

10 天全款订单近 1000 辆 开瑞 K50 预售创纪录

本报记者 张晓梅 张晔

1月27日,奇瑞控股有限公司总经理周必仁在开瑞 K50 安徽合肥上市发布会上表示:开瑞 K50 作为创领紧凑型 MPV 全新研发思路的拳头产品,其在满足市场迫切需求的同时,更承载了重新定义该细分市场产品品质的重要责任。作为开瑞汽车旗舰新车,开瑞 K50 担当战略重任,也成为开瑞汽车加快新产品投放布局紧凑型 MPV 市场的最见证。

开瑞作为奇瑞旗下品牌,依托奇瑞成熟的 iAUTO 均衡智造技术平

台和国际一流的品质控制体系,以满足用户需求为目标,充分考虑了广大用户对紧凑型 MPV 舒适性、安全性,以及多功能实用性的需求。其新锋锐外观设计,四轮碟刹,高强度车身,高坐姿、170mm 离地间隙,一键启动、定速巡航等新技术新材料的应用,为用户提供了一个全新的驾乘体验。

开瑞 K50 定位“7 座宽体多功能 MPV”,目标用户为 20—40 岁之间,年轻、知性、注重时尚和生活品质,以“实用顾家”为核心的人群。此次发布的 K50 搭载的是曾获“年度十佳发动机”称号的 ACTECO1.5L 发动机,最

大功率 80kw,最大扭矩 140Nm,包括 MT/AT 两款动力总成在内的 7 个版型。根据乘联会数据显示,2014 年国内 MPV 销量达 131 万辆,同比增长 41.6%。其中紧凑型 MPV 销量 76.7 万辆,增长 58.6%,是 MPV 取得爆发式增长的主要因素。开瑞 K50 诞生恰逢其时。

在国内汽车市场逐步走向成熟,稳步增长的时候,内部人士分析,紧凑型 MPV 市场增速与国内消费者的购车理念悄然发生变化关系甚大。与传统商务 MPV 不同的是,紧凑型 MPV 是从“微客升级”演化而来,随着 80 后成为目前消费主体,国内的汽车

消费环境的改变,用户对于微客类产品的需求也从“纯生产工具”向“家商用兼顾多功能产品”过渡,而紧凑型 MPV 相对于微客来说,时尚的外观、更大的空间、更高的舒适性受到了越来越多传统微客用户的青睐,所以出现了爆发式增长。

开瑞 K50 严格遵循奇瑞汽车成熟的 V 字形正向研发体系,依托于奇瑞国际一流的实验设备,以轿车的工艺技术和标准打造而成。自 2014 年 9 月 2 日开瑞 K50 下线以来,便引来无数关注。据悉,自元月 15 日预售,短短 10 余天时间内,K50 已收到全款订单近 1000 辆,创造了预售纪录。

水果哥的经营之道

本报记者 陈玮英



北京美果源农业发展有限公司总经理 任相儒

“2017 年底前,水果哥计划转入创业板上市,预计上市当年公司市值约 10 亿美元。”水果哥创始人任相儒告诉记者。而这一年恰恰就是任相儒进入水果领域 10 年。

据悉,2014 年 11 月 19 日,水果哥成功在上海股权托管交易中心挂牌,企业简称“美果源”,企业代码:202292。

2007 年年底,任相儒从服务教育培训产业巨头公司转身成为水果行业的一个新兵,用智慧与勤奋赚得人生第一桶金。然而,2008 年初的憧憬与梦想很快被更残酷的现实击碎,这也让任相儒陷入前所未有的深思。

面对《中国企业报》记者的采访任相儒道出了自己的感悟:“现在回过头来再看创业之初,人往往都是依赖过往的成功经验,但是经验有时是害人的,过往的成功不可能一直复制,因为内外环境随时在发生变化。”

那时,为了实现所销售的水果都能达到原味水果的标准,任相儒带着团队考察了 500 家优质水果基地,花费了大量时间和精力寻找基地。“现在如果重新来过,单纯从做生意的角度来讲的话,我肯定不会先去找基地,而是先找客户”。不过,在筛选基地的过程中,水果哥团队学到了大量水果相关知识,使得这个团队变得更加专业,同时也能保证为客户提供更为优质的产品和服务。

在任相儒看来,商业模式其实就是解决最基础的三个问题:卖给谁?卖什么?怎么卖?

目前,水果哥所面向的群体是有关爱与健康理念和意识的精英人群,以会员体系为服务模式;水果哥主要是提供水果系统解决方案,与水果哥并行的品牌美果源则是销售原味水果。

对于怎么卖?任相儒介绍说,“我们提出 O2O, 线下体验,线上下单。同时运用互联网思维,也涉及一部分推荐式营销(体验式营销+口碑传播),还有社群互动模式(充分调动用户的参与感),还有分公司加盟等。”水果哥整合 O2O——体验店+移动互联网商业模式,让注重生活品质的城镇居民享受到原味水果系统解决方案带来的益处,这个过程中水果哥也在鼓励和支持更多的农业生产者坚持生态和环保的种植方式,对改善生态环境持续贡献力量。任相儒说,“所有这些都不断的优化,好的商业模式一定是做出来的,我们希望能更好地整合上下游资源,最终达成农民、市民、环境共赢的美好局面。”

