

政策助推 光热产业快速跻身“千亿”量级

2011年,中国太阳能光热产业有望跻身“千亿元产业俱乐部”的发展元年。

新一轮的家电下乡已扬帆起航,这将进一步刺激农村市场的消费能力。同时,上海、北京、山东、湖北、河北、河南、浙江、海南等20多个省市,均制定了“太阳能光热与建筑结合”规划,并强制要求12层以上建筑强制安装太阳能光热系统。

在各种市场需求和商业前景被纷纷刺激并迅速形成的同时,来自国内太阳能光热企业对新发展模式和增长发展的探索也悄然拉开。

12月6日,北京四季沐歌太阳能技术有限公司在洛阳太阳能工业园的国内首条全产业链航空管生产线也投产运营,这标志着我国太阳能光热产业从“加工组装”向“原设计、制造、销售一体化”迈进。

作为太阳能光热产业中的太阳能热水器,是在新能源行业里,我国为数不多掌握了核心技术并在国际



上处于领先位置的行业。近几年来,中国已发展成为太阳能热水器集热面积世界第一的国家,而整个产业的支撑力量完全来自于市场。

有数字表明,农村市场的太阳能热水器普及率达到20%,就会给全行业带来1200亿元以上的销售额。完成这个目标只需短短数年时间,更激动人心的是,据中国家电协会秘书长姜风预计,2020年,中国农村太阳能应用量将达到60%以上,销售额高达3600亿元以上。

这是一个相当令人振奋的数字。随着国家对新能源产业的重视程度和投入力度全面加码,太阳能光热作为中国在全球具有较大话语权和较强竞争优势的产业,今后5年将迈入规模扩张的快车道。由此,太阳能光热的市场竞争形态也将发生重大变革,将从单一手段和个体的较量向整个商业生态系统的对抗,从卖产品、卖应用到卖系统解决方案和应用服务系统转变。

总投资4.5亿元,总建筑面积为12万平方米的四季沐歌(洛阳)工业园全面建厂投产,最终将形成年产8万吨高硼硅玻璃毛坏管、2700万支真空集热管、100万台热水器的综合能力。分析人士还指出,借助洛阳在上游玻璃产业的竞争力,借助河南中原大省的物流运输和配送能力,洛阳工业园已为四季沐歌聚集了“天时、地利、人和”的综合竞争力。此前,四季沐歌已经明确提出了从“热水器、热水到热能”的产业探索路径,并明确

表示要从产品制造商向系统集成方案服务商跨越。

有人测算过,每平方米太阳能热水器每年可替代标准煤150千克,相当于节电417度,可减少二氧化碳、二氧化硫、粉尘等排放物170千克。因此,如果企业的规模达到100亿元,累计推广太阳能热水器近1亿平方米,可以累积替代常规能源标准煤2000万吨,减排二氧化碳3000万吨。如果按照太阳能热水器的使用寿命15年计算,太阳能光热折合发电成本仅为0.15元/度,比光伏发电低几十倍,比常规能源发电成本低一倍左右。

“十二五”发展规划中,首次明确提出将在未来5年内,政府直接投资4亿元用于新能源、节能环保技术等9大行业的发展。作为同时横跨“新能源”和“节能环保”两大产业的太阳能光热,在其发展的20多年后,突然成为各级政府和产业政策中的“香馍馍”。

获取第一用户资源能力持续增强

海尔冰箱：连续三年全球销量第一

12月9日,来自世界老牌市场调查机构欧睿国际(Euromonitor)的一份最新市场报告,再次让中国家电业为之一振:以品牌份额统计,海尔冰箱以高达10.8%的市场占有率,第三次蝉联世界第一,并领先第二名5个百分点;按制造商排名,海尔冰箱则以其12.6%的市场份额,第二次蝉联世界第一,并继续领先美国百年企业惠而浦。这意味着,海尔品牌正在以其领先的全球创造者形象,更加稳固地成为消费者的选择,并在品牌层面上提升着中国家电创造的价值。

作为全球顶尖的市场研究机构,欧睿国际对著名品牌的分析完全基于全球视野,特别是一些传统的老牌

市场和高端市场。

在这份报告中,欧睿国际印证海尔蝉联第一的一个重要数据,就是在欧美品牌长期盘踞的欧洲市场,海尔只销售高端冰箱却在行业整体下降1.5%的颓势中实现了45%的高增长,说明海尔冰箱在欧洲高端市场的认知度已经遥遥领先于其他海外品牌。

