

土地流转服务体系发布

三大创新亮点引人瞩目

农村土地经营权流转是事关农业发展的一件大事,也是深化农村改革的一项重要内容。为积极稳妥地推进土地流转工作,实现习主席建立全国性土地流转交易网络的构想,同时也为了更好地维护农民切身利益、提升农村土地的效益价值,土流网日前在北京人民大会堂举办了创新型土地流转服务体系推介会。

本次推介会受到农业部、湖南省农村工作部、湖南省农经局、永州新田农经局、岳阳县农经局、汉寿县农经局等相关单位的大力支持。推介会主要包括以下几项重要内容:土地流转政策解读、湖南省农经局和土流网共建免费土地流转服务体系发布、湖南土地承包经营权抵押贷款试点介绍、土流网新产品发布、宣布引入盛大资本5000万元投资、中国土地流转市场研究报告发布及土流网土地流转指数启动。

体制创新:政府指导+企业协助

土流网作为政府公益性土地流转服务组织外的民间土地流转服务机构,自愿接受湖南省农村经营管理局的监督管理,启用“政府指导+企业协助”的新模式,将原有的信息发布平台升级为公益性土地服务平台,免费为农业投资者、农户提供包括发布土地

供需信息、获取土地资源、销售土地资源、销售土地等服务,率先在湖南省创建全国首个省级土地流转服务产业链。

按照这一合作模式,土流网总部所有工作人员、土流网全国102家分公司和新开设的分公司成员均接受湖南省农经局的培训,学习湖南省最先进的土地流转经验和法律政策;土流网线下土地流转经纪人的工作接受农经局的监督和指导。此外,土流网还在主站开辟土地流转问答、百科、新闻资讯专栏,并保证信息及时更新;在土地信论论坛开辟土地流转专区,邀请农经局领导担任版主解答土地相关问题。

方式创新:抵押、保险、竞拍多管齐下

近年来,国家出台一系列农村信贷政策,以活跃农村金融市场、推动农村经济的快速发展。土流网积极相应政策号召,面向广大农民朋友提供土地价格评估、土地抵押担保、农业保险、土地竞拍等互联网创新金融服务,开创了土地经营权抵押贷款的“土流金服”模式。作为被正式引入的民间“第三方”,搭建了湖南省首个担保中介平台,与相关政府部门、金融机构一起成功解决了土地承包经营权贷款中估值、变现两大难题。

目前该模式在岳阳、汉寿等多地试点成功,分别帮助两地几十户农民用土地承包经营权抵押到了2460万元和1700万元的信贷资金。而且“土流金服”采用的是互联网模式,融资成本低,可以为农民提供低至1%甚至免费的低利率担保,远低于市场行情的3%。

为进一步完善土地承包经营权抵押贷款中的风险防控机制,土流网还与国内某知名保险公司签订战略合作协议,利用双方在服务“三农”领域的优势,进一步探索分散农业风险和解决农村“贷款难”问题的有效途径,共同建立风险分摊机制。

土流网和该保险公司以涉农信贷和涉农保险合作为依托,通过市场之手,将“贷款+保险”的新型还款保证保险模式引入土地流转贷款中。双方重点在贷款抵押质押保险、涉农保险保单质押贷款、涉农贷款保证保险以及支持农村信用共同体建设等方面开展合作。对满足“三农”金融服务多元化、多层次需求、合力推动农村金融创新发展向深层次推进有着重要意义。

工具创新:千元涉农产品免费用

土流网GPS测亩仪面向社会全免费推出,软件测量精准、误差较小,而且还提供

亩、平方米、公顷等常用土地面积测量单位的选择与转换,操作起来极其方便。土流网GPS测亩仪是利用智能手机的GPS模块开发的手机应用,采用GPS信号结合基站测量技术,启动该软件后只需围绕土地一圈就能获取土地的实时面积、坡度、周长、海拔等土地基本信息。农民在土地确权过程中,可以用最低的成本获得土地最真实的面积,对保护农民权益有着重要的现实意义。

以前农民测量土地面积都用测绳,这样不仅测量麻烦,误差也很大。后来,虽然随着“计亩器”、“测亩仪”等工具的普及,提高了测量的效率和准确率,但农民却要花费千元左右的价格来购买设备,这对部分收入本来就不高的农民来说几乎是“天价”。

