向记者介绍说,本届中国软交会特别组织了“千人买家团”主题活动,优选近千名买家与国内外软件服务外包参展商进行一对一洽谈对接。活动期间,来自金融行业、制造业、医疗业、电力、外包等行业的1011家买家企业,在现场进行对接洽谈、交流交易,达成诸多成交合作意向,意向成交额63.2亿元。

未来,中国软交会将力求进一步创新,在专业性、国际性、实效性上有更大的突破,专注于高品质的客户需求服务,进一步推进市场化和提升交易性,确保在新一轮的挑战和竞争中,继续保持领先地位。

(王欢)

解析后“补贴”时代的奥克斯营销组合拳



张博开摄影作品

今年的6月让所有空调企业员工都开始忙碌起来。持续一年的节能惠民补贴政策结束,变频空调新政正式实施,空调营销集中爆发期到来,多重因素的叠加让“营销”这个空调市场上的核心命题变得复杂且充满挑战。

正如那句商业名言所说——“大浪退去后,才知道谁在裸泳”。在政策洗牌、营销旺季进入关键节点之时,浑水摸鱼的企业总会遭到淘汰,实力派始终会坚挺。

对空调市场的“营销专家”奥克斯来说,这样的挑战更像一个营销机遇。面对这样的挑战,奥克斯迅速地打出了一套营销组合拳,让6月的空调营销市场显得风生水起起来。

营销之罗汉拳——再发“惠民补贴”
拳谚中讲:“要想罗汉好,三正里面找。”所谓“三正”,是指的手要正、身要正、马要正,此为基础。

中德“柏林汽车专业技术行会北京汽车学院”合作项目举行签署仪式

由北京电子科技职业学院汽车工程学院和德国柏林汽车专业技术行会共同成立的“柏林汽车专业技术行会北京汽车学院”合作项目于近日正式举行签署仪式。

据悉,“柏林汽车专业技术行会北京汽车学院”是北京电子科技职业学院和德国柏林职业教育集团共同组建的“中德职业技能培训中心”计划开展的3个重点建设项目之一,建成之后

奥克斯在6月推出的“全民疯抢奥克斯——将补贴进行到底”活动与罗汉拳有着异曲同工之妙。对奥克斯而言,营销罗汉拳的三正则“品质正”、“价格正”、“礼品正”。

此一举,使得消费者无需担心为政策买单,相反有了更多的消费选择。“三正”之下,让奥克斯空调在市场竞争端先赢得了一份人心。

营销之太极拳——“寻找中国美丽新娘”
俗话说,高手须懂得“刚柔并济”,方能以静制动,动静相宜。太极拳无疑是这种拳法的鼻祖,在推打之间巧妙借势,借力打力,圆柔连贯,每一式都是绵绵不断。

在市场端,奥克斯也将这种拳法娴熟地展开。在强势推广“惠民补贴”促销政策的同时,一场公益活动——奥克斯“寻找中国美丽新娘”也在终端如火如荼展开。

据了解,从6月到8月期间,前后将有30对幸运情侣可以远赴敦煌游览,届时将由行业顶尖摄影师为其拍摄唯美的敦煌婚纱摄影艺术大片。

品质是根,营销是魂,借助着两大营销“拳法”,在政策红利消失,营销压力倍增的6月,奥克斯再一次缔造了营销创新的佳话。

特别是“寻找中国美丽新娘”活动,在公益营销与品牌推广层面也为其他品牌提供了一个全新的价值案例。

(王伟)

北京工业职业技术学院旅游管理专业在2013年全国职业院校技能大赛中获佳绩

日前,北京工业职业技术学院基础部旅游管理1131班谢东福代表北京市参加2013年全国职业院校技能大赛高职组导游服务大赛的角逐,并取得了国家二等奖的佳绩。

此次大赛共有全国30个省市自治区近137

将配合其他两个项目,共同组建国内完善的以现代化制造业为主的国际化职业教育培训与认证平台。

业内人士指出,该项目不仅仅扩大了中德在汽车专业技术领域上的交流与合作,在国内建立了具有权威性的汽车技术培训和资格认证机构,更对我国借鉴德国先进理念和技术,推动国内汽车产业的升级具有重大意义。

