

产业资讯

汽车消费“六感”体验活动在穗举办

本报讯 8月20日,广州市消费者委员会联合中国消费者协会以及国内知名汽车专家和主流汽车厂商,在广州举行了一场主题为“在路上·汽车消费大家谈”的汽车消费指导公益活动。在现场,主办方结合实际购车经验,以专家讲解配合现场实车体验的方式,从“视、触、听、嗅、驾、预”六方面入手,创造性的总结出“六感购车体验”,第一次对消费者在“选车、购车、用车、售后”中应该掌握的知识 and 技巧进行了系统归纳,不仅为消费者科学理性购车提供了最为贴心实用的帮助,同时也为众多汽车企业规范销售指导标准与流程提供了可资借鉴的参考! 本活动得到了全行业普遍关注,来自中国消费者协会、广州市消费者委员会、中国汽车工程协会、中国汽车技术研究中心、北京理工大学汽车学院等机构的嘉宾,以及来自广汽本田、北京奔驰、华晨宝马、捷豹路虎等多家汽车企业及经销商代表与市民一道参加了当日公益活动。(周 黎)

末阳市教育局转作风提效能成绩显著

本报讯 末阳市教育正处在内涵发展的攻坚阶段,既面临着大好的发展机遇,又面临着前所未有的严峻挑战,促进城乡教育均衡发展,大力提升教师队伍素质,全面提高教育教学质量,不断满足人民群众对优质教育的需求,加快建设教育强市。
 末阳市教育局抓机关作风建设,突出重点,抓住关键,标本兼治,常抓不懈,着力做好以下七个方面:一是坚持“敢”字当头,做到敢于争先、勇于创新。二是坚持“学”字为先,做到学以致用。三是坚持“干”字为重,做到脚踏实地,埋头苦干。四是坚持“实”字为本,做到服务基层,务实高效。五是坚持“和”字为贵,做到精诚团结,和谐发展。六是坚持“严”字为要,做到严格规范,张弛有度。七是坚持“廉”字为节,做到秉公办事,永葆本色。
 通过作风教育,末阳市教育局机关工作面貌焕然一新,机关干部都能自觉树立正确的人生观、价值观,不断强化自身廉洁教育,增强廉政意识。全市教育系统也掀起了求真务实的工作作风,努力办好人民满意的教育,为推动全市教育事业又好又快发展做出新的更大的贡献! (张国军 凡小灿)

“彩电节”销售增长超200% 国美成智能电视最大推广卖场

本报讯 近日,国美在全国范围内举办了“彩电节”活动,掀起了国内彩电市场的消费热潮。数据显示,8月1日至11日,国美彩电销售同比增长超过200%,其中智能电视的销售同比增长更是高达236%。
 国美彩电事业部相关负责人表示,此次彩电节活动,国美联合海信、创维、三星、夏普等众多国内外知名品牌商资源,在全国范围内全线直降智能电视价格,受到了众多消费者的热烈追捧。活动11天内彩电销售同比增长超过200%,其中智能电视销量同比增长高达236%。该负责人还透露,为了满足错过此次彩电节的消费者购买智能电视的需求,未来几天国美还将延续5折起售,8折封顶的智能电视大让利活动,真正为消费者带来一场彩电“低价”盛宴。
 当前智能电视已经成为市场消费的主流趋势。当怡康公布的数据显示,上半年国内彩电市场同期出货量增长31%,其中智能电视增长105%,智能电视已经成为消费者心中的“香饽饽”,预计未来3年中国智能电视的产量规模年均复合增长率将有望达到65.1%,这将助推国内智能电视市场迎来新的消费热潮。
 国美高级副总裁李俊涛表示,以低价称霸市场一直是国美的优势,“准备要早,出手要狠,宣传要快,落地要准”将作为国美下半年低价战略的主要发力点。国美此次开展的彩电低价“再革命”活动,积极调动各分公司的人力、财力、物力,再塑“低价杀手”形象,实现全渠道、全规格段、全价格段的真正产品低价,为消费者提供完美视觉感受和娱乐体验。
 业内人士认为,作为国内最大的家电零售企业,国美一方面联合硬件制造商、内容提供商、宽带运营商等全产业链各环节企业,共同研究消费者需求,为消费者定制满足智能生活需求的解决方案,最大限度地拉低智能电视价格,另一方面充分利用线下门店销售人员专业的产品介绍能力,为消费者详细地介绍智能电视使用详情,解决智能电视推广的难题。由此看来,国美在普及智能电视方面起到了举足轻重的作用,已成为智能电视最大推广卖场。(冉 荷)

