

专业赛事成为中国国际时装周亮点

10月24日至11月2日,梅赛德斯-奔驰中国国际时装周(2012春夏系列)在北京举办。期间举办了专场发布、颁奖典礼、时尚论坛、新闻发布会等60余项活动,其中的专业赛事成为了中国国际时装周亮点。

浩沙杯首届瑜伽健身服饰设计大赛
知名室内运动品牌浩沙与中国服装设计师协会共同打造的浩沙杯首届瑜伽健身服饰设计大赛在北京启动,大赛的主题为“自然之语”。浩沙集团专门把瑜伽健身服饰作为一个独立的设计类别,意在挖掘原创设计潜力,为新锐设计师们提供一个舞台,希望创作出更多引领流行趋势并符合瑜伽健身文化的作品,推动中国瑜伽健身服饰设计的创新与发展。

2011“欧迪芬杯”中国内衣设计大赛
欧迪芬国际集团携手中国服装设计师协会共同打造的2011“欧迪芬杯”中国内衣



日前,以“纯尚”为主题的2012春夏“金苑”洪美璇职业淑女装发布会在北京举办。 时宣摄影报道

央企发展高层论坛召开

本报讯 日前,由中国经济出版社与《第一财经日报》联合主办的中央企业发展高层论坛在北京召开,会议主题为实施“走出去”战略,提升国际竞争力。主办方希望通过举办一年一度的论坛,进一步探究中央企业发展模式,前瞻中央企业运行走势,诠释中央企业功能作用,助力中央企业加快转变经济发展方式,不断做强做优,努力打造具有国际竞争力的世界一流企业。 (沈海燕)

北京礼品展实现年货“一站式”采购

随着圣诞节、元旦、春节的临近,年货采购又火了起来。与商场、网络采购相比,展会渠道更具规模采购、直接高效的特点。11月25日至27日,2011北京国际礼品、赠品及家用精品(年底)采购订货会将在北京CBD国贸展览馆召开,400家参展企业带来数万种年货礼品,绿色有机食品、保健品、健身器材、电子产品、家居用品、书籍字画、收藏品等应有尽有,企业、个人均可在此实现“一站式”采购。

本届采购订货会上有西班牙“STAR”牌特级初榨橄榄油、“伯爵”橄榄油、“包铭”牌欧盟有机认证橄榄油等产品。水果、坚果、干果是节庆不可缺少的小零食,由北京泽天伟业带来的“臻味”有机水果礼盒,由北京瑞庚礼业带来的“瑞庚”牌美国大杏仁、开口榛子、加州开心果等闲趣小食。有机杂粮、果蔬营养面粉、有机大米等主打“绿色、安全、天然”的食品也早已纳入年货采购的清单。合果农业科技发展有限公司负责人表示:“随着食品安全问题的频发,有机食品需求量有大幅增长,临近年底,许多企业的员工福利都更倾向于绿色有机食品。”

以往年货基本被定义为美食、新衣,然而传承千年的年货文化也在发生变化,不少创意年货也备受关注。如腕式血压计、美容工具、足浴盆等保健器材;挂烫机、加湿器、豆浆机、等智能小家电;富有节庆气氛的床上用品、灯具、收纳盒及设计新颖的家居饰品等也加入年货大军。

据主办方励展华群介绍,“11月份起正是各大企事业单位、政府机关采购福利、商务礼品的高峰期。根据以往年底采购订货会的会后调查,大部分采购商是根据自身需要和客户的需要,特意到展会现场订购、采购产品的。统计显示年底采购订货会现场成交量高达60%。”展会同期,由北京市旅游委举办的“北京礼物”和“北京十大必购旅游商品”的评选结果也将公布,众多获奖的非物质文化遗产、民间工艺佳作及全聚德、牛栏山等老字号均将出席,全力奉上一道独具北京特色的礼品盛宴,丰富买家置办年货的选择。 (晓雨)

设计大赛在北京举办。“绿动时尚”是本次大赛的主题,将“绿色环保”作为新型时尚的一种标志,在时尚中注入动感的、具有生命力的气质,倡导一种全新的动感的环保新时尚。这也是欧迪芬在挖掘中华内衣精华元素,打造经典与时尚的完美结合过程中不断深化的体会。