来自欧洲各国市场的一系列数据也清楚地表明了这一点:在制造享誉全球的德国,海尔多门冰箱的市场份额高达75.9%,高居第一。

实际上,海尔已经成为全球冰箱技术的策源地和诞生地,也正是依靠这些领先的产品和技术,海尔冰箱一直以来引领着行业持续升级——从

无氟到无霜、从保鲜到增鲜、从恒温到变温、从双门到多门、从变频到变频、从传统对开门到引领世界的法式对开门……每一次行业升级海尔冰箱均成为领航者。

而这些技术实力,正是来自其全球29个三位一体的本土基地,来自海尔全球资源的整合能力。据了解,海尔已经在全球构建了8个综合研发中心,已经整合了全球冰箱业各产业环节的顶级专家,其每年研发出的新技术高达1000余项。

近日在美国西雅图举行的国际电工委员会第74届大会上,作为唯一一家参会的中国冰箱企业,海尔提交的17项技术议案全部通过大会审

定,其中两项提案发布为国际标准,其累计提报的国际标准数量达到31项,这意味着海尔已经从根本上掌握了全球冰箱业的话语权。

不久前,海尔冰箱刚刚迎来了其全球第一个用户,成为世界上成长最快的品牌,而连续蝉联全球冰箱第一品牌也说明,海尔冰箱已经进入“用户联盟”时代——海尔冰箱品牌与用户高度认同之间的联结,使其具备了获取第一用户资源的能力,这种能力将成为海尔冰箱领先于全球同行的核心竞争力。此外,海尔还同时获得“大型白色家电全球销量、洗衣机全球销量、酒柜全球销量与制造商”共四项全球第一。王刚

从百年清华到清华同方电视的科技创新之路

提起百年清华大学,在中国几乎无人不知、无人不晓。自1911年创建以来,清华大学作为中国理工科院校的最高学府,为世界的科技进步做出了巨大贡献,是中国屈指可数的名校之一。

“作为以学校科技成果为依托组建的高新技术企业,清华同方是目前业界唯一具有完整数字电视产业链群组的厂商,清华同方拥有从参与制定国家数字电视地面传输标准、研发发射传输设备、整合内容服务及运营,到制造销售高清电视机的全方位运作体系。”

同方股份有限公司副总裁王良海在百年清华校庆来临之际对外表示,力争将全方位数字生活理念以更

丰富、更生动的形式传至海内外。

从数字电视芯片研发,到参与标准制定,再到大家所熟悉的数字电视一体机、互联网电视、LED电视,同方股份作为清华大学科技孵化器,得天独厚的科技优势转化,会为清华同方电视实现可持续性发展奠定坚实的资源优势。

在LED产业领域,清华同方通过自主开发、研究、引进等,掌握了包括高亮度蓝绿光LED外延片生长与芯片制备工程在内的核心关键技术,拥有了与国际接轨的技术力量。同时清华同方在LED背光模组的成本、光效率、亮度均匀性控制等方面取得了重大突破。目前,清华同方17寸-57寸LED背光源模组已经全面实现量产。

金榜题名显威力 百万订单唾手可得

两三个月的网络推广、近百万元的订单,如此突飞猛进的销售业绩对于多数中小企业而言,仍是遥不可及的。而创新的商务模式、精准高效的网络推广却让这样的“遥不可及”成为了现实。

“金榜题名让我获得了百万订单,这是公司成立以来最大的一笔生意!”王总兴奋的向笔者介绍。王总的公司主要经营煤油、机油及各种润滑油,成立多年来,企业已在周边地区颇有名气,在互联网迅速发展的今天,王总也在不断关注网络所带来的巨大效应并尝试了网络营销。今年五月,他试用了铭万集团一款名为金榜题名的网络推广产品,合作后发现通过行业网站而来的咨询电话量增加

了数倍,并最终成功谈成了近百万的订单。

金榜题名是基于铭万网(www.B2B.cn)和中国B2B联盟1000多家知名行业网站的资源,能够使企业在各大行业网站的黄金位置显示,覆盖76%以上的企业老板和69%以上的企业采购人员,最终实现企业更多潜在客户在客户的涌现及知名度的提高。

据中国B2B联盟数据显示:金榜题名产品已经使我国众多中小企业受益,如长沙一家苗圃公司通过金榜题名提升市场份额并接获7个订单;上海一家服装企业通过它斩获2012年伦敦奥运会大单;另外重庆、沈阳、北京、河北、广东等地均获益颇多的典型案例数不胜数。

搭载阿尔法洗涤技术和烘干功能 松下阿尔法斜式滚筒俏销

转眼又到了年底,不少消费者准备趁着这个辞旧迎新之际,为家中的洗衣机产品升级换代。

面对新一轮的消费热潮,洗衣机企业纷纷通过推出创新技术和产品来吸引消费者眼球。其中,松下斜式滚筒洗衣机阿尔法系列,就凭借其卓越的洗涤技术和烘干功能赢得了消费者喜爱。