(小雨)

名选手参加中、英文两个组别的竞争。通过风采展示、景点讲解、知识问答、情景再现及才艺展示等多个环节的激烈角逐,北工院选手谢东福凭借扎实的专业功底和出色的综合素质取得了优异的成绩。

(张鑫)

气势如虹 新世代天籁5月销量过万台



近日,国内乘用车市场半年销量数据出炉:在竞争激烈的中高级车市场,东风日产新世代天籁5月销量过万台,承接4月强势,稳居中高级车市“第一军团”。

作为一款3月份才换代上市的全新一代车型,新世代天籁上市即展现出强大的市场号召力,凭借强劲的产品力、震撼的价格力,以及创新的服务力,“新世代豪华座驾”的独特魅力不彰自显,迅速赢得广大消费者的认可。“新世代天籁不仅在产品上满足客户需求,更带来了超越客户想象的服务与价格。所以,新世代天籁热销是必然的。”东风日产市场销售总部副部长杨嵩表示。

服务发力,新世代天籁无惧淡季

“五一”小长假过后,汽车市场热度有所减弱,国内乘用车产销较4月份均出现了小幅度的下滑——2013年5月份,似乎成为汽车消费淡季的转折点。

在此背景下,全新上市的新世代天籁,却依旧延续4月强势表现,呈现“淡季不淡”的销售态势,不仅带动东风日产全系热销,更成为日系复苏的强大助推力。

从消费者调研中发现,消费者淡季购车时更理智,除了产品力因素外,服务成为消

费者做出决策的决定性因素之一。而新世代天籁凭借“天籁行动”、“天籁直通车”等一系列创新、人性化的服务,在服务上实现弯道超车,进一步赢得消费者的支持与信任,实现淡季热销。

“我们针对新世代天籁的消费者,量身定做的一系列服务,是东风日产始终秉承‘客户至上’理念的体现。在购车、用车的每一个环节之中,东风日产都全力以赴,为实现客户价值最大化而努力。目前,广大消费者也用他们的选择,肯定了我们的努力。”杨嵩表示。

“梯悬挂+ATC”,掀起车市驾控新潮流

随着经济的发展和时间的推移,越来越多的“75后”,甚至“80后”的年轻消费群体成为了中高级车市场上的消费主力。有调查显示,新一代消费者对中高级车提出了新的要求:除了能够提供舒适享受,操控性能也要相对出众甚至与众不同。

众所周知,上一代天籁“舒适之王”的美誉已经深入人心,更引领了中国中高级车市场乃至整个车市的“舒适潮流”。而新世代天籁在舒适之上,更携由梯形控制臂独立后悬挂和ATC主动循迹控制系统组合而成的“梯悬挂+ATC”强势来袭,向广大消费者一展中

高级车技术操控流、精准过弯的风采,并掀起中高级车市驾控新潮流。

市场走访中,刚参加完新世代天籁“三冠王”挑战赛的高先生表示:“之前也试驾过上一代天籁,觉得这主要是一款主打舒适的车型。现在试了新世代天籁,发现这车不但更加舒适,操控还有了很大的提升,特别是过弯时候的表现,让我不得不感慨,真的很过瘾!”

对新世代天籁刮目相看的,不仅是消费者,连东风日产专营店的销售人员,也因新世代天籁大幅提升的操控性能,以及颇有口碑的过弯性能而显得更有底气。

“通过亲身体验和专家技术讲解,我们的销售人员也更深刻地了解到新世代天籁在操控性上拥有的全球领先技术。例如,梯形控制臂独立后悬挂和ATC主动循迹控制系统,确保了天籁拥有精准、精彩的过弯性能。我们可以很自豪地告诉客户,只要驾驶新世代天籁,每次过弯都将是一种享受。”长沙东风日产专营店黎经理自信地说道。

“东风日产就是希望通过领先的技术,在舒适之上,创造出人人都能轻松并畅快驾驭的座驾。我们相信,新世代天籁能让更多消费者享受到操控的乐趣。”杨嵩表示。

(杜威)