“乔丹杯”第6届中国运动装备设计大赛
由中国国际时装周组委会和乔丹体育股份有限公司共同主办的“乔丹杯”第六届中国运动装备设计大赛总决赛在北京举行。大赛主题设定为“传承·新生”,既注重情感和设计上对往届作品的传承,同时又表达出大赛对品牌价值和体育运动、消费者群体影响的创新。也与乔丹体育的新品牌主张“跨越·新生”相契合,更符合其新锐的品牌形象。

国际管理咨询巨头携手理想伟业进军绿色产业

11月3日,罗兰贝格管理咨询公司与北京理想伟业节能投资有限公司签署合作协议,正式进军低碳节能产业,双方将发挥国际化、多层次、多领域的专业优势,充分调动各种优势资源,通过战略合作的方式,共同推动全球绿色低碳事业的发展。

罗兰贝格管理咨询公司亚洲区总裁常博逸(Charles-Edouard Bouée)告诉记者,理

京汉置业迈入商业地产的黄金十年

近期,京汉置业位于北京顺义的京汉生活广场正式开业,京汉置业成为继万科、保利、金地入驻商业地产的又一知名房企。对此,业内专家表示,持续的房产政策调控效果已经在住宅市场显现出来,房地产行业走势开始分化,商业地产价值逐渐被市场和房企认可。国际知名房地产服务公司DTZ戴德梁行发布报告显示,借助城镇化与服务两大助推剂,中国商业地产将进入黄金十年。

京汉生活广场位于顺义京汉绿港小区,立足服务于小区居民,辐射周边区域。其中,餐饮街临街提供200平方米-3000平方米的自由弹性组合空间,可满足多种风格定位的餐饮企业进驻。据京汉置业集团商业中心总经理王海天透露,未来三年内,商业地产将会占据集团总业务的35%,销售金额占到25%。

对于诸多地产大鳄转身商业地产,业内

奔图品质全球共享 中国“智造”跻身国际舞台

2010年底,中国第一台自主核心技术激光打印机——奔图诞生。短短一年后,随着全球市场启动与多功能产品的推出,奔图展现出对激光打印机相关核心技术的全面掌握和产品化,并在海外市场崭露头角,进军国际品牌。至此,继三星之后,世界迎来了第一个全面掌握激光打印机相关核心技术和制造能力的中国厂商,中国建立起打印产业发展史上的新坐标,奔图树立起又一个里程碑。

日前,中国第一个拥有自主核心技术的打印机品牌——奔图,在珠海召开了“2011年奔图打印机全球启动仪式及多功能一体机新品发布会”(下简称发布会)。来自全球数十个国家的数百名经销商和媒体以及行业专家共聚一堂,见证了这一关乎奔图,乃至整个中国打印产业的里程碑事件。发布会上,奔图宣布启动全球市场,并在中国市场率先推出第一批拥有自主核心技术的多功能一体机——M5100、M5200、M5250、M5210、M5220。

虽然一直力求低调,奔图董事长汪东颖的行事风格也异常务实,但本次发布会依然吸引了业界的高度关注,三百名媒体、嘉宾奔赴珠海现场,希望一探这一面世一年,却已相继推出自主核心技术激光打印机、多功能一体机,并在全球市场崭露头角的中国品牌,究竟使用了何种“秘籍”,在短短10个月间破局全球打印市场。

核心技术 奔图挺起中国打印的脊梁
“没有自主核心技术就没有发言权,掌握核心技术不仅是奔图破局全球打印市场的基石,也是企业的核心竞争力。”汪东颖坚信。奔图所取得的成就,主要源于对激光打印机自主核心技术的全面掌握,以及强大的研发与创新实力。

奔图的母公司——珠海赛纳打印科技股份有限公司,是享誉全球的通用耗材生产商。多年来,赛纳科技拒绝在打印产业链的低端徘徊,潜心研发属于中国人自己的激光打印核心技术,实现了对激光打印成像技

