



太阳能企业在主流媒体持续发声

四季沐歌连续四年中标央视黄金时段

■ 本报记者 静安

近日,随着最后一声拍卖槌的落下,央视黄金资源招标终于尘埃落定。

正如中央电视台广告经营管理中心副主任何海明此前表示,“虽然外部经济形势并不稳定,但是大部分企业对明年经济形势有信心”,2012央视广告招标总额再创新高。相比较而言,投入比较多的企业仍然集中在金融业、食品日化快消业、家电业等传统行业。

此外,新能源行业的连接发力仍旧是央视黄金招标的亮丽风景。四季沐歌太阳能亿元拿下2012年《新闻联播》后标板广告资源,并再次获得《朝闻天下》全年独家特约,这也是四季沐歌自2009年以来连续第四次摘得央视黄金资源标段。

对此次中标结果,四季沐歌市场总监谭超表示,“投放央视是行业龙头企业品牌至高点之争,每个企业都会精心运筹,

此次中标标段和中标金额是预算之内的也是比较满意的。之所以连续四年强势登陆央视,一方面是新能源行业处于中国经济发展的快车道,另一方面源于四季沐歌的内生动力和持续增长潜力。”

有专家表示,相对于前些年一时独领风骚、后继乏力的标王而言,今天的中国企业显得更加成熟和理性,这得益于这些参与央视招标行业的领军企业持久的动态战略思维、产业链金链的把控以及对新的增长引擎的方向性把握。2009年,四季沐歌在央视招标中高调亮相曾被业界誉为太阳能行业黑马,在行业领军者的地位确立之后,四季沐歌连续保持增幅与央视携手,一方面体现了稳健发展的企业性格,另一方面也印证了业界对四季沐歌即将成为太阳能行业最具品牌价值企业的揣测。

在央视招标现场,市场总监谭超对本报记者表示,对于助推太阳能企业发展的政府引擎——保障房建设、工业节能改造、能源合同管理,谭超表示,鉴于政府高度重

视绿色保障房的建设,与绿色保障房建设相配套的措施也相继出台,四季沐歌的“幸福保障房阳光热水工程”正在通过提供系统集成解决方案,落实设计、安装、施工、多能源复合型全方位一体化的服务,通过优化产品设计和热水系统方案设计,将分体式阳台壁挂太阳能改造为整体式阳台壁挂式太阳能;通过采用集中采暖、分户计量等方式来满足高层的热水需求。同时,四季沐歌也在积极探讨“太阳能与建筑一体化”的商业模式,在与房地产商结成战略伙伴、开展BOT模式、开展能源合同管理、产品建筑模块化等4个方面进行研究。

“中标央视不是投资广告,而是投资未来。”四季沐歌总裁李骏表示,通过央视平台近4年的品牌推广,无论从企业知名度、影响力、再到增长率上,都得到了极大的提高。在太阳能行业也从之前的跟随品牌,跃居到今天的领导品牌。中标央视,不仅是一种广告投入,也是一种对未来的投资,更是我们企业信心的体现。对

央视招标的投入,这是根据企业自身实力以及未来发展的理想决策。

“我们选择央视作为我们的广告投放平台,就是看中了央视的高覆盖率、高收视率和高到达率,以及央视独特的媒介资源和影响力。对于我们品牌在全国市场和纵深市场的发展来说,我相信央视是一个很好的选择。中标央视主要是解决层面的问题,在招标之后,我们也积极参与到各个卫视的推广会,卫视能很好的解决市场覆盖面的问题。”

有分析人士认为,央视招标是中国经济的晴雨表,企业信心指数是央视招标的风向标。在欧美发达经济体景气状况扑朔迷离的大环境下,太阳能热利用是我国新能源战略的重要组成部分,太阳能企业的信心多来自于政府引擎的拉动,而更多的企业要做的是练好内功应对挑战。

产经聚焦

产经资讯

摇篮网2011年度中国妈妈消费调查全面启动

本报讯 由摇篮网、中国人口和计划生育委员会联合主办,并由多家权威机构以及国内知名媒体共同支持的2011中国妈妈消费状况大调查暨妈妈最爱十大母婴品牌评选活动近日正式开始,本次调查也为网友们准备了丰厚的奖品。

此次调查将以“真实、公平公正”为原则,让妈妈们分享他们最喜爱的营养食品、家庭快消品牌,介绍他们最信赖的

医疗保健、文化早教服务,完全以消费者参与的调查和反馈为基础。摇篮网还将与全球知名市场研究机构艾瑞咨询一起,通过对中国妈妈对母婴用品的消费行为和喜好做权威的分析,从而把握消费趋势,了解消费需求,掌握消费特征。除了母婴消费调查,我们还将筛选出最受妈妈们关注的热门话题,从“防辐射孕妇装”到“剖腹产”,从“背奶族”到“洋奶

