



产业资讯

2014-2015全球领先品牌
Global Top Brands
颁奖典礼举办

本报讯 1月6日,2015国际消费电子展(CES)在美国拉斯维加斯国际会展中心盛大开幕。同日,由美国国际数据集团(IDG)主办的“2014-2015全球领先品牌 Global Top Brands”颁奖典礼也同期隆重举行。IDG首席执行官 Michael Friedenberg 先生亲自揭晓了“2014-2015全球领先品牌 Global Top Brands”的各项大奖榜单,三星、苹果及包括海尔、海信、长虹、TCL等中国品牌在内的全球多家知名消费电子和智能互联网厂商分别摘走了“2014-2015年度全球消费电子50强”、“2014-2015年度全球智能互联设备领先品牌 TOP10”、“2014-2015年度中国消费电子领先品牌十强”等各项大奖,共同向全世界展现了令消费电子业界不容小觑的科技创新实力。(付红)

牛市选指基
工银瑞信费率优惠显优势

本报讯 指数基金作为A股的“实时跟踪器”,成为分享牛市盛宴的最佳工具。工银瑞信旗下指数基金全系列指数基金正通过申购、赎回优惠等活动为投资者奉上新年大礼。工银瑞信指数产品线相对完整,目前拥有工银沪深300、工银中证500、工银上证央企50ETF、工银深证100、工银深证红利ETF及其联接等各类风格的指数基金。值得注意的是,今年3月31日前,使用工银瑞信现金快线转换为工银沪深300、工银深证红利ETF联接、工银中证500以及工银深证100指数分级基金,转换费率为零,此外,前两者赎回费率降低75%,成为目前业内赎回费率最低的产品。这实实在在降低了投资者参与指数基金的成本。工银瑞信沪深300管理费和托管费也是全市场沪深300基金中最低之一。(雷真)

北京汽车续约
北京排球签约仪式举行

本报讯 日前,北京市体育局与北汽集团合作振兴北京排球运动签约仪式暨北京市排球运动管理中心揭牌仪式在北京木樨园体育运动技术学校举办。

即将迎来的崭新的四年,社会各界将继续把目光聚焦在北京汽车和北汽排球身上,期冀着引领联赛发展的“北汽模式”为中国排球带来更多的改革与活力。过去四年的成绩是荣耀辉煌的象征,同时也意味着担在肩上重任。为此,北汽汽车和北京市体育局历经多次磋商,对未来的战略布局作出了创造性的精心规划。北汽汽车不仅继续加大投资,让北京排球更加“汽”十足;同时将继续着力推进中国排球职业化进程,通过市场调节体育发展,不断优化资源配置,并带动全民健身运动的发展,为振兴中国体育提供强有力的支持保障。(王芳)

K4演绎智能安全驾驭

本报讯 科技的力量预示着未来的发展,汽车也是科技创新的集成。作为东风悦达起亚首款专为中国消费者研发打造的中高级座驾——K4,其将前瞻科技和智能系统完美融入造车理念中,为消费者带来安全惬意的驾驭体验。

智能出行一直被人们所提倡,K4凭借多重科技配置引起诸多消费者的青睐。

首先我们可以见到,K4的科技内涵聚集于尊崇配置上。凡属中高级车的配置在K4车内应有尽有,如方向盘加热、高档电动真皮座椅兼具通风、加热和记忆功能,后排座椅加热等,为消费者提供极致科技体验。此外,一键启动、智能钥匙及TFT-LCD超级仪表盘等配置,进一步诠释了“智能体验”的丰富周全。(小莉)

东风悦达起亚即将推出
都市SUV KX3

本报讯 2014年中国汽车市场风云已定,诸多车企各有输赢,细分市场也各有亮点。回顾一年车市,最引人关注莫过于SUV市场的迅猛发展,尤其是伴随大量新车涌入而在SUV市场中开辟出的新战场,更是成为车企们竞相争夺的新兴价值蓝海。

在今年即将上市的产品中,东风悦达起亚即将推出的KX3备受消费者关注。在2014年末广州车展一经亮相便惊艳全场的KX3,是东风悦达起亚专为中国年轻消费者量身打造的一款都市SUV,与目前市面上的热销产品相比,其在空间、动力与配置等多个方面都已体现出较大优势。更值得一提的是,KX3作为世界三大汽车设计师之一彼得·希瑞尔的作品,别树一帜的外观设计将革新消费者对SUV的固有印象,带来前所未有的视觉感官冲击。KX3将于3月上市,相信将成为SUV市场炙手可热的新星。(小莉)