“应大杯”第3届中国时尚皮装设计大赛
由天津应大股份有限公司、中国服装设计师协会联合主办的“应大杯”第3届中国时尚皮装设计大赛在北京举办。举办大赛的初衷,是要为中国皮装行业,从业人员搭建一个圆梦的舞台,使更多的优秀设计师能够通过该项赛事充分展示自身的才华,进而发掘和打造未来的优秀设计人才。大赛现已成为中国时尚行业的一座创意设计与市场需求的桥梁,为中国时尚皮装行业不断输送着新鲜的血液。

“名瑞杯”2011中国婚纱设计大赛
由中国服装设计师协会和广东名瑞(集团)股份有限公司共同主办的“名瑞杯”2011中国婚纱设计大赛在北京举行。本届大赛主题为“衣·恋”,自2006年起已经连续举办了5届,为中国婚纱设计领域遴选了众多设计人才。名瑞集团从事婚纱设计制作超过

名,形成了行业中心与功能中心互为支持的跨国服务力量。在绿色低碳领域,罗兰贝格具有丰富的行业经验,曾辅助政府机构、民营企业、国有企业和外资机构等组织,成功制定、实施绿色低碳领域的战略规划。

罗兰贝格管理咨询公司大中华区副总裁刘文波表示,面对日益紧迫的环境能源危机,全世界都在积极发展低碳经济。而理想伟业提出的全球绿色合作模式,将大大提高低碳项目的推行效率,实现全球低碳的规模化运作。

罗兰贝格管理咨询公司是全球最大的源于欧洲的战略管理咨询公司。目前,在世界31个国家设有43家分支机构,咨询顾问超过2000

专家表示:目前房地产已经由住宅开发为主进入到商业地产开发的十年,诸如万科、京汉置业等专注住宅市场的房企在房地产转型期再次重新界定自身定位,符合市场发展规律。同时,这部分率先试水商业地产的房企,在未来市场竞争中占得先机的机率更大一些。

“商业地产供应的紧张以及价格上升的趋势,成为商业地产走势上行的另一个佐证,同时也是吸引众多房企进驻商业地产的重要原因之一。”业内专家对此进行解析的同时,指出大量房企的扎堆进入或将埋下隐忧,因此对专业人才和运营团队提出了更高要求。

以京汉置业为代表的房企也意识到专业团队对商业地产发展的至关重要。据了解,从2010年开始,京汉置业就已开始进行商业地产运营管理人才的储备,并借助现有商业项目进行专业人员的培养与吸纳,促进

作为打破国际打印市场三十年沉寂的中国品牌,经过中国市场验证,奔图在欧美等对耐用、环保、安全和人性化要求趋于苛刻的国家,也被视为市场主流产品。一名来自美国的经销商表示:“奔图打印机在性能、环保等方面,非常优秀,我有信心。”刚刚启动全球市场的奔图已经取得了销往澳大利亚的订单,正式走向国门。而欧洲、美国、东南亚、南美等国家和地区的合作也开始洽谈。“我们还将陆续登陆更多的国家和地区,为全球用户提供来自中国的优质的打印产品与服务。”汪东颖表示。

奔图品质全球共享 中国“智造”跻身国际舞台

这句市场箴言的佐证。同样,奔图也让自己的打印机“开口说话”。上市短短一年里,奔图在中国市场反响热烈,广泛入围中央政采、中共中央直属机关,以及广东、贵州、河北、广西、江苏等近20个省的政府采购协议供货商,成功进入政府、医疗、企业等众多企事业单位,尤其最近,连续中标大型政府采购项目。

作为打破国际打印市场三十年沉寂的中国品牌,经过中国市场验证,奔图在欧美等对耐用、环保、安全和人性化要求趋于苛刻的国家,也被视为市场主流产品。一名来自美国的经销商表示:“奔图打印机在性能、环保等方面,非常优秀,我有信心。”刚刚启动全球市场的奔图已经取得了销往澳大利亚的订单,正式走向国门。而欧洲、美国、东南亚、南美等国家和地区的合作也开始洽谈。“我们还将陆续登陆更多的国家和地区,为全球用户提供来自中国的优质的打印产品与服务。”汪东颖表示。

