



产业视点

LG发布全球首款便携式乐流Wi-Fi产品

本报讯 2015国际消费电子展(CES)上, LG电子将向全球影音爱好者展示其新款乐流Wi-Fi系列产品。该系列产品包括该公司的首个内置电池的便携式Wi-Fi音箱、升级版Wi-Fi条形音箱和3D蓝光光碟。该系列产品可与Android和IOS设备兼容。

LG的乐流Wi-Fi系列产品可独立使用或者与同一家庭网络中的任何智能设备连接,通过先进的无线网络和双带Wi-Fi(2.4/5GHz)技术提供无缝音乐体验,而传统蓝牙音箱只能与约七米以内的设备连接。与其他无线音箱不同,用乐流Wi-Fi系列音箱,使用者在接听电话时,来自智能手机的音乐不会中断。用户也可通过供应商Spotify、Deezer、Napster和TuneIn等数字音乐流服务设备试听音乐。

LG乐流Wi-Fi系列能支持更智能的功能,让使用者有更加方便舒适的体验。当手机离音箱一英尺以内时,智能手机中的音乐能在LG乐流Wi-Fi音箱自动开始播放。所以,在乘地铁回家的路上,你可以用耳机听音乐,而当你进入家里的客厅时,客厅里的条形Wi-Fi音箱将自动播放你正在听的音乐。

“LG乐流Wi-Fi系列产品的灵活性和高品质能提供传统音响系统迄今难以达到的听觉体验。”LG电子黑电事业部高级副总裁闵秉勋(Byung-hoon Min)说。“通过HomeChat, Wi-Fi功能和强大的音频输出功能,我们的乐流Wi-Fi系列是智能音箱系统所能提供的服务的一个缩影。” (张一)

美立方推出“29元存行李安心回家过年”主题活动

本报讯 一年一度的春节返乡大迁徙即将到来,除了抢购车票以外,行李寄存是困扰北漂一族的现实问题。12月22日,北京美立方自助仓公司召开新闻发布会,公司创始人兼CEO冯蕾女士宣布:即日起,美立方首家推出“29元存行李,安心回家过年”主题活动,为春节返乡的人们解决后顾之忧。

据了解,把临时不用的东西付费存放在自助仓储公司,这在西方早已成为一种成熟的生活消费方式。但在国内,由于自助仓储行业进入中国较晚,行业概念较新,在推广上也面临着各种挑战,加之人们固有的生活理念和消费观念尚待更新,导致这种便民服务还未能被大多数人所知晓,也难以体验到这种私人物品存放服务的安全与便捷。美立方自助仓此次推出的“29元存行李,安心回家过年”,以前所未有的亲民价格,为更多的大众提供了切实可行的物品寄存解决方案,同时也在业内首次开启了自助仓普及的大门。(魏勇)

如新创星学院常驻澳门

本报讯 2014年12月20日是澳门回归祖国15周年纪念日。在回归的15年里,澳门经济不仅成功扭转了回归前不断下滑的局面,更是取得快速增长,据今年8月中国新闻网报道,从2000年到2013年,澳门经济总量由490.2亿澳门元增至4134.7亿澳门元,人均产值由1.4万美元增至8.7万美元。

2014年NU SKIN如新集团迎来了自己30周年,NU SKIN大中华区域副总裁暨华南总裁郑重表示:“澳门拥有开放的平台、便利的交通、多样化的会议场所及设施,其完善的基础设施以及会展从业人员高水准的专业素养等优势吸引了我们将创星学院常驻澳门。”

郑重还表示:“NU SKIN如新一直决心在中国做一个能够持续发展的百年企业,在长期发展中回馈社会。” (小丽)

起亚2014年顾客感动年成绩斐然

本报讯 “顾客感动不是一朝一夕可以实现的,需要持续努力,不断去超越顾客期待,才有可能实现顾客感动。”这是东风悦达起亚越南永总总经理2014年常常说起的一句话。东风悦达起亚继续深化执行“顾客感动”战略第二阶段经营方针,从“顾客感动”出发,实现顾客价值、产品价值和品牌价值的全面提升,让感动进一步升华,在中国汽车市场取得了斐然成绩。新的征程,不变的追求。2015年,“顾客感动”战略将迈入第三阶段,东风悦达起亚将在汲取过往丰富经验的基础上不断进取,精益求精,以“顾客感动”为目标打造企业持续发展竞争力,相信必定能够表现出色,圆满完成74万台销售目标。(雪真)