部区联办突显国家意义 中阿博览会承载重托

日前,记者从中阿博览会组委会了解到,在商务部、中国贸促会和宁夏回族自治区人民政府作为主办单位的基础上,国家发展改革委、财政部、国家民委等28个国家部委均明确表态同意成为今年中阿博览会(其前身为宁洽会暨中阿经贸论坛)的组委会成员单位。
 显然,该国家多部委与宁夏回族自治区联合主办面向阿拉伯世界的国际性盛会,采取完善的部区联办机制,凸显出中国通过中阿博览会发力,以加深与阿拉伯国家尤其是穆斯林地区的经济合作和文化互通。
一次完美的“蝶变”
 从2010年首届中阿经贸论坛举办至今,中阿经贸论坛成为中阿各国政府之间加深合作、企业家和投资者寻找商机的重要舞台,经国务院批准,从今年开始,宁洽会暨中阿经贸论坛正式更名为“中国—阿拉伯国家博览会”。中阿博览会将与其他国家级博览会一起,共同构建我国全面开放的区域合作新格局,在促进世界经济均衡发展道路上更进一步,连续举办了三届的中阿经贸论坛也实现了完美“蝶变”。
 中国商务部部长、时任商务部国际贸易谈判代表兼副部长高虎城对中阿经贸论坛的成功举办做出了积极的评价,他说:“宁洽会暨中阿经贸论坛是中国政府

实施西部大开发战略和向西开放战略的重要举措,对加强中国与阿拉伯国家的经贸关系具有深远意义。不仅有利于各国抢抓发展机遇,也进一步凸显了广大发展中国家的重要影响和积极作用。宁洽会暨中阿经贸论坛是中阿集体交流对话,共商合作发展的重要平台。”
 或许,通过数字更能反映这种积极的作用。
 虽然宁夏是我国面积较小的省区,但数据统计显示,三届中阿经贸论坛共签署项目协议478个,合同金额高达2500亿元,涉及新能源、装备制造、清真食品、金融投资等多个领域。同时,2012年宁夏全区实际使用外资额2.18亿美元(含外商投资企业境外融资3300万美元),同比增长8%,增幅高于全国平均水平11.6个百分点。
一个中阿合作的“磁场”
 中阿经贸论坛的成功举办,可以说是一次“小省区办大展会”的完美典范。在这个中阿合作交流“宁夏平台”上,中阿政府要员、专家学者、企业家以及普通民众相互沟通、交流合作,并且已然形成了一个中阿合作的“大磁场”。
 在去年举办的第三届中阿经贸论坛期间,中阿合作论坛框架下的中阿能源合作大会也在宁夏银川召开,阿拉伯国家联盟

秘书处、阿拉伯石油输出国组织、阿盟各成员国能源主管部门及有关能源企业的代表出席了开幕式。
 记者从中阿博览会组委会处获悉,宁夏回族自治区商务厅已经争取商务部将中国—海合会国家经贸合作论坛、中国—巴林经贸研讨会放在宁夏举办,博览局已争取中国贸促会将中国—伊斯兰国家商会合作论坛、中阿联合商会中方理事工作会议等5项涉阿活动统合到本届中阿博览会框架内,同时,还申请将中阿合作论坛第五届企业家大会暨投资研讨会放在宁夏举办。
 在凝聚了巨大力量之后,如何释放这股潜在的能量?
 为此,国务院在将宁洽会暨中阿经贸论坛更名为中阿博览会的同时,还批准设立了宁夏内陆开放型经济试验区、银川综合保税区,使中阿博览会真正从服务性展会走到线下,落到实体经济的建设上,带动宁夏以及西北地区、乃至整个中国与阿拉伯国家合作的大发展。
一架启动新一轮发展的“引擎”
 不论从国家整体发展战略,还是从中阿合作发展来看,“蝶变”后的中阿博览会举办地宁夏显然不同凡响,引发多方面的关注和期待。
 国家发展和改革委员会副主任杜鹰在第三届中阿经贸论坛上说:“加快推进