此外,土流网还免费推出了查地价和农村自动估价系统,通过查地价和农村自动估价软件,用户能知晓各地区农业地均价及一段时间内的价格走势。农民做到对自己的土地“心中有数”,在一定程度上减少土地流转中的价格争议问题。

(沈海燕)

自主品牌

慧聪网净水行业品牌盛会举办

本报讯

由慧聪网净水网主办的“浩泽杯”2014年中国净水行业品牌盛会在北京举办。活动自6月启动以来,吸引了1300多家企业报名、通过网络投票、经销商投票、专家评审等方式,历时半年的紧张角逐,最终美的、沁园、安吉尔、浩泽、开能、3M、海尔、汉斯希尔、百诺肯、四季沐歌、太阳雨、荣事达、东研、汉斯顿、金利源、水立方、万泉达、千野、深圳陶氏、柏繁、三角洲、碧丽、深水海纳等品牌脱颖而出获得殊荣。

慧聪网合伙人仇德勇表示,2014年是中国净水行业高速发展的一年。在中国净水行业产业峰会——领袖对话,行业一线品牌大咖,齐聚一堂,头脑风暴、畅谈中国净水行业的现状与未来。品牌盛会活动期间,慧聪网净水网携手友成基金会,共同发起“以爱净水”公益计划,关爱贫困地区儿童饮水安全,给孩子一个健康纯净的童年。

(袁 杨)

大众点评战略投资食为天信息

随着互联网对餐饮业的渗透不断加强,餐饮业信息化2.0的时代马上来临,线下餐饮管理系统,包括POS、CRM、ERP的餐饮业信息化1.0已经逐渐被移动互联网渗透,餐饮企业发展互联网餐厅,主动拥抱互联网的需求越来越强烈。日前,大众点评与食为天信息(黑马软件)宣布,大众点评已战略入股食为天信息,投资后在食为天信息的持股占比将超过10%。此次的合作,是双方精诚合作的起点,也是双方快速发展的一个里程碑。

据了解,食为天信息经过21年的奋斗,在中国大陆设有26个办事处,客户总数量超过7万多家。其中,餐饮百强企业近百家,一直稳居中国餐饮管理软件供应商之首。同时,是国内首家与全国200多所高校开展校企合作,携手推进餐饮、酒店信息化的企业。

大众点评首席战略官姜跃平表示:此次战略投资食为天信息,将做到线上揽客,线下服务达成交易。即大众点评通过核销、订座、点菜、预订、外卖、验券、CRM等自身的线上数据与食为天信息完善的线下数据系统实现互通,让数据在O2O这个体系中流动,使得食为天信息从线下软件向与移动互联网充分连接的SAAS解决方案提供商转变,实现互联网与实体店的深度融合与多方互动。

此次战略合作,食为天信息不仅推出了单机版的免费版本,以及SAAS收费的其他版本,还推出了全新的用餐体验——自助点餐,帮助餐饮企业优先抢占下一个风口。自助点餐系统是是现代信息化餐饮行业管理而量身打造,融合了平板电脑自助点餐的高科技手段,顾客自行通过平板电脑自助点餐

系统进行点菜,取代由服务员点餐的传统模式。同时,食为天发挥深厚的线下资源优势,通过和大众点评和腾讯微信合作,推出了具备互联网产品与营销能力的互联网云餐厅,帮助餐饮商家同时覆盖服务亿万大众点评和微信用户。云餐厅通过微信自助点餐、微信支付、微信会员卡、精准营销等全方位的提供系统支撑和运营辅导,提高了顾客的点菜效率,节省运营成本,提升运营效率同时也加强了对顾客的联系、放大品牌效应,拥有稳定、持续的客流。

食为天信息CEO罗捷斯表示:互联网餐饮将成为未来餐饮界的主流,未来已经到来,只是现在还未普及。两种不同的餐饮O2O模式,大平台引流以及餐厅自身微信O2O,都将给餐饮企业带来一场新的革命。

(李 文)

豪取1.41万销量创单月纪录 上市累计破10万大关

勇夺城市SUV销量冠军 新奇骏“轰炸”SUV车市



年末激战,SUV车市风云突变!2014年11月,东风日产新奇骏火力全开,以14121台的月度销量,一举创造了三大纪录——车型单月最高销量、首夺城市SUV销量冠军、最快突破10万大关的SUV。新奇骏如此优秀的表现,可谓投下了一颗重磅炸弹,城市SUV市场因此再酿剧变。