声明

北京恒泽远文化传媒公司不慎将营业执照副本(1-1)丢失,注册号:110105008580915,特此声明作废。

大众点评改革一年 业务收入全线增长

2014年初,大众点评明确了“上接流量、下接服务”的平台化战略,为了更好的将平台化战略落地,大众点评随后开始大幅调整内部组织结构与业务单元,由高度集中走向平台化,成立推广、交易、预订、结婚、酒店旅游等独立事业部深耕垂直行业,而推广、预订、团购等产品功能又横跨多个事业部。如今到了2014年末,大众点评收获亮眼成绩单,业内人士分析,高速增长的数据正体现了大众点评平台化效应的释放。

大推广单月订单过亿,O2O效果广告产品每月收入翻番

2014年,大众点评大推广业务(包含推广业务和结婚业务)单月订单超过亿元,12月订单相比年初增长3倍。

大众点评在第四季度推出了O2O效果广告产品,商户可以不受时间和广告位置限制,灵活获得更多品牌曝光。例如,通过广告产品,南京餐饮商户“狮子楼”的曝光量在15天内提升超过2倍,同期团购交易额提升幅度超过1/3。因其推广效果精准高效,O2O效果广告产品在商户之间迅速风靡,推出仅仅三个月内,收入每月翻番,达到千万级。

餐厅在线预订商户数赶超Opentable

2014年,大众点评通过“在线预订”产品帮助一二线城市的用户逐渐养成了提前订座的习惯。在一二线城市,通过大众点评订座的订单最高占到商户店内所有预订总量(包括电话预订)的90%以上,线上预订量平均占到商户总预订量的60%以上。

通过大众点评“在线预订”产品,商户的整体效率也大幅提升。例如,餐饮商户“唐宫”自2月上线“在线预订”产品后,预计到年底通过“在线预订”实现的销售累计达1500万元。2014年,大众点评“在线预订”产品覆盖商户数已达近3万家,是年初的3倍,这一数据与全球最大的餐厅预订公司Opentable在北美地区的合作商户数接近持平。今年,大众点评预订业务营收增长超过15倍。

酒店覆盖全球50万家,海外信息覆盖200个热门旅游城市

2014年年初,大众点评切入酒店旅游领域,计划打造中国最大的酒店信息平台,主要为用户提供酒店信息查询以及优质的海外自助游产品。2014年年底,大众点评已覆盖全球近50万家酒店,覆盖酒店数量

相比年初增长近10倍,仅仅在国内,大众点评酒店旅游业务覆盖350多个城市,在全国排名第一。截至12月,大众点评酒店预订单量是年初的6倍,酒店预订业务营收则是年初的5倍。

除了国内,大众点评的拓展脚步还遍布海外。截至2014年12月,大众点评海外信息覆盖全球200个热门旅游城市,收录的有星级有图片的优质商户数相比年初增长了10倍,而大众点评海外用户数时也不断扩大,已达年初的近4倍。

电影出票量年增30倍,覆盖影院数居全国第一

2014年,大众点评发力电影领域,同样成绩亮眼。截至2014年12月,大众点评提供在线选座的影院达2000家,覆盖城市近300个,市场覆盖率在全国居首。

越来越多的用户选择在大众点评购买电影票。截至12月,大众点评在线选座数量(出票量)是年初的30倍。除了发力电影票房,大众点评电影业务还向行业上游延伸,在青春贺岁大片《匆匆那年》中,大众点评CEO张涛还担任了电影的联合出品人,

惠达卫浴联手宜居中国联盟推出“千县万镇”计划

宜居中国联盟2014年会于12月16日在北京举行,来自地产开发、建材家居、养老健康、旅游休闲及文化产业等领域的行业代表、专家近百人出席了论坛。作为宜居中国联盟创始企业的惠达卫浴在会上首次发布了“千县万镇”计划,引起与会者极大兴趣与热烈反响。

惠达卫浴副总裁杜国锋介绍说,“千县万镇”计划的目的是依托国家新型城镇化战略,面向县镇市场,联手联盟成员,打造新的建材家居销售平台,为尚未使用上现代卫浴产品的7亿消费者提供绿色卫浴家居产品。他说,为了实现这个目标,惠达卫浴将牵头组建异业联盟,共建渠道,共享品牌影响力,共享客户资源,共享市场推广资源。从2015年开始快速布点,全部覆盖具有开发价值的全部县级市场;2016—2017年,大规模开发镇级市场,冲击“万镇”目标。

宜居中国休闲与养老联盟会长王彦庆介绍说,宜居中国联盟于2009年启动,致力于推广住宅产业化以及绿色建材的理念,打造地产建材家居行业上下游企业合作产业链。得到了住建部住宅产业化促进中心、中国房协、中国建筑装饰协会及主流媒体的大力支持,参与企业包括房地产开发、规划、设计、建立、施工与装修、物业、建材部品企业等数千家。他说,迄今为止,联盟的活动可以分为三个阶段。2009年至2011