粉”,从“看病难”到“抗生素”,从“潜能开发”到“底线教育”。

随着中国母婴消费市场的日益扩大,社会对母婴行业也备受关注。为了更好的梳理盘点2011年度中国妈妈消费行为和习惯,展示母婴市场存在的现实问题,更好的指导中国妈妈进行消费,挖掘业内优秀品牌。作为全球最大的中文母婴门户网站摇篮网,引领垂直母婴类网站,特联合中国

人口和计划生育委员会、中国优生优育协会、儿童保险专项基金会等多家权威机构,以及爱家广播、《妈咪宝贝》、《父母世界》、《母子健康》、《父母必读》、新浪微博、腾讯微博等知名媒体开展2011中国妈妈消费状况大调查暨妈妈最爱十大母婴品牌评选,与数百万名妈妈一起,将最权威的数据写入历史。

(李慧灵)

鄂尔多斯“奥群”成为羊毛衫行业领军品牌

本报讯 鄂尔多斯“奥群”以创造、引导羊毛系列产品高端需求持续发展的品牌定位。经过8年的品质历练,搭建了品牌经营体系,覆盖全国的销售网点,从2006年至今连续6年位列全国同类商品市场综合占有率第一位,优良业绩位居前三,持续稳步在业界及高品质羊毛市场独占鳌头。

高端品质,意识先行,是“奥群”成功的基石。针对羊毛衫的主要消费者集年龄与诉求于一体的差异需求,“奥群”提出了“设计、科技与风格并重”的理念,将自然而经典的“奥群”羊毛衫多元化的设计风格与羊毛的舒适性发挥到极致。它强调不同场合穿着的迥异,设计中体现为款式、纱线组织的变化或再加工装饰的手段。提花图纹、烫钻、金属拉链和纽扣的运用,营造出女性的优雅、端庄和男性的潇洒和刚毅。崇尚低碳、自由、舒适、健康的生活方式,是“奥群”坚持不懈打造羊毛衫高品质衣着文化的核心理念。“鄂尔多斯”奥群”带给人们成熟的择衣观念:不属于炫耀服饰的价格,以自然的服饰流露出个人人格魅力,在从容中表现自我,使衣与人相得益彰,实现穿衣美学的最高境界,沁透着“奥群羊毛”似水柔情的温暖与温馨。鄂尔多斯“奥群”以致力于对环境,对人类的温暖的关爱,代表着崇尚自由、舒适、健康的生活方式,更代表着顽强、执着的精神追求,凭借其卓越的品质和完善的服务成为中国羊毛衫行业的领军品牌。

(侯奇)

汉米尔顿腕表亮相荧屏带来精准计时体验

本报讯 由汉米尔顿腕表全程精准计时的大型城市文化体验真人秀节目《冲刺!中国》第二季日前落下帷幕,“金领情侣”组合历经巅峰对决成功问鼎冲刺冠军。据悉,被誉为“好莱坞明星腕表”的汉米尔顿腕表去年冠名支持《冲刺!中国》首度亮相中国电视荧屏以来,国内观众开始了解这一“源自美国、瑞士制造”的经典腕表品牌。通过电视节目的精准计时体验,汉米尔顿腕表让更多人领略了其追求创新、恒定精准的品牌个性与执着理念。

(泽亚)

本报讯 日前,2011中国软件投融资高峰论坛在京举行。本届论坛由中国电子信息产业发展研究院(赛迪集团)、工业和信息化部计算机与微电子发展研究中心(中国软件评测中心)主办,赛迪顾问股份有限公司和北京赛迪创新投资顾问有限公司联合承办。

本届论坛以“聚产融合力,助推产业升级”为主题,邀请政府官员、高新区领导、

知名专家、软件企业、国内外投资机构等各界人士近二百人,共同探讨在资本与产业加速融合趋势下中国软件产业发展特性,评点软件与信息服务业投资机会。

论坛上发布的《中国软件投融资与并购战略研究(2011)》指出中国软件投融资与并购领域呈现以下三个特点:一是软件产业快速增长,业务结构调整加速;2011年1月至8月,软件产业收入规模已

超过万亿元,月均增长速度达30%,其中尤以软件技术业务增长突出。二是软件企业私募股权融资和并购交易活跃,其中行业应用、管理软件和游戏软件成为股权投资与并购的热门领域。三是创业板、新三板为软件企业开启新的资本运作平台,软件企业IPO规模快速增长。

论坛还邀请业内多位专家多角度剖析软件行业及相关企业与资本的契合程度,

搭建企业与投资机构直接交流平台,不仅让项目获得在投资机构面前充分展示自己、与投资机构进行广泛交流的机会,还帮助企业与投资机构进行深度交流,为投融资双方构筑多元化对接平台。

此外,论坛还联合强大的媒体宣传组合,通过平面、网络、手机媒体的,为政府、高新区/开发区、企业及投资机构搭建多方位的全面互动平台。

(董轩)

