

澳蓝拍摄企业形象宣传片



日前，澳蓝已完成企业形象新宣传片的拍摄工作，2015年版本的宣传片呼之欲出。此次企业形象宣传片由澳蓝影视剧组拍摄制作，摄制组从生产、研发、销售、企业文化等方面入手，对生产车间、实验室、展厅、办公区等场所进行取景，全面展现出澳蓝蓬勃发展的新风貌。



在摄制过程中，公司上下全力支持配合，澳蓝同仁们或大方出镜，或积极协助，爽快热情、真诚互助，使拍摄工作得以顺利进行。特别是生产场景和研发场景的拍摄工作十分辛苦。为了使拍摄工作能高效完成，摄制组连续多个工作日直到晚上7-8点才收工，表现出了良好的职业精神。

黄华铃董事长表示，企业宣传片是企业文化的浓缩，既能让更多的人更深入地了解澳蓝，也能够激发所有澳蓝人的斗志。此次澳蓝拍摄宣传片，意在向公众展示企业实力、社会责任感和使命感，增强企业的知名度和美誉度，感受新时代下不一样的澳蓝。

澳蓝出击青岛药机展

49届全国制药机械博览会暨2015中国国际制药机械博览会在青岛国际博览中心举办，来自全国各地及欧洲、美国、韩国、日本、印度等地的展商参展。

据了解，全国制药机械博览会作为国资委和商务部重点支持的展会，集产品推介、技术交流、技术合作及贸易于一体，是全球规模最大的制药机械行业专业展会。此次展会参展厂商共有一千多家，其中包括十多家上市公司，展品类型主要包括原料药机械与设备、药品包装机械、制剂机械、药物检测设备、药用粉碎机械、饮片机械、制药用水设备、其他制药机械与设备等。

展会作为新品推广的重要途径，澳蓝紧抓此次良机，根据展会特性，推出深度除湿机组。据介绍，该机组适用于有低湿要求的工业生产车间或仓库，如制药、电子、生物制剂、锂电池、食品、军工等行业。负责新品销售的尹进福总监指出，深度除湿机组只是澳蓝新品——溶液调温调湿空调机组的一种，它可以满足制药企业GMP车间湿度要求在10%以下的生产工艺要求。此外，根据排风量、送风量以及温湿度等要求，溶液调温调湿空调机组还分为全热回收型新风机组、预冷型新风机组、全热回收型全空气机组、预冷型全空气机组、除湿烘干机组，也可根据客户需求量身定制。此次参展，澳蓝与广大制药厂商进行密切地交流，更加深入了解了客户的需求，为更好地推广和改进新品提供了最有价值的意见和建议。



行业资讯

PPP模式助力轨道交通 中央空调搭顺风车

名词解释：

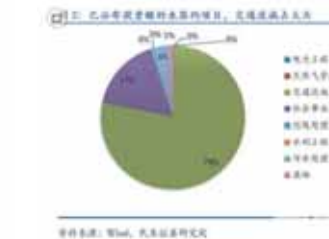
PPP (Public-Private-Partnership) 是一种公私合作模式，是公共基础设施中的一种项目融资模式。在该模式下，鼓励私营企业、民营资本与政府进行合作，参与公共基础设施的建设。

炎热的五月即将过去，在这个厄尔尼诺肆虐席卷各大城市的季节里，中央空调市场依旧显得有些乏力，多数企业的反馈信息并不是很乐观。一场PPP盛宴仿佛一剂强心剂注入轨道交通行业，这对与轨道交通行业关系密切的中央空调企业来说，将是极其振奋人心的消息。

统计显示，省市级地方政府共推出总额约为2万亿元的PPP项目，其中有9000亿项目公布了具体的项目投资额。到目前为止，签约的项目约为3350亿元，占总额的1/6。在未签约项目中，主要为交通设施、社会事业、水利工程、污水处理和垃圾处理等项目。

这里的交通设施包括轨道交通、高速公路和铁路等项目。已公布投资额的未签约项目中，交通设施占比为78%，远超其它领域项目投资之和。在已签约的项目中，交通设施投资额占比也达63%。交通设施成为PPP盛宴中重要的一道大菜。伴随着轨道交通的飞速发展，相关配套设施项目成为不少企业新的规模增长点。面对这块庞大的市场蛋糕，暖通行业的竞争进入了白热化的地步。国内一线空调品牌纷纷担起轨道交通中央空调项目的重任，不甘落后地深耕轨道交通领域。

中央空调领军企业早早的就瞄准了轨道交通这一庞大的市场。对于轨道交通而言，大多数都属于超大项目，在PPP合作模式的推动下，获得这些项目的企业无疑是得到了“国家认可”这一金字招牌。即便PPP项目回报周期长，近期内所展现成果不显著，但对于中央空调行业遇冷的当下来说，也起到一定的强心剂作用。



澳蓝再创佳绩，提前预热市场



业、服务业、医疗卫生业、通信业、养殖业、交通运输等各大行业的具体需求。澳蓝在不断培育新兴应用领域。开发国内外客户的基础上，销量不断增长，进一步扩大了蒸发制冷行业的市场渠道。

完善销售渠道，抢占市场

在长期的发展过程中，澳蓝形成了以研发和销售为导向、创造高附加值的业务模式，建立了技术研发平台与产品营销平台互为依托的公司架构，采取了以发展经销商、代理商为主的

销售模式，即通过经销商与代理商服务终端用户。在国内市场，澳蓝在全国建立了四十多个分公司、办事处，销售网络遍布全国。在国际市场，经过澳蓝人的辛勤耕耘，澳蓝的国际销售网络逐渐完善，代理商遍布欧洲、美洲、中东、东南亚、非洲、大洋洲等六十多个国家和地区，是国内同行

