

产业视点

产业资讯

“柏年康成公益行 同圆健康中国梦”公益活动 正式启动

本报讯 2014年2月25日,以“柏年康成公益行,同圆健康中国梦”为主题的公益活动在浙江杭州举行签约仪式。此次活动由柏年康成赞助,《杏林好养生》携手宁波声广健康等四大集团积极参与。

仪式上,《杏林好养生》主讲人、柏年康成公益大使于洋公布了此次公益活动计划。其中包括:将在青海、山西援建五所于洋爱心图书室;在吉林,援建三所于洋老人院;在陕西和天津,向环卫工人赠送2000个保温水杯、2000个口罩;在河南,捐助1000部老人机,让孤寡老人可以一键呼人救助中心。

柏年康成的责任心,杏林好养生的公益心,于洋的女儿心。心系大众利益,潜心社会公益。“三心二益”就是柏年康成品牌作为企业公民的社会责任感和使命感的诠释。(熊 欣)

微信催热社交网站 华硕服务器主板 Z9PR-D12 解数据难题

本报讯 微信、微博等网络社交形式丰富了大家的娱乐生活,但越来越多的用户信息也为互联网公司的数据存储提出了更高的要求。打造一套高性能、可扩展、海量存储的服务器平台对互联网公司来说至关重要。华硕 Z9PR-D12 服务器主板是高效型计算、大数据存数应用的理想选择,更满足未来的升级需求,藉由华硕强大的研发实力,Z9PR-D12 支持 AHCI/ PIKE 存储和两个英特尔网卡接口,打造出高可扩展性;支持新一代英特尔 Xeon E5-2600 处理器,采用 12-DIMM 插槽,高达 384GB DDR3 内存,带来出色的运算性能。此外,藉由最新的 ASMB6,用户可获得优异的管理性,使其成为 IP 数据中心、社交网络数据中心、网站托管应用的最佳选择。(小 真)

成长股仍是年内机会所在 下跌提供介入机会

本报讯 2月下旬以来以新兴产业为代表的成长股出现下跌。近期的经济数据显示,2月中采制造业 PMI 和官方 PMI 均下跌,制造业景气继续下行。这说明中国经济的去杠杆化还在持续之中,同时宽松货币政策也在退出。

工银瑞信信息产业股票基金经理刘天任说,蓝筹可能体现出估值修复、制度改革红利释放的行情,但“新兴产业讲的是转型,这是国家倡导的方向,业绩也渐渐显示出来。”

刘天任管理的工银瑞信信息产业从去年 11 月成立以来实现了优异的业绩,经历 2 月份以来大跌之后,仍实现了 13.6% 的回报(截至 3 月 13 日)。

新兴行业和成长股仍然有持续的机会已经成为目前行业普遍的看法,近期股市尤其是成长股的下跌为投资经理重新审视和介入这些股票提供了机会。(雪 真)

“超级最红星期五” 超市刷卡返 50%

本报讯 近日,交通银行信用卡中心发布了一则令人兴奋的消息,备受期待的 2014 年“超级最红星期五”已定于 4 月 18 日举行,当天持交通银行信用卡在全国指定活动超市刷卡购物,可享受当日消费金额 50% 刷卡金返还。“超级最红星期五”自 2012 年起举办第一届,今年已是持续第 3 年(第四届),对交通银行信用卡持卡人来说,每届的“超级最红星期五”都是一次刷卡狂欢,也为此充满了期待。

与以往不同的是,此次“超级最红星期五”最高返还上限从原先的 100 元调整至 200 元刷卡金。返还上限也分为三档,更为灵活和实惠:3 月 1 日至 4 月 10 日期间,只需 1 笔任意金额的有积分消费,在 4 月 18 日活动当天就可以最高返还 50 元;有积分消费满 3000 元,即可最高返还 100 元;满 10000 元,更适用 200 元刷卡金的返还上限,刷越多,返越多。趁着“金三银四”准备装修、添置家具电器、筹备婚礼的卡友,或者近期内有购置电脑等大件的持卡人,可以趁此机会集中刷卡。

