



近日,长虹在绵阳举行“让想象发生”主题发布会,推出全球首个实现互联、互通、互控的家庭互联网产品形态及解决方案,在互联网大智能时代,为消费者创造“以人为中心”全新、智能生活方式的指向。

全新战略理念、颠覆性落地产品,这轮“智能+互联网秀”,长虹以压轴的逼人气势,彻底推倒横亘在家电行业与互联网行业之间的那堵墙,企业需要拥抱互联网、家庭需要拥抱互联网,一个新的由长虹、小米、乐视、海信等构建的智能终端行业诞生。

爱普生发布SurePress L-6034VW 数码标签印刷机

爱普生于近日宣布为扩充其数码标签印刷机的产品阵营,将在全球同步推出SurePress L-6034VW 数码标签印刷机。SurePress L-6034VW 是爱普生首款单通道工业印刷机,也是首款采用爱普生全新PrecisionCore线性打印头技术、使用爱普生LED UV固化墨水与同轴数码上光技术的产品。

SurePress L-6034VW 结构紧凑,品质精良、可靠性高,融灵活性及卓越性能于一体。无论是对初涉标签印刷业务的顾客还是对计划扩大生产规模,希望找到可靠的印刷机帮助他们实现全天无间歇高品质标签印刷的顾客,它都是理想之选。

继2012Drupa展首秀之后,新品印刷机于近日在Labelexpo (欧洲布鲁塞尔国际标签印刷展览会)上正式盛装亮相。本次共有两款产品同时参展:含CMYK数码上光及高隐蔽性白墨的SurePress L-6034VW和无白墨的SurePress L-6034V。

SurePress L-6034VW 由爱普生独力研发制造,可在80毫米至340毫米宽的标准薄膜和纸质标签介质上实现中、短版标签高品质、高稳定打印。固化过程采用LED光源以降低能耗。它还可在热敏性介质如PE材料上打印,因而进一步扩大了介质材料的适用范围。

为确保生产的正常运行,实现出众的可靠性,爱普生SurePress L-6034VW集精密的自动监控、维护和清洁功能于一身。全新研发的PrecisionCore线性打印头是保障SurePress L-6034VW实现高性能、高可靠性、低维护及运行成本等出色性能的关键组件。印刷机中每6组线性打印头包含11个

家庭互联网引行业地震 长虹推出“新三坐标”战略

发布会当天,长虹董事长赵勇一改往日国企领导人严谨、庄重的风格,一身牛仔轻松上阵,他用诙谐幽默的方式对自己的这身行头描述到:“我这身装扮是我们企划部部长刘海中逼我穿的。我知道他为什么这么做,因为他希望我变成乔布斯。很可悲,我不是乔布斯。如果这个事实还有唯一让我感到安慰的地方,就是我现在还活着。我对自己的这个描述说明一点,让想象发生,对我是挑战,对长虹也是可挑战。”

“互联网时代,传统家电企业面临的最大挑战,不是软件冲击硬件,而是企业传统的制造驱动发展思维,遭遇互联网时代的需求创新驱动的挑战,这彻底颠覆传统家电的游戏规则和产业优势”,产经评论员刘步尘认为。

面对挑战,赵勇进一步讲到,我们需要想象,我们需要创造出超越消费者使用体验的产品、想象的产品,我们需要超越长虹自身的能力。长虹

是一个终端企业,但长虹更是一个人终端企业。面向互联网,长虹推出全新战略规划和产业布局一“新三坐标”战略:智能化,网络化,协同化。

从智能化方向看,长虹的终端已经被赋予PC化的能力,有强大的运算能力,有强大的软件能力。赵勇举例说道,比如我们在家看电视,如果我去看电视,它就会播《新闻联播》,如果是我的孩子去看电视,它会放动漫。

从网络化方向看,所有的终端,都有一个云端,云端会记录消费者对装置的使用习惯,使得装置变得越来越简单、越来越好用、越来越舒适、越来越懂我们,进而成为我们生活的好伙伴。赵勇解释到,云端会积累越来越多的数据,逐渐形成我们现实生活的的一个越来越完善的数字化镜像。从这个角度讲,长虹又变身为大时代数据的数据提供者,在大数据时代,长虹有自己的位置。



