

# 中國重汽明年主打曼技術

香港文匯報訊(記者 楊奕震、殷江宏)中國重汽集團董事長馬純濟在18日舉行的2015年商務大會上表示,中國重汽2015年的發展主題是變革創領價值,實現企業各項工作的全面升級,全年發展目標為整車銷售20萬輛以上,其中重卡13.5萬輛以上,市場佔有率提高一個百分點。

數字顯示,今年前11月,在全國行業負增長的情況下,中國重汽累計產銷整車16.2萬輛,同比增長7.5%,銷售收入608.3億元,同比增長10.3%,利稅增長46%。

## 逆勢增長 重卡出口十年居首

出口訂單累計已超過2.1萬輛,出口量連續十年穩居內地重卡行業首位。馬純濟表示,通過近三年不斷地轉方式、調結構,中國重汽正在發生深刻變化,變革已經初顯成效。2015年是中國重汽的「品牌質量效益升級年」,中國重汽將繼續加大工作力度,以曼、T/C系列產品推廣為主線,實現市場結構、營銷網絡、產品、管理運營機制的優化升級。

未來重卡市場結構的目標是工程自卸車、公路用車和城市專用車三類產品各佔三分之一左右。在產品方面,中國重汽將進一步加快曼技術產品的產業化、



馬純濟在2015年中國重汽商務大會上發言。

市場化推廣,經過二到三年的努力,實現中國重卡行業的升級換代。

## 全面升級 產品技術成亮點

今年中國重汽商務大會上展出車輛達到62輛,是歷年中數量最多、品類最全的一次。其中重汽推出的540馬力曼技術MC13發動機無疑是



中國重汽杭州發動機廠生產線。

最大亮點,這是內地目前最大馬力商用汽車發動機,為中國重汽所獨有。

中國重汽集團總經理蔡東表示,中國重汽2015年營銷工作的重心是將產品線調整至曼技術發動機上,並使曼技術產品銷售佔比超過三分之一,真正形成中國重汽產品的新

優勢。據介紹,今年以來,中國重汽曼技術產品優勢明顯,市場反應良好。曼、T/C系列卡車上市以來,單車最長運營里程已超過50萬公里,累計訂單過萬輛。截至目前,以曼技術為主導的各類重卡產品公告已超過1200個,成為中國重汽獨特的產品技術優勢。

## 滬普陀區將首現保稅交易中心

香港文匯報訊(記者 胡璋傑 上海報導)上海中心城區首個消費品保稅展示交易中心和藝術品保稅展示交易中心將落戶上海普陀區。據悉,該區西北保稅物流中心正在積極建設,上海環球港等商場將以「關內區外」形式,銷售質優價廉的進口服裝、食品等。該保稅交易中心有望於春節前後對外運營。

今年9月,普陀區成為上海首批自貿區海關監管複製推廣示範區四個區之一,可以開展或複製推廣相關政策。普陀區商務委主任李世榮介紹,正在建設的西北保稅物流中心位於該區桃浦鎮,依托此前已有的西北物流園區,擁有超過12萬平方米的保稅倉庫。西北保稅物流中心將按照「一平台兩中心」(招商引資平台和消費品保稅中心、藝術品保稅中心)的模式進行建設,同時積極開展跨境電子商務及國別中心建設。消費品保稅中心、藝術品保稅中心將在今年12月底前完成註冊。

根據普陀區的設計安排,上海環球港與未來島園區現代城市購物花園擬定列入普陀自貿示範區,設立消費品保稅展示交易中心和藝術品保稅展示交易中心兩大中心。李世榮表示,在展示交易中心,商品及藝術品的價格為稅前價格,消費者在購買的時候須一起付稅;同時,由於進入到這裡的商品是來自保稅物流中心的大宗貨物,與普通商場相比具有明顯的價格優勢。

## 青島新房銷售速度加快



樓市回暖,山東青島新房銷售速度加快。

香港文匯報訊(記者 王宇軒 青島報導)11月30日發佈的11月百城價格指數顯示,11月全國100個城市住宅均價連續第7個月環比下跌,但跌幅有所收窄,與此同時,十大城市住宅均價在連續6個月下跌之後首次出現微幅上漲。近日,青島市國土資源和房屋管理局局長陳立新表示,隨著各方樓市利好政策的相繼出台,青島樓市也日漸回暖。

據陳立新介紹,從青島房地產市場情況來看,今年8、9月份青島全面放開住房限購政策以後,市場成交明顯回升。在青島出台促進市場發展綜合性意見及國家出台的一系列房地產信貸優惠政策的作用下,房地產銷售形勢持續向好,去庫存化速度有所加快。有機構指出,雖然價格有下行趨勢,但整體來看,隨著各種利好政策相繼出台,明顯提振消費者信心,刺激消費者入市,也使樓市出現回暖跡象,尤其一二線城市回暖跡象更加明顯。