为了让持卡人能更方便地参与活动,交通银行信用卡还在官方微博和微信发布了“超红十大守则”,通过诙谐有趣的方式提醒客户“千万要想到”参加活动前的一些准备工作。比如,可以用手机登录交通银行信用卡移动官网或微信,随时随地进行注册等等。此外,还有不少人在微信朋友圈看到消息后,表示想要办卡但担心是否来得及,建议可尝试交通银行信用卡的网络办卡方式,可通过电脑网络或手机的移动官网均可方便办理,最快 1 天就可以拿到卡,不用担心赶不上参加“超级最红星期五”。(魏 勇)

“没有 O2O 的展会不是好平台。”甫一落座,深圳爱展销网络有限公司 CEO 赵洋语出惊人。

日前,本报专门采访了从互联网向展会行业成功跨界的赵洋,就展会如何拥抱互联网、创新发展进行深入探讨。

宁波开了一个好头

众所周知,由于展会独有的经济带动效应,很多城市都将展会发展摆到非常重要的位置,纷纷出台产业发展规划和相应的扶持政策,掀起了展会经济新一轮的发展热潮。但与此同时,中国展会也面临着巨大的瓶颈,集中表现在软环境建设远远落后于硬环境的建设。

在赵洋看来,展会的本质就是搭建一个高效的商贸平台,平台的竞争不仅仅是规模的竞争,更是规则的竞争、市场资源的竞争、生态系统的竞争。但目前国内展会的运作模式过于单一,对于参展商和买家的服务能力没有与时俱进,导致每年平均客户流失率高达 25~45%。“那些正不断‘烧别人钱’的电商企业都知道,能否留住老客户将直接决定他们的生死。”

展会受到“规定时间、规定地点”的限制,如何才能继续保持竞争力,成了业界必须直面的问题。UIF 主席陈先进就认为,单一实体展会已经无法满足发展的需求,传统展会要与新媒体结合,利用互联网的优势去更新创造。

据赵洋介绍,全球领先的组展商,无不重视展会的数字化、网络化、智能化。美国

已有 31% 的会展企业举办了虚拟展会,整个“十二五”期间,全球虚拟会展市场容量将在千亿美元以上,中国在这方面的投入严重不足。

幸运的是,这个问题正在引起重视。比如《宁波市会展业发展专项资金管理办法》就在第十条明确规定,鼓励注册在本市的会展企业依托自办的贸易类实体展会,培育一个相应的虚拟网络展会,每年(届)予以 5~20 万元的资助。

“这是第一个明确落实资金资助网上展会建设的规定,表明了宁波市政府的前瞻性探索,给各地开了一个好头。前有滔滔历史发展潮流,后有专项资金的政策推动,相信互联网将以超出预期的速度改变整个会展行业。”赵洋说。

O2O 展会才是完整平台

刚刚过去的 2013 年可以说是 O2O 试航的一年,而随着 2014 年伊始阿里、腾讯、百度这些超级巨头先后发力,一场场“迎娶”好戏轮番上演,O2O 时代正式宣告来临。

作为一个互联网“老兵”,赵洋对此有着独特的感悟,“这一波 O2O 浪潮,不是一个概念炒作,而是一次实实在在的巨大的商业模式演化浪潮。马化腾说过,有时你什么错都没有,就错在太老了。一个行业稍微把握不住时代趋势的话,就非常危险,之前积累的东西就可能灰飞烟灭。创新,是每个行业需要接受的任务。”赵洋说,“站在全新的 O2O 时代,思考如何向 O2O 展会演进,是

事关展会行业存亡的大事。”

“目前,业界正不断涌现一些所谓的网上展会,这是个很好的现象,因为这说明展会人意识的觉醒。但这些网上展会,都只是简单陈列展商信息和产品图片,没有展会应有的沟通、互动,更没有大数据采集与商贸配对,非常不成熟。更要命的是,这些网上展会缺乏系统运营的思维,没能有效利用线上线下两个平台的联动,自然也就失去了持续发展的能力,更多流为了宣传营销的噱头。”