自主创新 技术实力打造过硬产品
拥有自主核心技术的奔图像科学家一样,让所有创新基因不断升华,继单功能黑白激光打印机推出之后,迅速缔造出下一代经典之作。奔图多功能一体机,它秉承了黑白激光打印机的稳定耐用、经济实惠、优质服务、安全可靠的四大特点,并在此基础上,在人性化和工业设计等方面再次创新。

耐用性方面,奔图多功能一体机依然采用全金属内部构架,月打印机负荷量达到同类产品的4倍,最大月打印负荷高达20000页。使用成本方面,新款多功能一体机在价格上仍坚持走“平民化”路线,凭借全产业链优势,和赛纳科技规模化的耗材生产实力,大幅降低了机身和耗材的制造成本,综合使用成本较同类产品降低30%到50%。

奔图还针对现代用户的个性化审美需求,在产品的外观上进行了大胆创新,一改市面上打印机产品外观黑白灰三色一统天下的沉闷局面,推出炫蓝色的M5100以及炫紫色的M5200炫彩系列,满足新一代时尚用户和家庭用户对品味与个性的追求。

产品说话 奔图“智造”铸就全球品质
卓越的产品会“说话”。乔布斯与苹果是

半个世纪,名瑞品牌婚纱已经在欧美市场畅销20多年,是全球十大婚纱礼服品牌之一,在世界范围内享有盛誉。

“圣得西杯”第二届中国时尚商务男装设计大赛
由中国服装设计师协会、湖南圣得西实业有限公司共同主办的“圣得西杯”第二届中国时尚商务男装设计大赛在北京宣布启动。大赛的主题命名为“型随真我”。其命题意义在于用舒适的造型、优雅的风格彰显人们自由自在之真我。圣得西追求的不仅是优雅时尚的外型,还注重探寻内在的精神力量和舒适的感受,只有由内而外的协调统一才能真正体现圣得西所追求的“大师型格”。 (沈海燕)

品牌看点

名,形成了行业中心与功能中心互为支持的跨国服务力量。在绿色低碳领域,罗兰贝格具有丰富的行业经验,曾辅助政府机构、民营企业、国有企业和外资机构等组织,成功制定、实施绿色低碳领域的战略规划。

罗兰贝格管理咨询公司大中华区副总裁刘文波表示,面对日益紧迫的环境能源危机,全世界都在积极发展低碳经济。而理想伟业提出的全球绿色合作模式,将大大提高低碳项目的推行效率,实现全球低碳的规模化运作。

企业的长远发展。同时,还成立商睿智通商业管理有限公司,主要负责公司商业的操作与运营,规划公司未来的发展战略。

相对商业体系日渐成熟的一线城市,地产大鳄也嗅到了二三线城市商业地产的发展机遇,嗅觉灵敏的房企已经开始加紧对二三线城市的“排兵布阵”。继保利宣布将旗下商业地产发展重点放在二三线城市之后,10月初,金地集团透露其未来将重点布局二线城市商业地产。

京汉置业对公司未来发展战略进行了长远规划,在运作顺义生活广场的同时,旗下商业地产项目也以二三线城市为重点布局。除去顺义的项目,目前旗下商业地产项目已经涵盖北京石景山、河北香河、内蒙通辽等地。

对于京汉置业这种以“住宅元老”身份进驻二三线城市商业地产的房企,业内专家表示其优势更明显,有了住宅产品的铺垫,当地市场对其产品质量和企业品牌的信任会加速对其商业地产的接受进度。(沈海燕)

奔图品质全球共享 中国“智造”跻身国际舞台

这句市场箴言的佐证。同样,奔图也让自己的打印机“开口说话”。上市短短一年里,奔图在中国市场反响热烈,广泛入围中央政采、中共中央直属机关,以及广东、贵州、河北、广西、江苏等近20个省的政府采购协议供货商,成功进入政府、医疗、企业等众多企事业单位,尤其最近,连续中标大型政府采购项目。

作为打破国际打印市场三十年沉寂的中国品牌,经过中国市场验证,奔图在欧美等对耐用、环保、安全和人性化要求趋于苛刻的国家,也被视为市场主流产品。一名来自美国的经销商表示:“奔图打印机在性能、环保等方面,非常优秀,我有信心。”刚刚启动全球市场的奔图已经取得了销往澳大利亚的订单,正式走向国门。而欧洲、美国、东南亚、南美等国家和地区的合作也开始洽谈。“我们还将陆续登陆更多的国家和地区,为全球用户提供来自中国的优质的打印产品与服务。”汪东颖表示。