宁夏内陆试验区的建设……进一步推进我国区域协调发展,特别是深入实施西部大开发战略,具有重大的战略意义。”
 同样参加论坛的国务院发展研究中心产业经济研究部的研究员钱平凡认为,宁夏是中阿交流的纽带,二者互信任度很高,必然会有丰富的社会资本注入,进而推动其他地区与阿拉伯国家的合作。
 实际上这种“引擎”作用,还体现在从今年开始的中阿博览会将更多更大地发挥其“政策发布功能”。
 据了解,今年中阿博览会的五大板块多项分会论坛都将实行部区联办。例如,自治区与农业部共同主办中阿农业合作论坛,与教育部共同主办中阿大学校长论坛,与文化部共同主办中阿文化合作论坛、与国家旅游局共同主办世界穆斯林旅行商大会、与国家新闻出版广电电影电视总局共同主办中阿广播电视合作论坛等。
 业内人士分析,这种部区联办的机制从某种意义上传达出积极的信号,在中阿博览会上发布有关中国与阿拉伯国家合作的政策、文件的可能性增大,应该说与中阿合作论坛上发布的《行动执行计划》等纲领性文件相辅相成。(魏 勇)

产业亮点

北京现代再次独家冠名赞助《妈妈咪呀!》再掀文化营销热潮

8月2日,随着中文版《妈妈咪呀!》在上海文化广场再次拉开序幕,这部人气爆棚的世界级经典音乐剧将在上海、北京、广州等全国近10个城市展开100余场的第三季巡回演出。与此同时,被誉为“音乐剧之王”的《猫》中文版2013季巡演也将于厦门起航,再续盛演不衰的舞台神话。作为两部顶级音乐剧的长期合作伙伴,北京现代继续为之独家冠名赞助,誓将顶级音乐剧与顶级汽车品牌的“强强联盟”进行到底。
 在当下商业与文化水乳交融、携手并进的时代,一部顶尖的音乐剧,必然需要同样出色的品牌与之匹配。北京现代正是从众多品牌中脱颖而出,成为世界知名音乐剧中文版《妈妈咪呀!》的独家冠名赞助商。从2011年起,北京现代就与中文版《妈妈咪呀!》强强联手,进军国内各大城市的文化舞台,所到之处无一不掀起旋风般的观看热潮。
 汽车与音乐,这看似风马牛不相及的两个领域,之所以能实现“无缝对接”,实现艺术与商业的双赢,其根本原因在于两者在精神气质和追求上的高度相似和吻合。作为享誉全球的经典音乐剧,《妈妈咪呀!》经历着不断地改编与创新,为的是向观众献上最为精彩、上乘的演出,为之带来高品质的精神享受。同样,作为一个经历着飞速发展和不断突破的汽车品牌,北京现代也始终致力于打造高品质轿车,为人们带去高品质的生活。

正是有着强烈的精神层面的共鸣,北京现代与《妈妈咪呀!》才能强强联合,历经三年而继续携手。据悉,第三季中文版《妈妈咪呀!》的目标是再度超过100场,目前在沪演出的32场正展开得如火如荼。
 在《妈妈咪呀!》热演的同时,另一部世界音乐剧史的巅峰之作《猫》也与去年推出中文版。作为音乐剧的“老朋友“,北京现代同样与之携手,为中文《猫》的全国巡演独家冠名。今年8月份,北京现代还将继续独家冠名赞助音乐剧《猫》,在全国近10个城市,展开近百场的演出。首场演出于8月23日在厦门闽南大戏院拉开帷幕。
 除了与《妈妈咪呀!》、《猫》等顶级音乐剧一同大放异彩,十多年来,北京现代

还将触角介入到更广泛的文化领域,不断开展各项文化热点事件。在车型诠释方面,北京现代邀请王力宏、李孝利、吴彦祖等时尚偶像倾情代言,在不同年龄层次为品牌赚足人气。2012年,北京现代还全面“触电”,赞助2012电影幕后英雄盛典,也令作为活动现场VIP嘉宾接送用车的朗动,与电影界的明星大腕、幕后英雄共同一展风采。此外,北京现代还与新锐导演合作,拍摄系列微电影《不可能的可能》,正式开启“微电影营销”时代。如此推陈出新、令人眼花缭乱的 cultural 热点事件,使北京现代在各个层次的消费者群体中引发精神共鸣,不仅搏了眼球,更是赚足口碑。(周 黎)

