

两型城市是一把“金钥匙”
——访中共安徽省淮南市委书记杨振超

■ 本报记者 沈海燕

记者:淮南要走出这个周期律,应该怎么办?
杨振超:我们认为建设两型城市,就是走科学发展观的道路。可以说,两型城市是解决淮南面临问题的一把“金钥匙”。淮南的交通区位、资源禀赋、文化底蕴、市场潜力,还有未来产业上升的空间,都非常大。要实现建设两型城市,首先需要改变观念,最终是要做到“矿竭城在”可持续发展。
记者:两型产业是两型城市的最大支撑力,在产业上如何构建才能打造出两型城市的“淮南之力”?
杨振超:淮南的两型城市是新型工业化、新型城市化、农业产业化三化同步。首先要

要有产业厚度,就是建设现代能源产业体系,打造千亿级煤炭产业集群、千亿级发电产业集群。二是产业高度。以基础产业作保障,先进制造业做支撑,高新技术产业做先导,战略性新兴产业做引领。三是产业深度。淮南与中石化合作,在煤化工上发展煤制乙二醇、煤变油的中间转化剂等。四是产业广度。淮南的煤要从动力煤变成化工原料煤,由能源燃料变成化工原料,这是一场革命。据测算,煤转化为电,增值在2倍左右,而煤转化为化工产品,增值在5到20倍左右,要把煤中的微量元素提炼出来,开发成产品。

记者:在淮同城化建设方面,淮南积极主动,赢得外界高度评价,淮南是如何顺势而为的?
杨振超:淮南积极主动融入合肥经济圈,就必须把握天时之势、用好地利之便、发挥人和之力。事实证明,合淮同城化对淮南的发展推动极大,如果淮南不是创造性地提出合淮同城化,就很难创造性地融入合肥经济圈和皖江城市带承接产业转移示范区,淮南在全省的区域发展布局就将更加被动。

一淘网:将打造
全方位比较购物网站

对于日前阿里巴巴旗下购物搜索一淘网与京东商城“屏蔽门”引起的巨大争议,一淘网近日通过微博发出声明表示,“任何新事物的发展都不会一帆风顺,开放与合作也不会一蹴而就。一淘将继续定位于帮助消费者在全网范围内方便、聪明地比较购物,让商品更透明、优质、有保障,让消费获得更多实惠,同时也让商家获得更多的消费者。”

虽然一淘网声明“新事物的发展不会一帆风顺”,但其迅猛的发展势头令业界惊叹,数据显示,从6月份正式独立到现在才四个月,其已经收录了超过2700家B2C网站的商品信息以及600多家团购网站的信息。另外有超过500家网站已经与一淘网的“一账通”服务建立了合作,其中包括凡客、库巴网、新蛋等业内排名前十位的B2C网站。

据了解,一淘网大力推崇的“比价”功能自上线后颇受消费者欢迎,正潜移默化地改变中国网民购物习惯。越来越多的消费者在购物前通过该功能“货比三家”,寻找最实惠、最优质的商品。10月,一淘还推出了手机端的比价应用软件,帮助消费者在线下商城购物时随时随地通过手机上网进行比价。尽管该功能遭到了传统线下商城的抵制,但消费者却青睐有加。线下零售巨头也开始把战火向互联网转移。10月27日,国美宣布旗下官方商城接入一淘“一账通”服务体系,淘宝和支付宝注册用户可以通过一淘网免费注册直接购物国美电器官方商城的商品。据一淘网透露,目前包括物美、银泰、仁和春天等线下知名零售巨头的官方网站都已经加入了一淘“一账通”合作体系。

