

首届湖南十大农业品牌茶叶占了三席

我省加快推进“湘”字号品牌建设进军国际市场 到2020年将打造50个知名品牌

■记者 吴虹漫

本报2月17日讯 农产品区域公用品牌经常被称为一个区域的“金名片”。记者今天从省政府新闻办召开的发布会上了解到,安化黑茶、古丈毛尖、保靖黄金茶、黔阳冰糖橙、炎陵黄桃、江永香柚、华容芥菜、沅江芦笋、新晃黄牛、宁乡花猪和汉寿甲鱼(并列)获得首届湖南十大农业(区域公用)品牌称号。

“十大农业(区域公用)品牌的发布,标志着我省品牌农业创建工作开启了新的篇章。”省委农办、省农委主任刘宗林介绍,省农业委员会从2016年开始,将连续五年开展湖南十大农业品牌评选活动。

茶叶品牌“霸占”三席

在揭晓的农业品牌中,汉寿甲鱼是常德市唯一上榜的农业品牌。对此常德市农委县域经济科科长张立文表示“真的不容易”,他告诉记者,常德有武陵红茶、石门柑橘等多个知名农业品牌,但今年仅有汉寿甲鱼成功入选。“区域公用农业品牌的建设困难很大,需要投入大量的资金,我们明年的目标是至少保证一个上榜。”

除此之外,记者还注意到,在本次评选出的十大农业品牌中,茶叶品牌就“霸占”了前三

席,其地位之重不可忽视;在上榜的茶叶品牌中,保靖黄金茶“一两黄金一两茶”的名号可谓广为人知。

“保靖黄金茶中的氨基酸含量高达7%,是同期其他绿茶的两倍以上,且茶多酚含量高达20%以上,因而被誉为中国最好的绿茶之一。”湖南茶业茶叶有限公司总经理邓灵智告诉记者。

品牌建设“湘味”更浓

刘宗林介绍,近年来我省品牌农业建设取得了一定成效,培育了一批叫得响的农业品牌,全省获得认证的有机农产品136个、绿色食品1113个,地理标志登记43个。但我省农业品牌还存在杂、乱、散等问题,特别是区域公用品牌少。今后将加快推进“湘”字农产品品牌建设,着力培育一批农产品加工品牌和农业新型业态品牌。

关于如何讲好“湘”字农产品品牌故事,刘宗林认为农业品牌建设是一个开放性的工作,不仅要满足域内消费者高质量、高品位的需求,还要向省外、国外辐射,吸引国际的消费群体。“我们下一步的目标就是瞄准湖南以外的地区,实施湘品出湘、湘品出境的战略,以品牌的引领向国际市场进军。”



受长假、补贴政策调整等因素影响,1月新能源汽车产销降幅达七成。

补贴悬而未定,新能源车产销“双降”

近日,中国汽车工业协会公布,1月份,国内新能源汽车产销分别为6889辆和5682辆,比上年同期分别下降69.1%和74.4%。对此,湖南新能源汽车经销商分析,一方面元旦、春节恰好在1月份,工作日少;另一方面,1月份,新能源汽车的国家补贴新政以及地方补贴政策尚未出台。

新能源汽车产销降七成

“咨询的还是,但成交的少很多。”湖南某新能源汽车经销商负责人刘敏介绍,自己负责的店面只售卖新能源汽车,品牌包括北汽、奇瑞等。相比去年同期,今年1月份店里的销售情况较为清淡。

中国汽车工业协会近日公布,1月国内新能源汽车产销分别为6889辆和5682辆,比上年同期分别下降69.1%和

74.4%。而相关统计数据显示,1月份,国内市场35款在售新能源汽车车型中,有15款销量为0。

政策调整致价格未定

“1月份是传统淡季,且工作日少。”刘敏对此解释。

其次是前5批新能源汽车推荐目录的推倒重来。根据规定,车在进入推广目录之前无法正常上牌,这造成了新能源汽车购车冷淡期的再次延长,由此出现了1月我国新能源汽车整体销量下滑的趋势。

在罗向云看来,1月份新能源汽车产销骤降的另一个重要原因是补贴新政尚未出台。卖早了厂家和经销商拿不准补贴多少,不敢卖,而买家又不敢买,两者都在持观望态度。这导致很多新能源车到现在都无法定价。“定价过高没人买,过低可能会亏损。” ■记者 胡锐

预测

今年销量或达70万辆-80万辆

虽然新能源汽车在2017年首月遇冷,但业内对今年新能源汽车市场的预期普遍看好。

“对2017年新能源汽车市场的展望仍保持乐观。”中汽协副秘书长叶盛基表示,随着推荐车型目录的发布,新能源汽车市场将会好转。

“目前新能源汽车市场依然高度依赖补贴,政策变化会直接影响到新能源汽车的产销。”本地汽车人士也表示,但随着消费者对新能源汽车接受度的提升,及自主车企与合资车企相继推出新能源战略,即便今年面临补贴退坡,新能源汽车市场应该会有良好的表现。对此中汽协预测,今年全年新能源汽车销量将保持50%左右的增速,达70万辆-80万辆。