爱玛用心之作 乐酷演绎最酷电动车

在设计非常别出心裁,它告别了传统的设计方案,把尾灯创新的隐藏到了座椅的下方,给车主带来了很大的惊喜,不仅如此,车灯的性能也让车主拍手叫好,200度的高亮环绕让黑夜如同在阳光下充满安全感,让你在骑行的过程中酷炫到爆。
 另外,乐酷同样具备炫酷的“心脏”,全新的满盘电机,配合三载前轮让爱玛乐酷在节能的同时有着更棒的驾乘感受,能够在更长的续航里程中降低车主驾驶疲惫感。
 对于“酷”的理解,爱玛认为能够带给用户方便,减少用户的烦恼也是一件非常酷的事情,而爱玛乐酷配备的防水型外接充电口设计相比其它品牌的电动车来讲则酷多了。乐酷的充电口处增加了充电口外塞,避免了乐酷在充电时进水短路的情况,让消费者更加的省心。
 微小之处表心意。乐酷延续了爱玛滑



板车的一贯风格,脚踏板的设计简洁明快。宽大的一体式脚踏板,饱满厚实板面嵌入爱玛logo纹理铝板,在增加腿部空间的同时提高防滑性能与抗踩踏性,更加结实耐用,为车辆的动感元素加分不少,这种微小之处,给乘车者带来很舒适的驾乘感受。
 乐酷是爱玛为喜爱酷文化的年轻消费者的用心之作,也是爱玛市场细化的产品。据电动车行业的专业人士表示,电动车市场的细化是企业发展到一定阶段,追求创新与持续发展的重要路径,这条路径需要强大的实力来支撑。爱玛目前已经处在市场细分赛道领先的位置。乐酷之所以能获得广大消费者的喜爱,不仅在于乐酷被年轻消费者所喜爱的酷文化,更是因为乐酷人性化和创新的产品设计理念和精湛的制作工艺。相信在细分市场占据领先优势的爱玛,今后一定会设计出更加让消费者喜爱和感动的产品。(魏 勇)

永业——推进城乡一体化的企业“引擎”

体总结出了永业集团为中国的“三农”问题提供的几点有益启示。
 科技创新为现代农业企业发展带来强大动力。永业锁定“三农”问题、生态问题、食品安全问题,组建科研团队,联合高校、科研院所专家开展科技攻关,自2001年研发高科技环保型生物肥料永业生命素至今,永业科学研究院已先后建立了7处研发基地,6个实验工作室,开展了上百项科研项目研究。通过科技创新,将优质科技产品转化为优质生产力的发展过程中,找到解决三农问题的可行方案,将先进农业科技转化为生产力,为企业找到发展的机遇与空间。
 现代农业企业建立起“产品+服务”

“永业将做农业视为最大的社会责任,永业也通过自身企业的发展证明,三农领域是一片价值洼地,只要找准解决三农难点问题的商业模式,就能实现农民增收、企业增利、社会增益的共同目标”。日前,在人民日报、新华社、经济日报等媒体对企业进行实地调研采访中永业集团董事长吴子申表示。
 永业从一家生产肥料的小型民营企业发展成为服务农民的系统产业集群,从赚农民的钱,到服务农民帮农民赚钱,转变经营理念,依托科技服务站卖产品送服务,用科技服务给越来越多的农民提供致富解决方案。
 在对永业进行调研采访之后,众多媒

“双向培养”原则:即把企业业务骨干培养成党员,把党员培养成企业业务骨干。大家共同的价值取向与追求,为现代农业企业的发展提供了有利的保障。
 从观念到管理模式上的创新,激发了农业全产业链的活力。永业将自身定位为三农服务运营商,从产业链的两端着手,一端植根农村,另一端连接城市消费者,通过输出健康的农产品,在帮助农民解决卖难问题的同时,从源头上保障食品健康,让城市消费者购买到放心的绿色健康食品。(胡文致)

产业平台