## 泉州辦閩台名優產品交易會



首屆閩台名優產品交易會吸引台灣參展單位近300家。

香港文匯報訊(記者 林蓉、蘇榕蓉 泉州報導)2014首屆閩台名優產品交易會暨電子商務論壇日前在福建省泉州市舉行,此次交易會共吸引台灣參展單位近300家、內地商貿機構600多家。

是次交易會展出面積10,000平方米,展出商品逾千種,近千名專業採購商,3萬多名觀眾參展、參會。

## 展品超千種 逾3萬人參會

據主辦方新輝大電子商務產業園區負責人介紹,展會設閩台名優產品展區、台灣農副產品展區、哈爾濱展區、採購交易對接展區、台灣精品館展區、特色小吃展區等。參展商品的範圍包括輕工業品、工藝品、名優農副產品、水產品及其加工品、茶葉、茶具、酒品與飲料、罐頭食品、特色禮品、特色小吃、綜合類商品等。

作為此次活動主辦方負責人,海峽兩岸中小企業聯合促進會發起人、主席呂雙輝表示,海促會目前正利用10,000多個兩岸會員企業資源,在泉州泉港致力打造一個集經貿往來、會展、會務的基地,為兩岸中小企業提供一個便捷的電子商務平台。

目前,新輝大電子商務產業園區可以提供的倉儲有

500多間,可以提供的辦公室有100多套,創業辦公室有220間,此外還有一處10,000多平米的展覽中心、論壇中心,展示中心,會議中心,這些基礎建設基本上能夠服務一個初級規模的電子商務中心。

呂雙輝稱,明年1月10日海促會將在哈爾濱舉行黑龍江省綠色農業發展論壇以及農產品展示會,目的是「帶著這些台灣中小企業到內地的城市去落地,去對接,讓他們了解各個城市的投資環境以及農業發展情況」。

此次展會台灣的參展商都是海促會會員,他們都是台灣「三中小一青」(三小:台灣中南部農民、中小企業和中低收入者;三小:小作坊、小夫妻店、小業主;一青:台灣創業青年)階層人士。

## 海促會設電商平台吸引台商

來自台灣嘉義縣的林益生,此次帶去的參展產品是魚業深加工產品。「現在台灣的80後、90後青年都很想來大陸創業。不過因為對大陸的情況不熟悉,沒有人引路,所以即使有這個想法也不敢來。海促會搭建了一個很好的平台。」

# 阿里甘肅推進「千縣萬村」戰略

香港文匯報訊(記者 崔國清 蘭州報導)「甘肅還有500萬貧困人口,人均收入低於2,300元(人民幣,下同)一年,但阿里巴巴有決心幫助甘肅改善民生」,甘肅省商務廳和阿里巴巴集團日前召開推進農村電商「千縣萬村」對接會。阿里巴巴集團農村電商工作組組長余向海向本報記者透露,馬雲將甘肅作為重要的合作夥伴布局農村電子商務,盡快在甘肅實施「千縣萬村」的試點戰略。

余向海說,甘肅有很多優質農產品「養在深閨人未識」,比如蘭州百合、苦水玫瑰、小口大棗等。這些農產品要想賣出去、賣得好必須搭上電商這個「順車」,「千縣萬村」計劃的初衷就是讓農村也能和城市享受一樣的消費體驗,讓人才可以回到農村創業,讓農民在家門口也能把農產品賣到全世界,引導和激發更多的農民變成「網民」進而成為「網商」。

## 試點縣城將設電商營運中心

但是由於目前農村的基礎設施還比較薄弱,尤其是薄弱的物流體系使得大多數農民認為網購選購「天方夜譚」,余向海說,「千縣萬村」計劃首要解決的問

題就是農村的快遞問題,每個試點縣城將設立一個電子商務營運中心,負責整合所有快遞物流到每個鄉鎮。

另外,通過每個縣級電子商務營運中心培養村級代購服務站,負責代購的村民每月可以拿到超過1,000塊錢的佣金,這對於普通的農戶來講是比較有吸引力的。余向海說,這些都不是最終目標,每個縣的電子商務營運中心還要負責村級網店的拓展和培訓,讓農民不但方便消費,更要學會賺錢。

## 農村電商計劃三年投100億

目前,阿里巴巴正在實施農村電商「千縣萬村」戰略,計劃三年投入100億元,在全國建立1,000個縣



阿里巴巴集團農村電商工作組組長余向海在「千縣萬村」對接會上發言。

## 西夏王外交使節酒港亮相

香港文匯報訊(記者 王尚勇、蘇桓稼 銀川報導)日前在香港國際美酒展舉辦期間,西夏王集團為商家與葡萄酒愛好者帶來了兩款西夏王外交使節酒——2009赤霞珠(Cabernet Sauvignon)干紅葡萄酒和2011貴人香(Italian Riesling)干白葡萄酒,同時推出的還有兩款高檔酒莊酒——西夏王玉泉酒莊天賜甘露赤霞珠(Cabernet Sauvignon)干紅葡萄酒(大師級)和西夏王玉泉酒莊赤霞珠(Cabernet Sauvignon)干紅葡萄酒(窖藏級)。