产能释放,新奇骏夺魁城市SUV市场

11月取得14121台的销售佳绩,让新奇骏堪称年末SUV车市的最大赢家。在城市SUV市场中,新奇骏11月超过了大众途观,在以往“坐二望一”的基础上,成功登顶城市

SUV市场,兑现了亮相之初“敢叫SUV市场换新天”的豪言壮语。与此同时,新奇骏夺得城市SUV销量桂冠,更让技术流车型成了细分市场的绝对统治者。

从CR-V、RAV4等车型的销量表现来看,技术流与舒适派之争在分出胜负之后,已出现了不可逆转的鸿沟。而新奇骏,凭借过硬的技术实力,以迅速爆发的市场表现,强势引领技术流产品在天王山之战中大获全胜。这一含金量十足的成绩,是新奇骏强大竞争力的最佳印证,也是它夺取市场绝对话语权的重要背书。

值得一提的是,新奇骏刷新单月销量纪录,很大程度上归功于东风日产大连工厂投



产,大幅度提升了新奇骏的产能空间。随着大连工厂逐渐进入全速运转状态,新奇骏的市场当量将进一步释放。新奇骏接下来的市场表现值得期待。

再创“奇”迹,“奇骏速度”破10万

新奇骏创造单月纪录及夺得城市SUV销量冠军,“轰炸”整个城市SUV市场。与此同时,新奇骏上市至今短短8个月的时间即斩获100940台销量,成为最快达成十万销量的SUV,在近年的市场中堪称奇迹。

回顾上市以来的表现,自3月底本色登场,新奇骏便一路飙升,首月即以9130台的成绩斩获近万销量,并创下单日近1200份的订单记录;上市百日,新奇骏便突破3.5万台,订单超过5万份,一举打破城市SUV群雄割据市场;在传统销售旺季“金九银十”中,新奇骏也凭借月均超过1.2万台的销量延续一直以来的强劲势头,成功实现销量、口碑的双丰收;而且新奇骏单月销量连续过万,牢牢占据了城市SUV区隔销量前三的地位,更在11月力压“神车”大众途观夺魁。更为重要的是,新奇骏创造的“奇骏速

度”令人惊叹——从上市之初的月销量9130台到如今14121台、8个月累计销量破十万,频频刷新纪录的势头依然不减。相信,11月的月销量突破只是一个开始,新奇骏的后劲会更足!

产品全能,营销给力 本色时代或将来临

新奇骏前无古人的飞跃式表现,得益于强大的产品支撑和一系列创新营销的助力。人尽皆知,新奇骏以“城市+越野”双向全能的本色产品力傲视群雄,在同级中“代差”优势明显。

作为东风日产的年度战略车型,新奇骏以3A公路稳行系统实现了精准、舒适的过弯,把SUV的城市性能提升到了堪比轿的高度,一改SUV产品驾乘感受粗糙的形象。

与出色的城市性能相比,新奇骏在越野性能上更是无人可比。新奇骏继承了上一代奇骏的强悍越野性能,以4×4-i智能全模式四驱系统为核心,集YMC动态扭矩系统、B-LSD电子制动差速锁、上坡辅助系统、陡坡缓降系统等尖端科技于一身,形成强大的

超级四驱系统,具备全地形征服的越野能力。

除了产品“给力”,东风日产还为新奇骏打造了一系列创新营销活动,助力新奇骏在市场上过关斩将。

新奇骏的创新营销活动均围绕“本色”精神内核展开,与本色产品力充分结合。如上市前夕的丽江试驾,以“都市脱逃”之名,将新奇骏的本色产品力昭示天下;3月26日黄山本色上市,并宣布成立本色圈,开启了新奇骏的本色之旅。随后,东风日产与天津卫视联手打造的新奇骏《秘境》,以拟人化的形式直观呈现了新奇骏的本色产品力。

值得一提的是,东风日产9月举办的“勇闯无人区”全国媒体越野挑战赛活动,以大漠中的全地形路况,将新奇骏的越野性能发挥到极致。同时,活动还成立了“本色圈奇骏社区”,开创了“先社交,后营销”的全新营销模式。

有本色产品支撑、本色营销助力,新奇骏的辉煌表现自是情理之中。如今,新奇骏又凭借11月销量开启全新征程,未来能否终结新双雄格局、开启本色时代,交给时间去验证!相信,新奇骏一定不会停止前进的步伐!

(刘 琳)