随着近年来生活水平的提高,类似羊绒、丝绸等高档衣物越来越多的进入了消费者的衣柜,这就给洗衣机提出了更高的洗涤要求。为此,松下特别针对高档衣物的质地特点加强了洗衣机的“洗护”功能,研发出了阿尔法洗涤技术。

据了解,阿尔法洗涤技术是在传统卧式滚筒只能摔打洗的基础上,采用了新颖的左右抛洗的洗涤方式,不仅洗净均匀率提升38%,而且进一步改善了缩水率和磨损率,对羊绒、羊毛类高档衣物起到良好的保护作用,衣物洗后也更加蓬松柔软。

法滚筒的烘干技术也是备受消费者追捧。据介绍,松下阿尔法滚筒洗衣机将阿尔法烘干方式与智能烘干程序相结合,使得衣物洗净之后可以立即烘干,不仅不受天气影响,而且无需晾晒就可以马上穿在身上,真正实现了即洗、即干、即穿。

此外,这款机器还具备3.6公斤的大容量烘干能力,即使棉服、羊毛大衣这样的“重量级”衣物也能轻松应对。

值得一提的是,虽然这款洗衣机具有快速烘干功能,但在能耗方面却让消费者无需过分担忧。因为松下阿尔法滚筒洗衣机采用松下专业的DUALDD 30磁极变频直驱电机,不仅能有效减少耗电量,而且还能有效降低噪音。

据卖场销售人员介绍,进入冬季以来,消费者更加关注洗衣机的洗护程序和烘干功能,在两个方面都表现出众的阿尔法系列自然成为消费者购买的首选,其销售业绩也不断攀升。



对此,业内评论人士认为:随着市场发展和成熟,家电产品的竞争形式也从价格的竞争逐渐转变为技术与品牌的比拼。松下洗衣机以消费者

需求为导向,不断集纳国际领先技术,进一步提升了产品品质和附加值,因此能持续领跑高端洗衣机市场。

食用油选择 健康为首

很多人可能并不知道,食用油除了调节菜肴的口味,还时刻关系到我们的身体健康。你一日三餐所吃的油,可能会让你健康长寿,也可能使你的身体面临着不同程度的损害。因此,选择食用油时,健康应为第一标准。

中国营养学会专家表示,对于大多数人群来讲,生活中保持清淡的饮食结构非常重要,在食用油选择上,也应该兼顾营养和清淡。在众多种类食用油中,由于玉米胚芽油清淡少油烟,营养价值丰富,是一个不错的选择。

目前,我国市场上玉米胚芽油品牌主要有西王、福临门等,其中,西王为专业生产玉米胚芽油的企业,头顶“中国玉米油城”的光环,近年来不断获得消费者的青睐。

根据中国食品工业协会掌握的资料,2009年西王食品公司玉米胚芽油加工量达到31.91万吨,为我国规模最大的玉米胚芽油生产基地。

升级更给力 i5+1G独显新款 同方电脑锋锐 K46C震撼登场



升级笔记本硬件配置是提升性能的唯一方式,同方电脑在这个寒促市场正式启动了笔记本升级促销活动。

据悉在国美、大中、苏宁、永乐等电器卖场将会有一款升级到最新i5-480M处理器+1GB独立显存的同方电脑锋锐K46C上市。

全新的同方电脑锋锐K46C在硬件方面做了升级,性能得到大幅度的提升。同方电脑锋锐K46C使用了全新的calpella平台,搭载了Intel酷睿i5-480处理器,主频达到2.66GHz,使用英特尔睿频技术则能达到恐怖的2.93GHz,2GB DDR3高速内存与500GB大容量硬盘规格更是为整机高效的性能如虎添翼。

东风柳汽 2011年商用车 商务年会隆重召开

近日,东风柳州汽车有限公司2011年商用车商务年会在广西柳州隆重召开。东风柳汽将继续在“以一流服务提升品牌价值,以一流网络实现跨越发展”的战略定位上,提出2011年实现产销8.23万辆,并力争挑战10万辆目标。

2010年,东风柳汽各项指标全面创历史新高。2010年东风柳汽商用车年初计划销售5万辆,预计全年实际完成5.5万辆左右,完成率110%,较2009年增长68.2%;2010年柳汽商用车实际市场占有率达4.7%左右,比2009年(3.7%)提高了1个百分点。

今年,东风柳汽商用车实现了营销全面转型,营销、服务、配件网络“开发和提升并举”,由“游击战”转向“阵地战”也取得阶段性胜利。