链接

到2020年打造50个“湘”字号名牌

事实上,在今年下发的中央一号文件中,就已经明确指出要“推进区域农产品公用品牌建设”,记者也从省办公厅下发的《进一步加快推进农产品品牌建

设的指导意见》中了解到,湖南将加快构建湖南农产品品牌体系。到2020年,打造农产品知名品牌50个,培育年综合产值100亿以上的区域品牌10个。

娱乐营销再跨界 AWE奥克斯或再掀 IP 热潮

近些年来,奥克斯作为空调行业的品质标杆,在社会各阶层不断斩获各项荣誉,拥有着良好的品牌美誉度,深受消费者青睐。同时,作为行业新风尚的领导品牌,在互联网化的大背景下,通过异业联盟、跨界合作等创意营销,奥克斯更是收获大批年轻粉丝。

牵手英皇,奥克斯男神为爱团圆
早在2016年底奥克斯就曾对外公布与英皇的合作,春运之际,更是通过高铁活动向乘客派送包括电影兑换券等年货福利;大年初七开工当天,奥克斯通过一则萌动、有趣的互动H5向社会再次发放2017张电影票,而H5上线两天,其参与人数就已近8万人,让社会各界再次领略奥克斯的风采与活力。

跨界营销,奥克斯用数据彰显实力
1月16日,由奥克斯出品的微电影《树洞的秘密》在各大视频平台温情上映,上线一天全网播放量突破七

百万。春节前后,奥克斯在机场、高铁站等地方投放了“有家的地方就有奥克斯”的形象广告,并联合本来生活网在全国范围内发送上万份新年大礼包,将温暖传递进千家万户,温情感染亿万用户,展示奥克斯的品牌实力和对用户的倾情关爱。

行业领跑,奥克斯构建转型新通道
奥克斯空调在产品、营销、渠道三驾马车的引领下,为其转型进一步注入产品力、价格力、活动力、执行力、考核力、无边际扩张力等六大新动力,全速奔跑,进而领跑行业。从一路奔跑至全程领跑,奥克斯背后最大动力则是其在近几年寡头竞争的空调产业中,寻找到的自我发展、自我驱动和自我创新的新模式、新体系,构建面向用户、市场和时代变革的新通道。

亮剑 AWE,奥克斯或签约全新代言人
业内人士分析,奥克斯先后推出

了充满艺术化的空调AYA系列以及AHA系列等产品,艺术空调或将是奥克斯接下来主推的明星产品,因此这位代言人或将颠覆以往代言人风格,接力米卢、李连杰,成为奥克斯新的代言人。事实是否如此,静待AWE2017开幕。



肆意逐乐 东风标致 3008 助你完成新年“小目标”

过完春节,大家都开始从休闲的状态里回过神来,进入到“撸起袖子加油干”的模式,以期更好地完成新一年的“小目标”。如果你与这个小目标之间,能有一台颜值兼备的理想座驾,必将使你的逐梦之路更加轻松、更加愉悦。

定位为“高性能欧系都市SUV”的东风标致3008,就是这么一辆可以满足你多元化需求SUV,其凭借着“活,该快乐”的生活主张和内外兼修的出众品质,足以助你更快一步达成新一年的“小目标”。

外观方面,东风标致3008运用了标致新一代设计风格,整体造型一气呵成,给人以蓄势待发的力量感,能在瞬间点燃你的驾驭激情。极具视觉冲击力的点阵式进气格栅,以赛车黑白方格旗为设计灵感,强烈的运动感呼之欲出。犀利的LED狮眼大灯与狮爪尾灯遥相呼应,彰显着不怒自威的霸气风范。

想要拥有一场酣畅淋漓的自驾游,强动力与低油耗是理想座驾必不可少的两项硬指标。在这一点上,东风标致3008搭载的“T4STT高效动力”,让强劲动力与燃油经



济性完美融合。
在安全性能方面,东风标致3008独一无二地搭载了同级车中罕见的ADAS智能驾驶辅助系统,该系统集成了前方碰撞预警、360°全景泊车影像、车道偏离警示以及盲区探测等前沿科技,可以提供更为周全的主动安全防护功能,各种复杂路况都可以轻松搞定。

为了带给消费者更好的购车体验,即日起至2月28日,用户购买起售价为1487万元的东风标致3008 2017贺岁版,均可享受购置税5折优惠,乐享18期0息0费的金融信贷政策,同时还推出新年万元限量礼包,让快乐升级!

此时此刻,难道你没有为之心动吗?现在就加入“新逐乐族”的行列,让东风标致3008带你肆意去逐乐,完成新年“小目标”!

工银瑞信旗下蓝筹类基金全面领跑

2017年以来,A股仍维持存量资金博弈状态,蓝筹股以其低估值、高股息率及业绩稳定等特性成为资金避风港,有望开启春季攻势。据同花

顺数据统计,公募基金四季度增持银行、非金融等蓝筹股。值得注意的是,工银瑞信旗下多只蓝筹类主题基金长、中、短期均取得了较好的超额

收益。在业内人士看来,工银瑞信旗下各蓝筹类基金业绩能持续领跑,主要得益于其对市场节奏的精准把握能力及不俗的投研实力。