

联手庞大集团 构建新能源车营销新模式

北汽首批电动汽车京城开售

本报讯(记者 杜兰)近日,庞大集团北京分公司与北汽新能源汽车厂家合作,首家取得北汽新能源汽车在京的销售权。

战略合作,并积极构建新型新能源汽车营销模式。该公司为北京区域客户免费提供北汽新能源汽车试驾体验。

车客户安装充电设备,客户只需提供电源接口即可;每年还将为购买新能源汽车的客户提供为期10天的免费代步车。

北汽新能源厂家完全自主研发,拥有多项专利技术。该车最高时速可达120公里,单次充电续航里程为140公里。

0.8-1.0元/度,其每百公里费用大约为15元,比汽油车节省约50元/百公里。

春茶价格暴跌近八成

本报讯 春茶市场一片惨淡。受南方寒冷气候影响,春茶市场供应量大幅下跌。由于供应量不足加之本身“珍贵”,春茶市场价格一直居于高位。

马连道茶市一位销售人员表示,往年宜宾春茶价格最高售价为3000元/斤,而今年最贵只有往年1/5的价格。

中国茶叶流通协会发布的2014年中国茶产业形势报告显示,受国内外经济环境影响,除云南普洱茶和福鼎白茶价格继续保持上涨外,其他高档名优茶价格去年就大幅下跌。

来自北商商业研究院的分析显示,受市场环境的影响和人力、房租等各项成本的水涨船高,今年茶市难言景气。

(商文)

研究机构分析指出 银行理财透明度亟待提高

据新华社电 银行理财产品发行数量与规模快速增长近年来已成为市场趋势。不过有机构指出,不少商业银行对理财产品信息披露不足。

金融理财市场研究机构普益财富近日表示,估计全国范围内有超过200家商业银行发行理财产品,其中有不少商业银行,特别是城市商业银行、农村商业银行和农村信用社在产品发行、到期和运行方面信息披露不足。

普益财富统计数据显示,截至2013年12月31日,国内商业银行发行的理财产品数量达到47008款,与2012年相比增幅达到29.58%。

普益财富分析师叶林峰指出,整体来看,在当前监管政策没有严格界定理财产品信息披露相关标准的情况下,银行理财产品信息披露在各银行之间差异巨大。

叶林峰认为,从产品发行信息披露来看,一方面部分银行对于其发行的银行理财产品并不予公开披露,这令欲购买该银行理财产品的客户吃了“闭门羹”。

据该机构统计,2013年第4季度所有到期的理财产品中,有接近40%的产品没有披露到期收益率;有37家银行未披露到期收益率的产品数量占到其到期产品总数的比例超过90%。

闲置物品 典当行里“活”起来



即日起至2月28日,如果您家里有闲置不用的物件打算出手,都可以到宝瑞通典当行将礼品“复活”。

春节一过,很多人家里会富余不少礼品,有的礼品自己用不上,又不好转送他人,而一般的礼品回收店对礼品类别又有严格的限制。

记者 陈艳红/文 董一鸣/摄

电商逐鹿生鲜市场

本报讯 日前举行的“中国食品(农产品)安全电子商务高层研讨会”上透露,近年来我国农产品电子商务快速发展,目前各类涉农电子商务平台已超3万家。

份报告认为,近年来我国农产品电子商务的快速兴起,是在国内计算机互联网技术迅速普及,农业、物流业不断发展的背景下实现的。

报告认为,农产品尤其是生鲜类食品由于其本身的特殊性,给电商企业在产品选择、冷链保鲜、物流配送等方面提出

了新要求,也催生了包括第三方商家入驻、自营直销、自建冷链物流等一大批新型网络零售业态。

与会业内人士表示,我国农产品电商方兴未艾,但总体处于起步阶段,在法律规范、诚信体系、标准建设、食品安全风险管控等方面仍有很多工作要做。

司副巡视员聂林海表示,发展农产品电子商务、推进我国农业信息化建设,克服了传统农产品交易方式中的信息不对称,有利于通过集成市场供求信息,解决农产品“卖难”“买贵”的周期性问题。