第六次蝉联全球第一

海尔引领本土品牌强势崛起



■ 本报记者 冉苒

2014年是全球家电市场格局发生深刻变化的一年。欧美家电巨头持续呈下行态势,日系品牌逐步没落,即使在全球市场和中国品牌形成抗衡的韩系家电品牌,近两年在中国市场也已显现疲态,本土品牌进一步崛起。

日前,世界权威市场调查机构欧睿国际(Euromonitor)发布2014年全球大型家用电器调查数据:海尔大型家用电器2014年品牌零售量占全球市场的10.2%,居全球第一。据悉,这是海尔大型家电零售量第六

次蝉联全球第一,更首次突破两位数。同时,海尔冰箱、洗衣机、冷柜、酒柜的全球品牌零售量也分别继续蝉联全球第一。

分析师认为,在全球家电销量增幅出现持续下滑甚至负增长的情况下,海尔大型家用电器全球品牌零售量逆势增长,以10.2%的绝对优势蝉联第一,实现六连冠,得益于海尔始终以用户为中心进行创新设计,并依托全球强大的技术研发实力,为全球用户带来了更加美好的生活体验。

新品叠出 布局高端

近年来,海尔推出创新产品的速度明显加快。2014年7月,海尔推出了一款独创智慧球技术和免清洗系统的洗衣机,彻底根治了洗衣机“桶脏”难题。尽管其售价最低都达3999元,但5个月近20万台的销量,占了整个波轮洗衣机行业3000元以上产品份额

的50%,创造了高端波轮洗衣机行业销售新记录。同时,海尔水晶滚筒采用全球领先的S-D plus芯变频技术,实现行业最低的静音效果,此外,搭载的防止细菌滋生的双喷淋技术也使之成为欧美高端市场用户的首选产品之一。

2014年9月,海尔博观智慧窗冰箱上市,这款冰箱容积达到800升,以一天0.95度电,36分贝超低噪音,刷新了欧洲市场能效最低、噪音最低、容积最大的对开门冰箱记录。

2015年1月,海尔通过2015美国CES展,首次向世界展示了多款“无压缩机酒柜”,包括固态制冷酒柜、磁制冷酒柜以及智能网器微酒酷。据悉,海尔酒柜2014年品牌零售量占全球市场的18.1%,第五次蝉联全球第一,领先第二名4倍以上。

此外,海尔推出的节能低霜冷柜,独创Anti-F蓝鲸气流低霜系统,比普通冷柜减霜70%,有效解决了用户在冷柜使用过程中结霜的困扰,同时采用强大冷冻力设计,满足了用户要新鲜不要除霜的消费需求。

业内人士认为,每一次海尔具有颠覆性创新技术的产品推出,都会吸引市场广泛关注。作为全球家用电器和消费电子类产品的引领者,海尔不断挑战自己,已逐步构建起一个强大的智慧家庭生活平台,为用户带来了更好的智慧生活体验。

2014中国健康产业互联网创新十大经典奖项出炉

1月18日,由中国电子商务协会、中国电子商务协会健康产业委员会(CHEB)、北京大学高层管理者培训与发展中心联合主办的首届中国健康产业O2O年会在北京召开。本届大会的主题是:环聚健康共享创新。中国电子商务协会健康产业委员会(CHEB)名誉主席刘延淮、中国电子商务协会理事长张会生等人士出席了本次大会。

据悉,首届中国健康产业O2O年会旨在聚焦跨界视角,共同探讨健康领域的创新创业热点,思考中国健康产业未来发展趋势。为推动健康产业前行,鼓励和支持健康领域

创业企业发展,首届中国健康产业O2O年会特举办了“2014中国健康产业互联网创新价值TOP10”评选活动。在颁奖盛典上,来自协会、企业、医疗界等众多嘉宾欢聚一堂,大家一起见证了中国健康产业的发展成就。获奖的十家企业分别是:金蝶医疗、阿里健康、百洋健康网、华医网、东方灵盾、挂号网、奥芬健康网、土库网、春雨医生、广誉远。

用智能互联网倡导和服务健康产业,是中国电子商务协会健康产业委员会(CHEB)的使命。本着这一使命,CHEB积极推进中国医疗健康产业的发展和振兴,举办首届中

国健康产业O2O年会旨在为行业内致力于通过互联网进行升级的企业理清思路,与来自互联网、金融等各个行业的精英碰撞出拥有自己企业特色的互联网发展之路。

作为中国健康产业在2015年开年的一大盛事,首届中国健康产业O2O年会圆满举办。与会者们不仅接受了一场来自各个领域发展趋势与前沿思路的碰撞,也共同见证了“2014中国健康产业互联网创新价值TOP10”的诞生。中国健康产业的未来值得期待,探索创新的脚步从未停止,让我们一起期待来年。(魏勇)