中国厨电原创设计力量崛起 支撑产业转型

计的生态环境诟病确是有目共睹的。

一位不愿具名的设计人士更是声称:“社会对于设计产业和设计文化的不重视,是对设计师最大的打击。对于设计价值、知识产权的漠视,导致抄袭成风,或者盲目跟风,最终造成客户需求水准与审美眼光不高的同时混淆了设计师的审美眼光和标准。”

民族力量开始崛起

“目前,产品工业设计水平已经成为制约国内厨卫行业发展的短板之一。”此次“帅康杯”厨卫工业设计大赛负责人告诉记者。

作为中国厨卫电器领导品牌的帅康集团,其迅速崛起正是依赖于中国首台深型吸油烟机的原创设计,而整体拉伸,一体成型原创设计和工艺

成就了帅康烟机真正的免拆洗,引领民族品牌并超越了洋品牌,而要巩固这一行业地位,帅康深知原创设计的重要。

“帅康大手笔联手国际设计联合会(IDF)、北京光华设计发展基金会,打造厨卫行业工业设计领域的第一个专业比赛,为优秀的创意人才和新锐思维的展现搭建平台,推动厨卫行业产品设计水平的不断提升。”帅康集团总裁邹国营说。

“在此次原创设计大赛上,我们根据国际设计大赛的赛程、赛制,力图发现‘新星’,欣喜地发掘出不少具有思想、灵魂的

原创设计,特别是在帅康主打的厨房七宝和大吸力烟机的设计方面,都非常出彩。”大赛评委告诉记者。

“中国设计现在还处于初级阶段,中国厨电产品设计整体需要提升,高薪聘请国外设计师、引进国外成熟的设计理念,或者是我们现有的设计人才送出去培养,都是可行的路径,但是帅康认为只有培养自己的原创力量才能真正提高中国设计水平、变成中国企业的核心竞争力,成为中国制造的原动力。”邹国营说。

专利拍卖招商公告

受专利权人委托,北京金槌宝成国际拍卖有限公司将对下述专利(申请)权进行拍卖,欢迎报名参与竞买。详情可查阅我公司网站www.jcpcm.com,或致电

- 010-57110083索取详细资料。
- 1.一种十字绣的双面十字绣(201010129735.6)
 - 2.小型棉花剥桃机(ZL201120061816.7)
 - 3.一种内燃机尾气净化装置(ZL200920293250.3)
 - 4.基于智能交易系统的出租车智能运输服务设施(ZL200710040447.1)
 - 5.一种教学用讲桌(ZL201020014530.9)
 - 6.多功能人行横道灯(ZL201120062792.7)
 - 7.压水井抽水装置(ZL201020579637.8)
 - 8.多功能手机杀菌消毒、充电装置(ZL201020560339.4)
 - 9.一种稳压疏通药及制备工艺(ZL200910038332.8)
 - 10.节能型抛光机除尘装置(201110121128.X)
 - 11.肛窦炎治疗器(201110156020.4)
 - 12.车辆下坡安全节能势能利用系统(ZL201120108245.8)

■ 本报记者 毛雯

“我们希望改变中国原创设计的力量。”帅康集团常务副总裁刘春华在“帅康杯”厨卫工业设计大赛决赛及颁奖典礼上这样说道。11月22日,中国厨电行业首个工业设计大赛在北京落下帷幕,多个优秀作品与创意人才通过这一平台被发掘出来。

中国原创设计之痛

“抄袭、山寨、整个社会环境不佳,消费者不正确的消费观、设计师结构的不合理等多方面因素阻滞了原创设计的发展。”一位在设计行业摸爬滚打近十年的设计师如是说。

今年,被称为世界三大家具展览之一的米兰家具展,是原创设计的摇篮,也是设计师朝圣的狂欢。然而,就是如此令人神往的展览,中国设计师却遭受到被拒之门外的尴尬。

近年来,随着中国制造业的升级,中国工业设计的短板也愈发显捉襟见肘。从汽车到电子,从家具到家电,从功能设计到工艺设计,在当下尊重原创设计、尊重文化设计的主流背景下,虽然有不少知名设计师跻身国际舞台,但是整个中国设

公告

接中国贸促会人事部(人才服务中心)通知,请我中心因辞职、辞退、开除、出国滞留未归、自动离职的原职工于2011年12月1日前赴贸促会人事部办理档案调离手续。请属于前述情况的个人关注北京市有关社保政策与做法的变动情况,在规定的期限内办好社保“转接”手续。

中国国际贸易促进委员会贸易推广交流中心

二〇一一年十一月二十一日

物流,离我们很近……

现代物流报 我们不只传递新闻

中国权威的物流专业报纸,内容涵盖政策、市场、企业、人物以及中国物流的每一个细节,致力于将一个真实、完整的中国物流展现在每一位读者面前。

全国各地邮局(所)均可订阅
综合物流 邮发代号:17-72 钢铁物流 邮发代号:17-73
钢铁市场 邮发代号:17-67

订阅咨询:010-68536740
0311-87330666