寧夏賀蘭山東麓產區得天獨厚的地理氣候條件和西夏王葡萄酒品質卓越的質量保證,讓西夏王葡萄酒越來越受到業內人士以及國內外各商界的關注,儘管近年來中國葡萄酒行業銷量都在普遍下滑,但西夏王葡萄酒銷量卻在穩中上升,並逐漸成為中國葡萄酒消費者喜愛的品牌之一。

本次西夏王外交使節酒推介會出席嘉賓,包括來自外交部駐港窗口、寧夏政府職能部門、香港各界以及寧夏農墾集團的各位領導,為本次寧夏農墾西夏王葡萄酒進入香港市場給予了極大的關心和支持,首批500萬港元的「西夏王外交使節葡萄酒」已於10月18日順利通過深圳海關進入香港市場,借此契機,西夏王將攜外交使節酒,立足國內,開拓香港,宴請世界。

## 一汽馬自達第100萬輛轎車下線

香港文匯報訊(記者 張艷利 報導)一汽轎車馬自達品牌第100萬輛轎車日前在長春一汽轎車工廠下線,這意味著一汽轎車馬自達品牌正式跨過百萬輛門檻,成為其發展史上新的里程碑。

自2002年一汽轎車與馬自達公司在上海簽署合作協議、2003年Mazda 6轎車正式投放中國市場,到第100萬輛馬自達轎車的成功下線,馬自達公司借助一汽轎車的實力,實現了經濟效益和品牌價值的雙提升;一汽轎車也通過合作平台大幅提高了製造技術水平,不斷提升產品品質,獲得市場認可,迎來了百萬輛產品的下線。

## 品質性能服務優異獲獎多

據了解,為了進一步提升服務質量,一汽轎車馬自達品牌2014年還將服務升級為「專屬服務」,為每位客戶配備一名「專屬管家」,與其他服務崗位組成服務團隊,帶給客戶最好的用車體驗和感受。

十二年間,一汽轎車馬自達品牌從單一款Mazda 6轎車發展到目前橫跨轎車、SUV、MPV三個領域、6款車型的強大陣容,憑借優異的品質、卓越的性能和貼心的服務獲得多項大獎,贏得了廣大消費者的青睞。

## Mazda 6車型享「常青樹」美譽

傳奇車型Mazda 6是一汽轎車與馬自達公司合作的首款國產車型,自上市以來憑借出色的品質以及十幾年不過時的造型,至今已銷售近80萬輛,在國內車壇享有「常青樹」的美譽。

在下線儀式上,曾參與第一輛Mazda 6轎車裝配的一汽轎車一工廠總裝車間員工徐興紅駕駛著第100萬輛轎車——Mazda 6阿特茲駛下了生產線。此外,一汽轎車還特別邀請了供應商、經銷商代表和10位標杆車主來到儀式現場,共同見證了第100萬輛馬自達轎車的下線。

中國第一汽車集團公司副總經理吳紹明稱,將與馬自達公司以更大的誠意、更多的努力和更深入的合作,為中國用戶提供更多、更好和更符合需求的產品和服務。



一汽馬自達第100萬輛轎車——Mazda 6阿特茲駛下了生產線。

## 「義烏中國小商品城」獲馳名商標

義烏中國小商品城成交額連續23年居全國專業市場榜首。



香港文匯報訊(記者 白林森 義烏報導)義烏市市場監督管理局近日透露,「義烏中國小商品城」商標已被國家工商總局認定為馳名商標,這是全國商品交易市場中首個獲得國家工商總局馳名商標認定的市場。

義烏中國小商品城是全球最大的日用小商品批發市場,成交額連續23年位居全國專業市場榜首。隨著「義烏中國小商品城」知名度、美譽度

和影響力的不斷提升,近年來,全國各地以「義烏中國小商品城」、「義烏小商品市場」等類似名稱命名的市場紛紛湧現。據不完全統計,全國各地冠名「義烏」的市場有100多家。

## 保護品牌形象權益

「這些傍名牌的市場,一定程度上影響了「義烏中國小商品城」的權益和形象。」義烏市市場監督管理局相關負責人坦言,這些市場並非義烏市政府或義烏市場投資主體投資,絕大多數與義烏市場並無關聯性,在市場規模、管理服務、商品質量等方面也存在一些問題和不足,但因為市場名稱與「義烏中國小商品城」相近,極易使社會和公眾產生混淆。

2011年10月,中國小商品城集團正式向國家工商總局商標局提交了「義烏中國小商品城」商標註冊,3年後終於被認定。