无论是在线上还是线下,“价格战”已经屡见不鲜,但此次一淘网引起的屏蔽风波暴露了中国电商的矛盾心态。一方面想通过价格战来吸引消费者,另一方面一淘网也让信息更加透明化,电商企业在比价时面临的“底价”成本也激增。业内人士分析认为,一淘网的比价功能符合消费趋势。中投顾问研究总监张砚霖指出,未来电商企业如何获得用户青睐才应该是重点,一淘网通过将全网信息进行抓取并整合,为用户提供更加透明化的网购环境,这一理念满足了消费者“物美价廉”的购物需求。

B2C未来的出路不仅仅是比价,未来B2C需要比的应该是品质、物流、服务等综合因素。对中国B2C商家的不同表现和反应,一淘网也正在积极思考和应对,其官方微博表示:“我们注意到业内对一淘的种种关注,我们会和一淘网的合作商家进行更深度的数据整合,一起帮助消费者获得商品信息、服务、保障、物流、价格、支付等全方位的比较购物服务。”

(王 莺)



10月25日晚,在北京饭店金色大厅,NE·TIGER“唐·境”高级定制华服发布会作为本届中国国际时装周的首场大秀,再次拉开了这一次时尚盛宴的序幕。传世千年的唐风华服,镜中空灵的T台秀场,润净心池的天籁之音……NE·TIGER为全场500多位嘉宾开启了一场超越感官,澄澈心境的境界之旅。NE·TIGER又为中国时尚界、服装界开创了一个新的境界。

境界,是设计师之魂,是品牌之极。连

续10年作为中国国际时装周开幕大秀的品牌,NE·TIGER一直在追求至高境界。而今年的“唐·境”,更是将唐朝之境界,以发布会的形式,华丽呈现。说到本次发布会的主题“唐·境”,NE·TIGER创始人,“唐·境”系列华服的总设计师张志峰先生解释道:“唐朝,是中国古代经济、文化最璀璨的时期,更是当时世界的中心,中国服饰文化在此朝此代掀开最绚烂的华彩,而造就这一切的根源是民族强盛,文化繁荣。唐太宗李世民那句

名言‘以铜为镜可以正衣冠,以人为镜可以明得失,以史为镜可以知兴替。’千古传颂,千年轮回。NE·TIGER‘以唐为镜正华服,以唐为境知华仪,以唐为敬明华夏。’所以,我们本季的主题定名为‘唐·境’。”

“唐·境”,以唐为体,以境为魂。重在重现唐风华服的极致丰韵,更重在传递华服背后博大精深的文化内涵。此次的设计,深受西域各民族文化的影

响,一如唐朝服饰之博采众长,斑斓绚丽,可谓“冠服之丰美丽,妆饰之奇异纷繁”。设计师将不同的民族精神和文化交汇融合,与NE·TIGER“融汇古今贯通中西”的设计理念不谋而合。整场展示,可谓融汇穿越千年的章服裙裾,贯通相交织错的中西文化。在“唐·境”中我们看到了波斯、天竺的西域风情,看到了盛世大唐的襦衫半臂,由此体验到自唐以来儒释道文化的交融辉映。“唐·境”,让人们感受华服



一淘网:将打造
全方位比较购物网站

■ 本报记者 梦 杨

本报讯 日前,由中国服装协会主办的中国服装大会在北京隆重举办。中国服装大会以推动品牌提升、推动产业升级、推动行业可持续发展、带动服装相关产业链进步为目的,广邀业内外人士交流探讨,希望通过对发展趋势的研讨、成功经验的总结和经营智慧的碰撞,为品牌提升提供可行之方略,为企业发展提供可鉴之思路,为行业进

步提供可信之方向。

中国服装大会期间,召开了中国服装协会五届六次理事会及男装、女装、童装、服饰、服装辅料、内衣等专业委员会联合年会,以及以“资本的力量”、“电商的力量”、“产品的力量”、“整合的力量”、“文化的力量”、“模式的力量”、“跨国”的力量”、“科技的力量”为核心议题的多场平行会议和高端论坛。会