“金玛商业模式”实现消费变投资

“金玛商业模式”是在世界新经济研究院院长陈瑜教授所著《消费资本论》、《消费者也可以成为资本家》理论之上创新而成

钟启

1月27日,金玛“消费变投资”商业模式落地发布会暨东北万庄和金玛超市践行“金玛商业模式”启动仪式在唐风温泉成功举办。会上,金玛集团宣布“消费变投资、投资变股东、股东能分红”全新商业模式落地。据悉,“金玛商业模式”是在世界新经济研究院院长陈瑜教授所著《消费资本论》、《消费者也可以成为资本家》理论之上创新而成。

消费资本论提出,当消费者购买产品时,生产厂家和商业企业应把消费者的采购视同对本企业的投资,并

按一定时间间隔,把企业利润一定比例惠及消费者。消费者的购买行为,把消费者从产品链末端以投资者的身份提升到前端,使消费者在购买产品时,分享企业成长的成果,使消费和投资有机结合,从而使买卖双方在这种条件下合二为一,成为一体,于是消费者同时又是投资者,消费转化为资本。

金玛集团将消费者在平台消费的消费额除了购买到等价商品之外,还有成为这个平台的分红股东的机会,享受平台做大做强的红利。平台上游的产业联盟企业愿拿出一定的股份和利润,通过正式股东、协议股东和幸

运股东的方式,量化和分配给广大消费者,同时承诺一定的董事和监事由消费者代表产生,消费股东永远不承担企业亏损,永远是优先股东。

这究竟是赋予消费者的新权力,还是营销手段、炒作噱头?随着金玛集团董事局主席王延和创新商业模式的提出,所有震惊、疑惑、兴奋、期待的目光,都聚焦到脱胎于消费资本化理论的“金玛商业模式”上。对此,清华大学中国与世界经济研究中心主任李稻葵表示,传统的分析框架认为今天有付出,未来有回报都是投资,而消费资本论是一种新提法,对于这种模式需要关注调研。

行动教育： 新三板管理教育第一股

1月28日,上海行动教育科技股份有限公司在中小企业股份转让系统成功挂牌,简称行动教育,证券代码 831891,是中国第一家挂牌“新三板”的企业管理教育培训机构。公司成立于 2006 年 3 月,专注于为中小微民营企业提供管理教育和咨询服务,公司在企业家高端管理培训机构中排名第一,是业内公认的“中国实效企业培训咨询第一品牌”。目前已有超过 5 万家企业,11 万名企业管理者走进行动教育。与此同时,行动教育还延伸出创业、创新加速器孵化平台等系列服务。

推广服务及价格

套餐包

- (1)《中国企业报》纸质版 周一刊,单彩、新闻纸,逢周二出版,全年共 48 期,每期 32 版。
- (2)《中国企业报》电子版 逢周二随《中国企业报》纸质版同步更新。
- (3)《中国企业报》新闻客户端(掌上通) 周一至周五每日更新,每日不少于 10 条信息或不少于 5000 字。
- (4)套餐包不单独订阅,打包价 288 元/份,即 288 元即可获得一份《中国企业报》纸质版、一份《中国企业报》电子版、一枚《中国企业报》新闻客户端(掌上通)。

《中国企业报》单印张推广服务

切实做好经营客户的报纸定向传播、推广服务,满足经营客户需求,促进有效发行。

《中国企业报》企业信息数据库

以内容价值产品为主,集成分行业或区域《中国企业报》刊载过的企业信息,为企业和客户的信息数据支持。年价 1200 元/份。

推广服务及订阅

套餐包

- (1)《中国企业报》纸质版 实行自主发行,即物流渠道+地方机构投递或委托第三方投递。报纸在北京印刷,通过物流渠道分发到各区域,由地方机构投递或委托当地发行公司投递。
- (2)《中国企业报》电子版 订户登录《中国企业报》电子版网页,在线阅读。
- (3)《中国企业报》新闻客户端(掌上通) 订户下载安装《中国企业报》新闻客户端(掌上通),在线阅读。

《中国企业报》企业信息数据库

用户登录《中国企业报》企业信息数据库网页,输入用户名和密码登录系统(即获得阅读检索权限),在线阅读检索并提供适量下载。



《中国企业报》是一家主要以企业和企业家为报道对象的中央级报纸,《中国企业报》股份有限公司是率先经非时政类报纸出版单位改制后组建的传媒文化公司(集团),经过三年多的发展,已突破了单一平面媒体经营模式,按照媒体生态业态演进、传媒价值链逻辑、市场及客户新需求等,创新构建了“一专三全”的业务架构(即:为企业和企业家提供专业的综合资讯服务,全媒体、全产业链、全球化视野),报网媒体平台、新兴业务、新技术应用等快速融合,形成了独特的“新闻公信力→用户影响力→(大)数据支持→针对性创意→(行业)制高点活动→多维化服务”的商业模式,引入新技术思维和专业化平台,打造了企业传媒(大)数据、舆情(数据)监测分析、企业咨询等新型服务业务,整体业务初步实现了转型升级,业绩连年上升,新闻影响力、品牌内涵价值逐步提高,成为财经传媒业改革创新“试验田”,未来创新发展的空间巨大。

中国企业报
China Enterprise News

2015 年发行推广服务

- 套餐包 即《中国企业报》纸质版 +《中国企业报》电子版(在线阅读) +《中国企业报》新闻客户端(掌上通)
- 《中国企业报》(单印张)推广服务
- 《中国企业报》企业信息数据库



中国企业报发行部: 010-68701057 68735752