唤始出来”的和悦A30预计将于11月2日正式上市,并将正式发布上市价格。日前,“爱上我的爱,一生520”全国预售计划已全面启动,前5000名客户尊享5年20万公里免费保养的预售政策,赢得了市场的积极响应,预订火爆。作为江淮乘用车的全新II代产品,和悦A30将凭借“五讲四养”的设计理念,“三高两大一低”的产品优势,占领新生代市场的新蓝海。

“五讲、四养”创新2.0造车理念

起步即领步,“五讲四养”的产品设计理念赋予了和悦A30领先且独特的产品DNA,使其成为江淮乘用车“2.0”时代的代表作。

“五讲”即“讲材料、讲结构、讲精度、讲性能、讲成本”,为卓越产品制定了严格的标准。“四养”从视、触、听、乘等全方位满

嘉里物流勇夺年度最佳区域货代公司奖项

近日,亚洲领先的物流服务供应商嘉里物流在新加坡赢得Payload Asia Awards 2013的年度最佳区域货代公司奖项。该公司领导马荣楷表示:“我们在此感谢我们的客户、Payload Asia 的读者及Payload Asia Awards 的专业评审团给我们的肯定。嘉里物流将继续致力为客户

发出指令,长虹的智能家电就能精准、快速的完成每一个指定功能切换,比如搜索新闻、电影、电视等,还具有语音实现导航、自动翻页等诸多功能。

长虹表示,后续还将陆续推出基于家庭互联网的全新智能空调、智能冰箱、智能电视等智能终端。

赵勇表示,家庭互联网是目前的阶段重点。长虹将会打造一个开放式的平台,通过这种开放式的平台来吸引第三方和消费者参与长虹的价值创造,从而使得软件和服务能够形成竞争的产业生态。

可见,长虹在经过“内涵+外延”双管齐下的积累发展,形成了“硬件+软件+服务”差异化的“智能基因”核心竞争优势。基于智能基因驱动下的互联网思维和创新能力的打造,长虹必将开启整个中国家电产业在互联网时代的转型升级新路径。(杜 威)

为爱而生 和悦A30即将正式上市

足了消费者情感需求,凭借“看起来养眼”的精致细节,“触摸起来养手”的考究材质,“听起来养耳”的超静音、超低振动和高保真音效,“乘坐起来养精蓄锐”的人机界面,高效能手动和高科技CVT变速箱,精致表现让消费者好感倍增,舒适难忘。

“三高、两大”打造卓越产品品质

和悦A30具有三高两大一低——“高品质、高配置、高安全、大乘坐空间、大行李箱、低油耗”的产品特点,其中,“三高两大”配备了众多高科技智能装备,为活力四射的新生代消费群打造专属“完美家轿”。

“一低”实现用车价值最大化

消费者在关注车辆品质的同时,更关注购车后的使用体验。和悦A30在保障卓越品质外,为用户提供了最优的全生命使用周期成本管理方案,以最低的使用成本和维护保养成本,实现消费者用车价值最大化。百公里5.9升超低综合油耗,比市场同类产品油耗低15%,3年10万公里的使用里程可节约燃油开支近万元。(李 玉)

嘉里物流勇夺年度最佳区域货代公司奖项

提供具竞争力的服务和具成本效益的解决方案来支持客户的长远发展。Payload Asia Awards由1985年创办的Payload Asia杂志举办,是亚太区领先的航空货代刊物。此次奖项有30多家企业参与角逐,得奖者由亚洲杰出供应链学者、专家和客户选出。(常 乐)

SUV 车市谁能冲出当今乱局纵横天下



近日,《大秦帝国之纵横》在央视播出,引发观众的评议热潮,也勾起人们对那个七雄逐鹿、百家争鸣的黄金时代的无限遐想。对于观众而言,追看《大秦帝国》电视剧及原著,不仅因为其中有“合纵连横”的跌宕风云,以及邦交谋略的卓越智慧,更因为那个时代铸就了中华民族世代传承的精神内核。

这正如群雄并起、日新月异的中国SUV车市,新车首发、车型换代、中期改款层出不穷,紧凑型、中型、小型细分市场全面开花,一派大争之世的景象。不过,与乱世战国一样,在纷杂的表象之下,必然隐藏着一定的规律与端倪,谁能顺势而为,谁便能在乱世中纵横捭阖、屹立不倒!