议期间,还举办了中国服装协会成立20周年晚会。

此次会议的宗旨在于,通过中国服装大会持续举办,系统解构全行业产业链集成创新体系的构成要素,最终推动以企业为主体,以市场为主导,以科技、文化和人才为支撑,以产业转型升级为目标的产业链集成创新体系的形成。

(沈海燕)

拓陆者引领福田汽车全球战略

2020战略的发布,全面展现了福田汽车征战全球市场的决心。战略目标阐明,到2020年,福田汽车海外销量将达到150万辆,占总销量的38%左右,完成全球化市场和产业布局,成为名列前茅强的世界级主流汽车企业,并且拥有世界级业务规模和企业发展能力,成为一家国际化公司。

在谋略全球市场的抱负,福田汽车的一系列举措像一套完整的战术组合拳。而在全球化发展的道路上,康明斯和戴姆勒·奔驰扮演着两个重要的角色。核心技术共享和优势资源的整合,使得福田国际化的步伐如同插上了双翅。“福田汽车与康明斯的合作是福田打入国际市场的关键因素之一。”福田汽车集团副总、海外事业部总经理王向银介绍。与国际发动机巨头的合作,不仅让福田增强了技术研发能力,还能依托康明斯完善的全球维修服务网络扩大销售范围。

而福田汽车与戴姆勒·奔驰的合作,更是使福田汽车快速掌握全球化发展所需资源、提高自主研发能力和自主品牌知名度提升的重要战略。在合作中,双方的资源实现了共享。福田欧曼可以享用戴姆勒奔驰品

牌重卡的销售、服务网络,在国际上进行销售,而福田汽车则提供了产能保证。福田汽车与康明斯及戴姆勒·奔驰的合作,使福田汽车核心的技术壁垒实现了突破,全面完善了谋略全球市场所面临的核心难题,为2020战略的实现提供了强大的后盾支持。

然而,意图与国际先进汽车企业一比高低的福田汽车,急需拥有一款征占全球、面向国际市场、具备高级制造工艺的车型,是福田汽车践行2020战略的关键支撑。此时,拓陆者的出现就显得恰如其分。作为福田汽车向高端皮卡市场发起冲击的扛鼎之作,拓陆者以福田研发团队为基础,引入了欧美日近50名资深专家,联合康明斯、博世、大陆、ZF、德纳及荻原等30多家国际高品质供应商,历经36个月,严格按欧洲技术标准,开发出满足国内外皮卡主流市场的全球平台车型。

拓陆者在产品创新、技术创新、品牌创新等领域的领先性,为福田汽车的海外销售奠定了坚实的基础。来自南非的福田汽车经销商说:“福田汽车产品品质已在南非得到了广泛认可,拓陆者的推出将会进一步强化福田品牌在南非的影响力。

徕卡相机获
黑石战略投资

■ 本报记者 沈海燕

国际著名资产管理与金融咨询巨头黑石集团,即将成为德国徕卡照相机股份公司新的股权持有者。黑石集团和徕卡的大股东ACM公司已就此达成协议,由黑石集团掌控的基金将收购徕卡公司44%的少数股权,目的是为了支持徕卡的全球发展计划,包括大举进军中国市场。黑石集团的业务范围遍布全球,在亚洲的业务尤其显著。该集团拥有的开发资金和战略性的专业能力,将会帮助徕卡公司实现其新的发展目标。

(沈海燕)

“唐·境”开新
——NE·TIGER上演中国国际时装周开幕秀

名言‘以铜为镜可以正衣冠,以人为镜可以明得失,以史为镜可以知兴替。’千古传颂,千年轮回。NE·TIGER‘以唐为镜正华服,以唐为境知华仪,以唐为敬明华夏。’所以,我们本季的主题定名为‘唐·境’。”