一直以來，澳蓝始终秉承“走标准化、规模化、现代化、国际化的经营之路”的经营策略，坚持“热情、高效、主动、优质”的服务理念，努力为客户提供更好更优质的服务，积极回馈客户，赢得广大客户的信任和喜爱。未来，澳蓝将继续以市场为导向，探索更加适用企业的销售模式，与广大客户携手，开创新的局面。



南北方连日来的高温天气，让“靠天吃饭”的国内空调市场开始“升温”。堆叠如山的待装货物，上下忙碌、配合熟练的工人，出入频繁的大货车——四月以来，澳蓝工业园内呈现出一派繁忙景象，澳蓝蒸发式冷气机产品远销世界各地。

实施差异化战略，细分市场

澳蓝蒸发式冷气机凭借着节能、环保的优势，充分把握不同行业用户对制冷设备的投入成本、使用成本、制冷效果的不同需

求，不断培育新兴应用领域。开发国内外客户。如纺织行业，由于大型的生产设备发热量大，即便是冬季，车间温度也可达到30℃以上，对企业而言，传统中央空调的使用成本是一笔巨大的财务支出。此外，纺织行业对环境湿度的要求，也让用户在加湿系统方面投入不菲费用。而蒸发式冷气机一步到位地解决了该行业的降温、通风、加湿问题，契合了市场需求。十多年来，澳蓝产品正是在全面分析不同行业需求的基础上，率先开辟了网吧、通信业等众多新的应用场所，转变了市场对该产品的简单认识，也不断培育了新兴的市场需求。目前，澳蓝已自主研发了新风、风池、风幕、风帅、静音王等系列近百款蒸发式冷气机，同系列产品还细分为不同风量的机型，以满足工业、商

务模式，即通过经销商与代理商服务终端用户。在国内市场，澳蓝在全国建立了四十多个分公司、办事处，销售网络遍布全国。在国际市场，经过澳蓝人的辛勤耕耘，澳蓝的国际销售网络逐渐完善，代理商遍布欧洲、美洲、中东、东南亚、非洲、大洋洲等六十多个国家和地区，是国内同行

这些利好因素能扭转家用空调僵局吗？

随着房地产市场的逐渐回暖，成交量再创六年同期新高。根据维数数据预测，未来三个月，全国范围家庭打算购房的比例占到2.2%；其中一线城市新增需求1.74%，约44万套；二线城市新增1.7%，约202万套；三线城市新增1.4%，约140万套。此外，降低二套房首付比例、营业税5改2、提高公积金利用率、银行多次降息等楼市松绑政策不断利好，也让此前观望的楼市买家带来了新动力和新希望。

楼市回暖，拉动内需还要时日



随着房地产市场的逐渐回暖，成交量再创六年同期新高。根据维数数据预测，未来三个月，全国范围家庭打算购房的比例占到2.2%；其中一线城市新增需求1.74%，约44万套；二线城市新增1.7%，约202万套；三线城市新增1.4%，约140万套。此外，降低二套房首付比例、营业税5改2、提高公积金利用率、银行多次降息等楼市松绑政策不断利好，也让此前观望的楼市买家带来了新动力和新希望。

高温天气几率大，井喷现象难再现

据国家海洋与大气管理局的气候学早前宣布，厄尔尼诺事件再次来临，2015年可能成为有气候记录以来最炎热的一年。美国国家气象局气候预报中心近期也指出，厄尔尼诺现象持续到今年夏季末的几率将达到90%，远高于其此前预期的70%，厄尔尼诺现象持续到今年年底的几率预计将达到80%。

断裂而被淘汰，完成行业洗牌过程。

随着房地产市场的逐渐回暖，成交量再创六年同期新高。根据维数数据预测，未来三个月，全国范围家庭打算购房的比例占到2.2%；其中一线城市新增需求1.74%，约44万套；二线城市新增1.7%，约202万套；三线城市新增1.4%，约140万套。此外，降低二套房首付比例、营业税5改2、提高公积金利用率、银行多次降息等楼市松绑政策不断利好，也让此前观望的楼市买家带来了新动力和新希望。

一般情况下，高温天气必然推动空调、电扇等制冷降温家电的销量，2015年还能延续类似的奇迹吗？

随着房地产市场的逐渐回暖，成交量再创六年同期新高。根据维数数据预测，未来三个月，全国范围家庭打算购房的比例占到2.2%；其中一线城市新增需求1.74%，约44万套；二线城市新增1.7%，约202万套；三线城市新增1.4%，约140万套。此外，降低二套房首付比例、营业税5改2、提高公积金利用率、银行多次降息等楼市松绑政策不断利好，也让此前观望的楼市买家带来了新动力和新希望。

编辑点评

纵使房产持续回暖、天气持续炎热，也始终没法从根本上解决空调行业产能过剩、同质化、价格竞争等问题，更不能仅靠希望于这些天气等偶发性利好因素。而是要回归产品本源，加大技术的创新和研发，以市场消费需求为出发点，来打造自己的卖点，加快空调产品结构的提升。同时，还要注重营销模式的创新与完善，如巧妙运用互联网技术的驱动力推广和销售产品。“互联网+”的无限延展性无疑是家电业今后不容忽视的利好因素。