赵洋表示,展会只有彻底打通线上与线下形成全方位的闭环运作,全面拥抱互联网和 O2O 浪潮,才能形成具备竞争力的发展模式,享受下一个十年的发展红利。

O2O 展会,就是立足线下实体展会,构建网上展会平台,并通过专业化系统运营,实现线下平台与网上平台闭环运作的全新展会运营模式。只有 O2O 展会,才能真正沉淀参展商和买家资源,消除展前展后服务环节的缺失,并充分利用互联网与大数据全方位营销、拓展商机,形成具备强大生命力的专业商贸平台,组展商也可以从中挖掘更多的赢利和发展空间。

开放协作才能飞跃发展

在赵洋看来,展会要拥抱互联网,就应该真正具备“开放、分享、协作”的互联网思维,更加强调专业分工与资源整合。“展会行业在过去的运作模式都偏于传统,积累的互联网人才不多,对互联网的技术要求和运营要求的理解并不太透彻。如果寄希望于内

创维天赐 8 核电视 E510E 系列新品火热上市

配合 8 核顶配硬件设计,使 E510E 在频道及多任务切换时毫无延迟,真正实现“所触即所得”,用户体验极佳。天赐系统不仅仅是围绕电视开发端的技术创新,更重要的是,它采取基于大量的用户反馈,在应用开发者和强大的后台软件团队的沟通中,不断迭代升级、不断丰富应用,从而提升用户体验的互联网开发模式。重新定义的天赐 UI 最大限度缩短用户操作路径,使功能更丰富,而操作却更加简单。

E510E 不但在硬件上遥遥领先,在内容服务上也拉开同行不小的差距,不但拥有以

“直通好莱坞”模块所提供、数万部不断更新的电影、电视剧、综艺节目等影视资源,而且通过一键搜索,无需下载影视软件,就能聚合搜索广电网、互联网中任何影视内容并流畅播放,彻底解决用户片源问题。

不仅如此,创维新品还配置了无线 WIFI 热点功能,只需将网线插入电视,电视就变成了无线路由器,再也无需担心路由器无法覆盖家中所有角落,或蜘蛛网般的凌乱布线,只要一根线,一台 E510E,就满足在家无线上网冲浪的需求。

微信在当下已成为年轻人标配的社交

志高图谋智能空调全球领导地位

条件和抗风险能力。

志高选择成为技术领跑者的内在驱动力是什么呢?郑祖义用“弯道超车”四字作答。在空调业前 10 年,平均保持着 20% 以上的发展速度,到 2011 年开始减缓,空调业两极分化越发明显,格局趋向稳定。在这种成熟的环境中,志高唯有通过革命性创新才能在短时间内获得更大突破,以“颠覆性创新”来调整市场产品结构,以此来改变、提升志高品牌美誉度,才能更好地实现“造世界上最好空调”的终极目标和“弯道超车”的近期目标。

康佳开启社交 O2O 团购新模式

墙机会,更有可能获得康佳电视送出的现金红包;同时消费者所关注的品牌型号将计入团购范围,关注越多折扣越低。

该活动于 3 月 7 日正式上线,持续到 3 月 16 日结束。为配合这一创新性的营销活动,康佳电视投入大量资源,全国线下门店全部支持支持本次活动,活动开启四天发出近万张康佳电视现金券。同时,为了回馈粉丝的热情,康佳电视本次活动准备了 1000 枚现金红包,活动期间康佳电视全部热销型号每天团购折扣均创新低。它作为首次尝试大规模的线上线下联合促销活动,又是康佳电视在微信平台上创造出互动优惠的新玩法,同时也是康佳电视在 O2O 模式上的新尝试。