欧特克在中国启动清洁技术合作伙伴项目

近日,全球二维和三维设计、工程及娱乐软件的领导者欧特克有限公司(简称欧特克或Autodesk)在北京正式启动了面向中国企业的清洁技术合作伙伴项目。未来十年,中国将成为全球清洁技术市场增长最迅速的国家,因此,该项目在中国的启动也成为了其全球发展的重要里程碑。欧特克清洁技术合作伙伴项目,将向中国初创的清洁技术企业提供前所未有的广度与深度兼备的设计软件组合,其中就包括了欧特克卓越的数字化样机解决方案。通过该项目,欧特克将帮助中国企业解决全世界共同面临的最具挑战性的环境问题,并携手共创一个更美好的可持续发展世界。

欧特克清洁技术合作伙伴项目已与全球多个国家展开了合作,继日本、新加坡、澳大利亚和新西兰之后,中国是欧特克在亚太区启动该项目的第五个国家。中国所有初创的清洁技术企业,例如从事太阳能、燃料电池、生物质能、风能、潮汐能、高效、机动性以及碳减排服务等企业,都将被纳入该项目的合作伙伴范围。值得一提的是,欧特克清洁技术合作伙伴项目在中国启动之际,中国工业节能与清洁生产协会也成为了中国第一个与欧特克在清洁技术领域建立战略合作伙伴关系的机构。

北汽新能源汽车2014年销售位居国内之首

据中国汽车技术研究中心最新数据,2014年除一些低速电动车升级的准电动车之外,北汽新能源以5510辆成为国内纯电动车销量第一的车企,同比增长238%,进入全球纯电动汽车销量前四强。

北汽新能源总经理郑刚认为,2014年北汽新能源快速入市的最重要原因是,北汽集团将新能源汽车业务作为集团重点发展战略之一,得到了徐和谊等北汽集团领导的大力支持,并在体制机制上先试先行,作为北汽体制、机制创新和产业转型升级的试验田。

2014年北汽新能源在售产品只有E150EV和威旺307EV这两款纯电动汽车,但是北汽新能源营销公司却找到了其最大的细分市场:E150EV主攻私家消费,威旺307EV重点在企业客户。这两款产品的燃油版已经在市场上有不错的表现,年销量均超过10万辆。在此基础上,对于纯电动版的E150EV,北

汽新能源延续了车型在安全性、操控性等方面的优势,在续航里程、智能互联等方面进行了提升。价格方面,北汽新能源在国家和地方两级补贴的基础上,推出了优惠购车基金,恰到好处地切中了不同细分市场用户的痛点。作为“最受全国先进物流企业欢迎的运输车辆大奖”的唯一一款纯电动汽车,威旺307EV在邮政、快递、物流等行业深受欢迎,而且作为电动微公交已经在北京市示范运营。

移动互联网时代,消费者体验成为市场营销的制胜法宝。北汽新能源不失时机地大胆创新,在全国十几个城市同时开展“十城千辆1元体验”的免费体验活动,对消费者进行普及。据统计,仅仅“十城千辆1元体验”一项活动就吸引了近20万人次参与,并有一部分参与者在体验完之后立即购买或者产生购买意向。

针对消费者对新能源汽车不了解、顾虑

多等问题,北汽新能源推出了“智慧管家”服务承诺,解决消费者后顾之忧。尤其是消费者最关心的充电问题,北汽新能源不仅免费为有条件的车主安装充电设施,还不断加快自有充电设施网络建设。截至目前,包括两台超级移动充电站在内,北汽新能源个人充电设施累计完成超过1600个,在公共充电设施方面,北汽新能源已在公共停车场、大型商超停车场、电动汽车专业销售4S店、大型住宅小区附近等安装上百个充电设施。至2015年底,北汽新能源充电网络规划将完成充电设施建设10000个,以及1000个快充公共快充设施。

业内人士普遍认为,虽然当前新能源汽车的消费环境还不成熟,实现国家制定的预期目标还有很大难度。但经过了2014年的超乎寻常的热度和增长后,2015年或将继续保持2-3倍的增长趋势。(冉苒)

TCL全民星齐聚全明星周末

日前,CBA全明星赛在北京国家体育馆落下帷幕。作为联赛指定赞助商,TCL鼎力支持全明星周末并向广大球迷发出“TCL全民星征集令”。球迷只要将手抓篮球的创意照片上传到贴吧或者微博,就有机会荣膺“全民星”。经过线上征集和数次筛选,最具创意的幸运球受邀来到全明星赛现场。