图为惠达卫浴总裁王彦庆(右一)、上海交通大学安泰经济与管理学院副院长吕巍(左二)、中国社科院舆情实验室首席专家刘志明(左一),向与会合作伙伴授牌

年为第一阶段,主要致力于推广住宅产业化以及绿色建材的理念;第二阶段是2012至2013年,重点配合国家公租房建设工作,大力推进宜居理念;第三阶段是2013年到现在,养老事业成为了联盟事业的焦点。在此基础上组建的宜居中国休闲与养老联盟,以建立跨平台合作的宜居中国生态圈为宗旨,横跨绿色建材产业、养老健康产业、旅游休闲产业和传媒文化4大产业板块,合作联盟企业及机构近万家。

宜居中国联盟创始人刘志明说,为配

合“千县万镇”计划,联盟将搭建3个业务平台为成员企业提供服务。一是传播平台,利用联盟现在拥有的全媒体资源、自媒体资源为成员提供整合传播服务和危机管理服务。二是公益平台,集合联盟的力量,以众筹的方式开展公益活动,以获得更大的社会效果。三是智库平台。整合各方面资源成立宜居中国研究院,

为联盟成员进入县级市场,提供咨询、传播、营销等综合解决方案及整合服务。(小丽)

陕汽重卡携手新疆伊昊鑫开展“爱心衣橱”公益活动

日前,严寒中带着浓浓的雾气,挡住了人们外出的脚步。然而,陕汽乌鲁木齐办事处、新疆伊昊鑫携手“爱心衣橱”慈善组织不畏严寒已经提前到达目的地,在陕汽伊昊鑫4S店开展“心暖新衣”分装活动。

目前,新疆地区已是零下20多度,冬季长达6个月,漫长的冬季让很多人难以忍受,尤其对于贫困家庭而言,更是雪上加霜。陕汽重卡作为一家肩负社会使命的企业,此次活动旨在为贫困儿童送去寒冬衣物,解决他们生活困难的同时送去温暖,让他们在冬季不再感到寒冷。

所有参与人员都精神饱满,热情高涨。7个公益机构志愿者代表参与分装工作,越野E族提供车辆、城内支援,爱心人士阿比达负责长途运输。大家按照要求开箱(清除箱内干燥剂,避免孩子误食)、清点数量、按照不同颜色和型号分类装箱一气呵成,最后,由男同志将封装好的箱子再次堆落码放整齐,场间在一派紧张、热烈、有条不紊中进行着……

工作时,大家把棉服脱掉了,就连毛衣也脱掉了,但是额头上仍然冒起了热气,脊背上仍然流淌着汗滴。整整半天的时间,大

家连一口水都顾不上喝,只是希望孩子们能够早一天穿上御寒的新衣裤。

经过大家一早上的辛勤工作,募集的2027套爱心冲锋衣打包完毕,近期将陆续送到新疆伊宁地区、克州地区山区贫困孩子手中。

其实,陕汽回馈社会、传递关爱的社会活动已经形成常态化,为留守儿童送温暖、卡车村文化下乡活动、为重卡司机免费义诊等等,数不胜数,陕汽重卡必将继续传递社会正能量。(小民)

创维专利“E900”荣获中国外观设计金奖

日前,第十六届中国专利奖颁奖大会在北京隆重举行。在本届中国专利奖评选中,由创维创新设计中心主持完成的外观设计专利“电视机(E900)”荣获第十六届中国外观设计金奖,这是创维首次获得中国专利金奖,成为第二个获此殊荣的彩电企业。

据了解,中国专利奖颁奖大会由国家知识产权局和世界知识产权组织共同主办,旨在表彰推动技术(设计)创新和促进经济社会发展做出突出贡献的专利权人、发明人和设计人。

“E900”外观设计专利号为ZL201230649223.2,发明人是创维彩电事业部研发总部工程师彭丽媛女士,深圳创维-RGB电子有限公司为其专利权人。这款产品的外观从中国文化空竹和现在的飞机引擎找寻灵感,提出的设计理念不仅让电

视音质媲美Hi-Fi音质,而且超出消费者预期的呈现出极度时尚的超薄超轻电视产品。可以说E900在社会趋势、市场需求及商业价值上通过设计做了完美诠释。目前E900系列电视产品已经成为创维的形象产品,深受消费者青睐。

中国专利金奖是我国专利领域的最高奖项,需经各地方知识产权局、国务院有关部门和单位、有关全国性行业协会,以及中国科学院院士和中国工程院院士推荐,并由中国专利奖评审委员会评审、国家知识产权局和世界知识产权组织审核,评选标准不但要求专利技术(设计)创新水平高,还要求实施取得较好的经济效益和社会效益,同时强调专利权得到了较好的保护等。

创维同时申报的发明专利“采用机顶盒适配器实现的数字电视一体机及其方法”