去年北京旅游收入同比增一成 “老字号”美食推广今年持续升温

本报讯(记者 王璐)2月21日,记者从2014年北京旅游工作会议上了解到,去年本市旅游总收入达到3963.2亿元,比上年增长9.3%。

老北京文化等文化内涵,展示和扩大北京传统文化的魅力,为市民和游客提供具有北京特色的旅游产品。

来自市旅游委的统计数据显示,2013年本市旅游总人数达到2.52亿人次,比上年增长9%;旅游总收入达到3963.2

亿元,比上年增长9.3%。市旅游委主任周正宇表示,今年北京旅游工作将围绕全年旅游总人数和总收入同比增长9%,旅游购物和餐饮消费占全市比重达25%的目标开展。

据悉,2014年,市旅游委将全力打造“北京礼物”品牌,举办

2014第三届北京国际旅游商品博览会,第十一届“北京礼物”旅游商品大赛,推动“北京礼物”进入2014巴西世界杯。

■记者 董一鸣 摄

小米手机新加坡开卖

本报讯 日前,中国手机制造商小米公司旗下智能手机小米开始在其网店向新加坡市场销售。

该公司高端产品小米手机3也计划3月7日在新加坡市场上市,售价419新元(约合331.2美元)。

为迎合新加坡本地市场,在新加坡销售的红米手机搭载了特别制作的新加坡MIUI主题,里面的壁纸、锁屏、图标等都包含了滨海湾金沙、鱼尾狮、摩天轮等新加坡主题元素。

新加坡是小米迈向国际市场的第一步,是小米公司的国际业务总部,公司将来也将把一些研发活动转移到新加坡。

(宗禾)

中国石化北京石油分公司巨各庄加油站

变思路找出路 农网小站“转身”盈利



中国石化北京石油分公司巨各庄加油站位于密云县巨各庄镇,是一座日均出库不足2.5吨、非油品销售日均百余元的典型低销低效站。

主动出击 “抓”来大客户

巨各庄加油站地处经济并不发达的农村,周边可开发的客户十分有限,加之罩棚陈旧、年久失修和进出口标识不明显等原因,很难吸引顾客进站消费。

亮丽的风景。面对改造后的加油站,员工们的心也跟着亮堂起来,他们决心要转变思路,不能坐等顾客上门,而是要用发现的眼睛寻找新客户。

2013年8月,有一个车队来附近矿“山拉矿石。乔玉良与车队老板取得联系,并向其介绍中国石化加油卡的主卡功能。

起初,老板对乔玉良的建议并不感兴趣,认为中国石化加油站优惠幅度没有周边社会站的大。

大。之后,乔玉良又主动找到车队老板,建议他在加油站附近的一片空地上进行交接班,这样加油站不仅可以为司机和押运员免费提供热水,而且他们还可以在站上吃油面、购买食品。

外卖营销 “送”来真信赖

为了提高非油品销售额,巨各庄站根据农民群体消费特点,将适用于农村的米、面、油等商品摆到了显眼的位置。

在乔玉良的引导下,每位员工的街坊邻居都成了他们义务送货的客户群,尤其是在农忙时,员工更是主动将水、食品及村民们的需求品送到田间地头。

管理提效 “省”出高回报

油品和非油品销售打开新局面后,乔玉良决定趁热打铁,狠抓站内管理。在站务会上,他经常对大家讲:加油站就是我们共同的家,俗话说得好,“成由节俭败由奢”。

定期对油罐车从油库到油站的运输过程进行监控,严控运输损耗,对运输中出现的超耗量及时按照相关程序进行索赔。

在乔玉良的带动下,全站员工都处处精打细算:加油站的扫帚使用频率高,每隔一两个月就要换新的。

■记者 冯晓彤 通讯员 杨和