康佳电视以往在线上及线下的营销均

在一定时期内,领跑者通常亦担任着领导者的角色。带着民营企业与生俱来的强烈危机感,从 2012 年以来,志高努力地出了一系列组合拳,不断稳固其智能空调时代的领导地位。在云空调推出当年,志高就在全中国苏宁连锁店建立了多个云空调体验馆;第二年(2013 年),志高在全国重点城市举行了各种形式的云空调品鉴会。同年,志高于北京成功举办了云空调高峰论坛,在论坛上,志高空调董事长郑祖义发表了题为《做空调云应用的开拓者与领军者》的演讲。据

部人才的培育和系统的构建,将会错过最佳发展时期。”

深圳爱展销网络有限公司是首家 O2O 展会综合服务运营商,拥有一批来自网易、和讯、阿里巴巴等领先企业的互联网专家,为展会行业提供“网上展会搭建+O2O 综合运营”的专业服务。

据了解,其拳头产品“爱展宝”是业界首个实现“展洽合一”的网上展会产品,可以帮助展会轻松定制网上展会平台。其独有的“数字展示+商务沟通+商情服务+营销系统”四位一体的设计,加上商家认证、全程监测与大数据分析功能,为网上展会提供了广阔的运营空间,并为展会真正实现线上线下联动奠定了良好基础。

爱展销还基于爱展宝推出一系列运营服务,帮助展会完成 O2O 改造,实现网上展会与实体展会“一展双核、双轮驱动、协调发展”,系统提升展会的综合竞争力和盈利能力,为组展商创造商业价值重估的机会。

“我们对自己的定位非常明确,就是专注展会网上平台建设和 O2O 运营服务,做展会行业的送水人,而不是越俎代庖。”赵洋说,“如果说十年前的阿里巴巴构建了一个‘让中国人做全世界生意’的平台,那么,今天的爱展销,就是要与组展商同心同德,将展会培育成为‘让专业人士做专业生意的平台’。”(魏 勇)

产业亮点

工具,可很多孤独留守的老人们并未享受到科技所带来的幸福感。而 E510E 的微信应用,只需简单的将智能手机通过扫二维码与电视绑定,远在千里之外打拼事业的年轻人就能随时与家乡的父母便捷沟通。

在彩电行业智能化、互联网化的变革浪潮中,创维以提升用户体验为着力点不断推出重磅产品。E510E 系列以极致工业化制造工艺为构架,以“用户价值最大化”的互联网精神为内核,将强大的硬件配置,炫酷的工业设计、简易的操作系统以及丰富的内容有机融合,给用户带来完美操控和观看感受。(冉 荷)

知情人透露,今年(2014 年)由志高主导的云空调标准有望出台。

据志高内部消息人士透露,志高空调董事长郑祖义博士在志高集团全体主管会议上,对主管干部们铿锵有力地宣布,志高要成为全球智能空调的名片,更要成为智能空调时代的第一品牌。而云空调产品从推出至今,已经推出多代新产品,市场反响良好。由此可知,志高将在较长时间内不仅要成为空调智能化时代的领跑者,更将追求成为当之无愧的全球领导者。(子 珍)

线交易任何一种单一的模式,而是通过联合各方资源进行营销,更容易实现消费转化。

相比以往单纯线上或者线下的促销作用,康佳电视借助微信挖掘新的营销价值,即在促进销量的基础上带动粉丝互动,提高粉丝活跃度。康佳电视试水微信或许为企业带来新的启发:一张优惠券,一个微信团上墙,让产品带动粉丝关注。

此外,这一合作模式同样拥有可复制性,这对于电视行业来说也具备借鉴价值,如果与当下大热的社交媒体微信捆绑,期待更多新鲜玩法,把握新的移动互联网时代下营销新契机。

更多资讯尽在康佳电视官方微信,扫一扫让沟通更贴近。(玲 玲)

视。作为带有浓浓“中国风”的 3D 智能电视,观韵在外观上真正实现了别出心裁。不但其设计风格中添加了中国风的元素、让人耳目一新,而且 LG 这一款电视新品“观韵”所承载的中国韵味,曾获得世界工业设计最高奖项——德国红点奖的垂青。(张 一)

产业平台

此外,LG 还将展出升级版的“观韵”电