TCL球迷团组成“全民星”方阵,身穿统一着装,高举巨大的加油横幅,尽情用最激情的方式表达对篮球的热爱。到场的“全民星”球迷们难掩兴奋之情,纷纷表示,TCL将篮球和科技融汇贯通,造就了全新的篮球梦想平台,在这里他们可以用创意重燃篮球梦。

在CBA全明星周末期间,“TCL球迷之家”游戏区、互动区、体验区三大特色区域倍受青睐。(小丽)

智能生活 全新体验

在互联网时代,海尔家电对外是“智慧家庭”,对内是“互联工厂”。海尔“智慧家庭”基于洞察用户、交互用户的数据化运营。在海尔家电的用户大数据平台上,描述用户兴趣爱好、品牌喜好、购买意向的数据标签达到10亿级,生成了清晰的用户画像,精准洞察用户需求,驱动企业创新。更具想象空间的是:海尔空气魔方、“免清洗”洗衣机、海尔博观冰箱、天樽空调等智慧家电目前已经成为其智慧家庭战略落地的体现。

海尔“互联工厂”前联研发,后联用户,创造用户全流程最佳智能体验。海尔顺应互联网时代潮流,以用户为中心,通过互联工厂开放生态系统,消除了与用户交互的距离,实现了全球用户与全球研发资源、模块商资源、员工、自动化设备实时互联、实时交互,其目的是为用户提供按需设计、按需制造、按需配送的个性化体验。

另外,作为中国最早涉足智能家电领域的企业,海尔智能家居连续6年被评为中国智能家居十大品牌第一名。目前,海尔家电已经基于U+智慧生活平台,打造出了涵盖空气、水、食品、洗浴、娱乐等生活圈的一站式智慧生活解决方案,该方案正在改变着人们的生活方式。

产业亮点

《国家品牌与国家文化软实力研究》发布

本报讯(记者周明喜)1月16日,由恒源祥集团承担的科技部国家软科学重大招标研究项目——《国家品牌与国家文化软实力研究》一书在京发布。

发布会一开始,恒源祥集团董事长刘瑞旗便抛出几个问题:品牌是什么?文化是什么?什么是国家软实力?紧接着刘瑞旗解释,花大力气配合科技部研究出书,就是为了解决这些问题。近些年,随着经济全球化的不断发展,尤其进入21世纪之后,企业深刻感受到中国面临的重大危机不是经济危机,也不是金融危机,而是品牌危机。而品牌危机的根源是文化,没有国家独特的文化作为依托,不可能诞生具有全球影响力的国家品牌。

据了解,该书就是从聚焦国家品牌与国家文化软实力的研究出发,着重从国家文化视角分析国家品牌构建问题,将品牌和文化提升到国家战略的层面进行探讨。本书首先对品牌与文化的概念进行了界定,分析了国家文化个性与国家品牌战略,如文化的存在形式、全球化时代的文化个性、国家品牌战略及其问题,以及基于国家文化个性的软实力战略背景、理念、目标、方法和任务;其次,论述了国家品牌与国家文化软实力的互动关系,并进行了国际比较;最后讨论了国家品牌与国家文化软实力发展面临的机遇和挑战,给出了建议。

刘瑞旗表示,软实力反映了一个国家的创新意识,体现了一个国家的尊严、形象和精神。下阶段要让此书能够影响社会,唤醒社会对于品牌的认知。

青年恒好公益创业行动
2014成果发布会在京召开

本报讯 1月15日,青年恒好公益创业行动2014成果发布会暨公益创业之夜在北京举办。该活动由青年恒好项目理事会主办,中国青年报社、KAB全国推广办公室、恒源祥(集团)有限公司承办。

自2014年3月19日启动之后,青年恒好历经4个月的公益创业项目征集活动,通过全国100多所高校、公益组织、媒体推荐以及公益创业青年的自荐,共征集到350多个公益创业项目和150多名优秀的公益创业青年。经过“青年恒好”专家委员会的认真评审,最后评选出20家优秀公益创业项目,每个项目将获得首期1万元的资金支持。随后,又对在2014年12月落地上海的织梦编织吧追加了4万元扶持资金。

已经走入第五个年头的青年恒好活动在2014年初制定了中国公益创业标准,这是中国首次明确了公益创业的标准。本次成果发布会,青年恒好首次发布《中国青年公益创业报告》,这份报告邀请了清华大学、社会科学院等在内的10家公益组织机构的相关专家,根据对国内144名公益创业青年的调查问卷,撰写中国首部公益创业报告,展示公益创业中的现实问题与现状,为公益创业的发展和研究提供参考和支持,推动公益创业在中国的全速发展与繁荣。(冉苒)

遗失声明

本人张师,不慎遗失电梯安全管理证,身份证号:110103198909221814。特此声明作废。

产业看点