群雄并起:SUV车市上演“全民皆兵”

战国时代最震撼人心的是什么?全民皆兵体制下的恢弘战争史诗无疑是其中之一。这的确像极了当下的SUV车市,福特、马自达、别克等“诸侯”雄心勃勃,丰田、日产、现代等“列强”信心满满,各品牌的动作之大,让人膛乎其舌,各个细分市场与厂家纷纷出招,SUV车市的精彩纷呈比战国乱世也不遑多让。

首发新车中,翼虎、翼搏两翼齐飞,成为福特抢占市场份额的重要棋子,跻身细分市场的热门车型。马自达CX-5以黑马的姿态成功搅局国内SUV市场,力图实现马自达的复兴。东风标致首款SUV标致3008高调进军,引来消费者关注。而奥迪也乘着Q5俏销全国的势头,紧锣密鼓地推出奥迪Q3,同样被市场寄予厚望。

换代车型也不乏亮点,刚刚完成换代的RAV4,于去年年初上市的第四代CR-V,正捉对厮杀,欲再度称雄SUV市场。去年年底首发的全新胜达全面革新,凭借内外兼修、均衡出色的品质,强力出击中型SUV市场。2013款别克昂科拉依靠“小昂科雷”的名头和超高性价比成为小型SUV车市的优等生,初露峥嵘。

除此之外,途观、IX35领衔的中期改款车型也席卷而来,汉兰达、途胜、智跑、狮跑紧随其后。其中途观以“智能”引领SUV市场新趋势,IX35则凭借“流体雕塑”的独特外观设计赢得消费者青睐。而智跑虽为狮跑的换代产品,但因为起亚车型定位的全面升级,使其与狮跑形成定位及

价格上的差异,两者以“左右开弓”之势抢占市场。

除了已经在市场上小有名气的车型,还有不少即将上市的新车呼之欲出,准备加入到这场SUV的乱世之争。上海大众斯柯达首款SUV野帝将在第四季度发布,继马自达CX-5之后的国产马自达CX-7也将于年底上市。而另一款重磅炸弹,第三代奇骏已经在法兰克福车展惊艳亮相,引进国内指日可待。

混乱之治:新生力量难撼强者

2013年,各大品牌的集体“变法图存”,不止带来了日益精良的新车,也对SUV各细分市场,尤其对集体扎堆的紧凑型SUV细分市场带来巨大冲击。随着市场的发展,SUV市场的现有格局或将面临重新洗牌,迎来一个“姹紫嫣红开遍”的新时代。

在中型SUV市场,汉兰达经过持续的市场发酵,终于迎来丰收季,改款后的新汉兰达销量大有井喷之势。此外,北京现代全新胜达异军突起,也向中型SUV的霸主地位发起进攻。新汉兰达、全新胜达的崛起,为蓄势多年的中型SUV市场吹来一阵清

风。我们也期待楼兰等实力车型能够发力跟上,共同开创中型SUV市场的盛世。

在近期话题颇多的小型SUV市场,翼搏、昂科拉的意外热卖,敲开了小型SUV的幸福之门。如今,小型SUV正如雨后春笋般大规模涌现,成为另一片蓝海。豪华品牌的下探,是SUV市场的另一大亮点。奥迪Q3二季度上市后持续火热,让上市多时的宝马X1相形见绌,这出豪华品牌下探的双雄会,值得进一步观摩和玩味。