(专利号:ZL200810067833.4,专利权人:深圳创维-RGB电子有限公司,发明人:白骥、乔木、李坚、朱建文)获得第十六届中国发明专利优秀奖,创维已经连续两年获此殊荣。

随着世界经济的发展和全球化进程的加速,科技创新正在持续助力企业的发展,知识产权则日益成为企业提高竞争力水平的新引擎。创维作为一家以科技创新为动力的企业,在企业发展的关键节点上获得了中国专利金奖和中国发明专利优秀奖两项殊荣,对创维知识产权工作也是一个很大的激励和鞭策。

(冉荷)

在电影上映后的短短5天内票房突破3亿,轻松进入2014年2D影片年度票房排行榜前10名。

大众点评2014年亮眼的成绩单背后,实际上是公司整体氛围的改变。张涛曾表示,“O2O是一个又脏又累又苦的行业,其中效率提升是实现快速增长的关键。”除了提升效率,2014年,大众点评从微软、阿里、腾讯、百度等知名互联网公司引进了大量优秀人才,为公司的快速发展提供保障。

截至2014年第三季度,大众点评月活跃用户数超过1.7亿,点评数量超过4200万条,收录商户数量超过1000万家。大众点评月综合浏览量(网站及移动设备)超过80亿,其中移动客户端的浏览量超过80%,移动端用户累计独立用户数超过1.8亿。

目前,除上海总部之外,大众点评已经在北京、广州、天津、杭州、南京等130座城市设立分支机构。(魏勇)

产业亮点

工银瑞信研究精选 两月回报16.9%

本报讯 A股上涨普惠基金投资者,那些在第四季度认购了新基金的投资者也普遍取得较好的收益。Wind数据显示,四季度以来成立的次新偏股基金大部分获得正收益,在可比的65只次新偏股基金中,有44只获得正收益,其中工银瑞信研究精选成立两个月即获得16.9%的回报,为认购投资者贡献了丰厚的收益。

工银瑞信研究精选是由工银瑞信研究总监宋炳坤,副总监杨柯强强联合执掌的基金,该基金的投资目标是通过持续、系统、深入、全面的基本面研究,挖掘具有长期发展潜力和估值优势的上市公司,实现基金资产的长期稳定增值。

Wind数据显示,从10月23日成立以来到12月25日,在短短两个月内,工银瑞信研究精选的回报达到16.9%,折合年化回报达到143.7%。(小丽)

2014年“助学·筑梦·铸人”主题征文系列活动评选揭晓

本报讯 日前,由全国学生资助管理中心、中国银行和中国青年报社主办的“2014年度‘助学·筑梦·铸人’主题征文系列活动”在北京交通大学举行颁奖典礼。

典礼现场揭晓了征文活动最终的评选结果,来自东北师范大学的张国娟获得特别奖,北京工业大学的阿丽耶·如苏力等10名同学获得文字类一等奖,安徽理工大学的邓有富等50名同学获得图片作品优秀奖,安徽省学生资助管理中心、安徽大学等86家单位获得活动组织奖。

中国青年报社党组书记、社长、总编辑在活动现场表示:“让每一位同学都实现梦想,获得机会的最佳途径就是更加公平的教育。正如此次征文系列活动的主题一样,因助学而筑梦,因筑梦而铸人。通过助学贷款政策搭建的阶梯,让更多的寒门学子能够获得走进大学的机会,同时也收获了勇气 and 希望,实现了长久以来他们心中的梦想。这些实现梦想的学子们又怀着感恩的心用优异的成绩来回报学校和整个社会。”

据了解,从2008年开始到2010年,中国青年报在教育部的指导下,发起并联合多家媒体成功举办三届“助学政策?助我成才”系列报道暨征文活动,取得良好社会反响。2013年“助学·筑梦·铸人”主题征文系列活动共收到来自全国1000多所院校的7万余件征文。(冉荷)

牛熊切换 长盛基金全线开花

本报讯 岁末将至,在“蓝筹暴动”之下,公募基金年度排名激战正酣,若最后几个交易日市场风格急速转换,最终谁执牛耳尚未可知。从近一月公募基金业绩排名可以看出,有不少的新面孔加入争霸赛,但大部分今年以来保持领先的“牛基”地位仍然难撼动。

此外蓝筹和新兴成长的对垒,也在考验基金公司整体作战能力。从11月21日降息此波行情启动以来,由于市场风格切换较快,绝大多数大型基金公司未能及时跟上节拍,而部分基金公司充分发挥偏股型产品优势搭上了顺风车,其中长盛基金延续今年来的收益领跑态势,在牛熊切换中旗下权益类产品收益持续攀升,十余只产品收益超过30%,实现全线开花。(雪真)

产业平台