“唐·境”,以唐为体,以境为魂。重在重现唐风华服的极致丰韵,更重在传递华服背后博大精深的文化内涵。此次的设计,深受西域各民族文化的影

之美的同时,亦体味到心灵的升华。

升华,自发布会伊始,“清凉妙音天女”敬善媛那第一个生命音符甫一出世的瞬间,在镜中空灵的秀场上,唐韵华服伴随着天籁之音,飘入了每一位观者的心灵。《辩才天》、《心经》……此刻已完美融入到华丽的霓裳之中,38位模特,38件华服,在此刻将NE·TIGER的艺术演绎成一个灵性境界,一个震撼感官、净化心灵的境界。

境,由心入境,由心而净。张志峰先生为此说到:“正如禅语所言‘每个人都有一片净土’,这片净土就在我们心里。今天,我们要把心里的这片净土变成一种现实呈现给大家。同时,我们亦通过净化自身的心灵,去影响周围的人,净化环境,使我们的环境变成极乐净土。NE·TIGER一直都在追求这种境界,我们不仅仅要重现历史的华美,更要发扬文化的伟大,这就是我们的境界。”

品牌资讯

淮南中博会上结硕果

■ 本报记者 吴 刚

本报讯 日前,安徽省淮南市在第六届中国中部投资贸易博览会上经贸合作签约金额创历史新高。签约项目具有特色明、内容实、质量高、金额大、领域广五个特点。

实际签订战略合作协议1个,签约项目28个,总投资89.99亿元,是第五届中博会招商25.7亿元的3.5倍。其中:合同项目13个,投资额65.8亿元;协议项目15个,投资额24.19亿元。在安徽省煤资源利用暨旅游合作研讨与对接会上,成功签约煤化工合作协议、年产一万吨YJ内资合作建设协议、东联油脂三期项目、日产500吨大米加工项目等4个项目,总投资6亿元。

左岸服饰提升品牌竞争力

■ 本报记者 李 洋

本报讯 10月26日,ZUOAN左岸服饰CEO兼首席设计师洪金山,分别与国际知名时尚与生活方式研究机构巴黎Nelly Rodi娜丽罗获设计事务及日本新生代服装设计师冈田浩幸举行了续约及签约仪式。标志着ZUOAN左岸服饰在其国际化战略布局下,为产品品质的进一步趋于完美打下了坚实基础,也为其未来深耕国内市场、开拓国际市场储备了丰厚经验。

2012年将是ZUOAN左岸“国际化战略深化年”,明年的一系列工作将围绕着品牌国际化表现、产品时尚度提升、国内渠道拓展、单店业绩提升、终端VIP互动式营销等五大板块展开。

柳工集团打响
制造全产业链发展战役

■ 本报记者 梦 杨

本报讯 日前,2011BICES展暨第十一届中国(北京)国际工程机械、建材机械及矿山机械展览与技术交流会在北京举办。柳工集团在展示自己在国内、世界领先的工程机械产品的同时,携旗下新军、中国预应力行业、工程建筑机械、材料领军企业——柳工欧维姆机械股份有限公司参展,成为展会上一道独特的风景,柳工集团综合产业战略在此初露端倪。

柳工集团柳州欧维姆机械股份有限公司作为建筑机械与材料制造的知名民族品牌,在国内外预应力行业处于领军地位。在企业发展的45年中,产品研发、国际标准化生产,一直是企业关注的重点。公司申请的“广西预应力技术人才小高地”“院士专家工作站”等基地相继获得批准,加强了企业的技术研发实力。同时,公司聘请了50余位外部专家作为顾问,他们都具有正高级以上职称,其中有6位国家级设计大师。他们在技术研发、市场开拓、经营管理等方面为公司出谋划策,献计献力,为公司的技术创新和发展发挥着重要作用。

欧维姆先后完成国家级或省级技术创新项目15项,完成国家火炬计划项目7项,国家重点新产品6个。取得了大量的科技成果,在预应力锚固、提升及预应力材料等领域的开发、应用方面取得了多项国家、省部级的奖励。

(梦 杨)