不过,新生力量的加入和崛起,并未改变强者恒强的格局。途观、CR-V、IX35与逍客的领先优势一如既往。从2013年前三季度的SUV市场格局来看,途观、CR-V依然能维持双雄争霸的格局,强力领跑车市。现代IX35正续写辉煌,紧随其后。日产逍客也不甘示弱,交出一份不俗的成绩单,维持强者地位。这5款车型,堪称SUV销量榜单雷打不动的先发主力。

如东风日产旗下的主力SUV逍客,不仅在日本、美国屡屡创下销量神话,还曾在欧洲连续5年摘取SUV销量桂冠,力压排名第二的途观,甚至称霸“汽车王国”——德国。相关数据显示,逍客在全球的销量早已突破百万级别。而在中国市场里,逍客同样长期牢踞SUV榜单前列。进入群雄并起的2013年之后,逍客凭借超强实力,不仅稳稳地捍卫了其在国内的既有阵地,且在刚刚过去的9月,逍客还历史性地突破了40万辆大关,成为其所在细分市场中当之无愧的标杆车型。

大争之世:与时俱进方能纵横不倒

业内专家表示,随着强力车型的不断涌入与进化,以及中型、小型SUV两大细分市场的不断扩张,几乎可以断言,SUV市场这块决胜中国车市的兵家必争之地,正在进入充分竞争的大争之世。战国的历史早已告诉我们,天下大势,浩浩汤汤,顺之者昌,逆之者亡,唯有与时俱进者方能纵横捭阖。

在SUV的大争之世,首当其冲的就是产品线布局变革,大众、本田目前坚持的单一产品线战略将难以为继,而以日产、丰田领衔的集群作战将成为绝对的主流。比如东风日产,上有豪华跑车型SUV楼兰,中有智酷全能SUV奇骏,下有智尚全能SUV逍客,

构成了品类齐全的三剑客布局,还有途乐、JUKE等进口车为其助威,光在阵势上就占了上风。

而一旦进入市场实战中,东风日产3款SUV又能快速形成优势互补并凭借差异化定位,强势占领了各自的细分市场,发挥出集群优势,形成了竞争力一流的产品矩阵。同时,以集团优势征战SUV市场,也能有利于满足不同层次市场多样化的需求。针对不同特点的消费者,逍客、奇骏、楼兰3款车型的定位各不相同,产品力也各有特点,全面迎合了消费者各不相同的需求。

在消费者自我保护意识日益增强的今天,一款车的设计理念很大程度上决定了自身的成败。作为国内乃至全球SUV市场上当之无愧的风云车型,出身于日产欧洲设计中心的逍客,集轿车、SUV、跑车及掀背车设计元素于一身,开启了席卷全球的Crossover风潮,也是中国市场的首款跨界车型,堪称国内Crossover风潮的开创者,这也是其长盛不衰的主要原因之一。

而在车型同质化的趋势下,拥有突出的一技之长才能打动消费者。如逍客配备的AVM全景式监控影像系统,提供极致的泊车便利与观景趣味,足以令其傲视群雄。逍客的另一大杀手锏是与轿车看齐的超低油耗,这当要归功于MR20DE全球战略引擎、新一代XTRONIC CVT智能无级变速器、Eco Drive节能驾驶助手打造的黄金动力总成。

随着时代的演进,SUV市场的竞争正向纵深发展,进入比拼综合实力的时代。以第三代奇骏为代表的未来主流SUV,除了在目前城市SUV的“标配”上务须样样不落,如时尚的造型设计、人性包容的空间内饰、科技实用的行车配置、灵活可靠的驾驭体验、经济适用的用车成本,其在SUV最本质的越野性能方面也当大有作为,绝不应是只能在铺装路面游走的“面子货”,而是足以胜任一场说走就走的旅行。

2000多年前的战国时代,受苦的是黎民百姓。世易时移,2000多年后,SUV各品牌角力市场,最大的受益者却是消费者。至少,加价提车的末日将很快到来,至少,在这个公平竞争的大争之世,某些人不能再浑水摸鱼,因为唯有得“民心”者才能得“天下”。(张 伟)