业界共冀“普印时代”造福全球用户
“我希望,中国乃至全球的广大用户能够给予奔图更多的时间和关注,奔图会用行动践行,推动中国乃至全球打印产品与服务的普及!”汪东颖,这位10年间缔造全球通用耗材制造帝国的实业家承诺。“我们希望能给全世界的渠道合作伙伴和终端用户传递一个信息,来自中国的奔图打印机是三十余年来打印机领域的新选择。由于具有自主核心技术 and 全产业链优势,奔图将不遗余力的推动打印机成本的下降,新的商机和新的应用体验将随着奔图进军全球市场而开启,我们希望与渠道、用户一起谋求共赢!”

“普印时代”,或许,这一目标践行不易。但对整个行业和消费者而言,却意义深远。如果必须由一个中国品牌来承担,奔图,将是最合适的一个。 (梦杨)

创新品牌

品牌资讯



日前,Cabbeen Chic 2012春夏男装发布会在北京举行。本季作品运用了逐渐失传的手工艺,以“现代手工艺”为发布主题。 时宣摄影报道

中国零售业年损耗73.70亿元

本报讯 最新公布的《全球零售盗窃晴雨表2011》调查结果显示,中国从2010年7月到2011年6月,零售业因顾客和员工行窃、供货商欺诈及行政失误导致的产品库存损失此类损耗高达人民币73.70亿元(11.41亿美元)。

《全球零售盗窃晴雨表2011》调查由保点系统公司负责进行,调查报告显示,中国的零售损耗率为1.11%,虽然仍位列全球损耗率最低的十个地区之一,但与去年同期的1.04%相较,上升6.7%,升幅为亚太区之冠,并达到四年来最高值。 (沈海燕)

保险行业借力 智能终端比拼“软”实力

近年来,保险信息化是保险行业未来发展的战略方向之一,而眼看着智能终端市场百家争鸣,各种Pad产品不断涌现,而保险行业信息化又迫在眉睫。因此,如何实现保险行业业务与Pad终端的融合,提高保险企业竞争“软”实力,实现行业信息化水平升级,一直是保险行业的思考的问题。

对于这个问题,众多厂商的答案各有不同,但近来华为平板系列产品Media Pad、S7 Slim在行业的成功应用为其它保险企业提供了可供参照的样本。

首先,在实时预约客户方面,确保即时服务。通过保险企业客户端在华为平板上实现对接适配后,不但支持C+W,统一认证,实现无缝切换功能,还可实现办公系统在平板上平移,随时随地查询客户信息,发现客户需求,预约客户洽谈、跟踪服务进展,呈现保单受理状况,方便快捷。

其次,在保险业务演示方面,力求便捷处理。华为Media Pad、S7 Slim皆支持与外设对接的Driver,可提供指纹收集、身份证读取、电容触控(配置摄像头可拍照查勘)、Adobe Flash支持等功能,资料的录入不再繁琐,也减少了对于运用纸质文件演示保险产品的依赖,直接在平板上完成操作即可。比如,保险公司的查勘理赔业务本身需要严格的流程审核,运用适配后的华为平板即可将平均三天的查勘理赔流程缩短到最短0.3天,效率的提升大大提高了客户的满意度。

在信息共享与安全方面,拒绝安全隐患。华为平板对于客户资料可直接与其它终端共享,短时间内对于客户需求制定最优解决方案。同时,可实现软件与硬Device ID绑定激活,确保数据安全恢复备份,有效防止设备损毁丢失数据,造成不必要的业务损失。

在实现3G语音通话方面,确保超长续航。总而言之,在保险行业信息化水平不断攀升的趋势下,华为平板系列产品在行业定制化解决方案已无形中成为保险企业比拼“软实力”的工具之一,为国内大型保险企业所认可。同时,华为平板在市场上的竞争优势已经日渐凸显,并在教育、金融、航空、物流等行业广泛应用。 (梦杨)