

蒙牛真果粒携手纽约中国电影节再启时尚营销新篇章



当世界放映中国的画面,当纽约飘扬中国的气息,中国电影文化再一次以充满亲和与时尚的方式走进纽约,走向世界。2011年11月8日,蒙牛真果粒携手国家广电总局、CCTV-6电影频道与美国美华艺术协会,拉开了第二届“纽约中国电影节”的大幕,为美国观众带来原汁原味的“中国味道”。

第二届纽约中国电影节选择在美国林肯中心音乐厅开幕,在为期三天的时间内,在AMC电影院共展映了10部中国影片。蒙牛乳业集团常温市场总监柴洪女士与中方领导,中国影人黎明、韩庚、王宝强、秦海璐等悉数出席,共襄中美影坛盛举。

借力时尚
纽约中国电影节举办的目的是为中国电影提供一个国际性的平台,把具有中国特色的时尚文化传递给美国观众乃至全世界。蒙牛真果粒作为国内著名时尚果粒乳饮品牌,自然将助力中国文化走向世界、在世界舞台上诠释中国时尚元素作为自己的社会责任。这既与纽约中国电影节举办的初衷不谋而合,又将蒙牛真果粒散发的时尚气息与电影节本身实现了高度的统一。

舒适为王 中级两厢车“软实力”大比拼



随着国内车市的飞速发展,汽车的种类不断增多,市场也在不断被细分。纵观整体车市,从跑车、轿车,到跨界车、SUV车型,无论车型的外观、动力总成、底盘类型等因素如何变化,唯一不变的,便是对舒适性的不断追求。同样,消费者在选择车型时,除了要仔细对比车型的发动机、变速器等“硬实力”,象征着舒适性的“软实力”也是首要考虑的因素之一。

而对于份额不断扩张、增幅超越整体的中级两厢车市来说,“软实力”更是准车主们尤为关注的因素之一。作为德、美、日三大阵营的代表车型,高尔夫6、英朗XT及新一代TIIDA谁是舒适之王呢?下面,就让我们来对比一下这三款车型的“软实力”。

新一代TIIDA:居家风格 无可挑剔
新一代TIIDA的内饰沿袭了日产一贯的温馨居家风格,让驾乘人员自进入车内开始就可享受到心情上的舒适。不仅造型时尚又不失典雅的深色亚光木纹饰板提升了整体的格调档次,高质感材质的水纹曲线面板、悬浮式钢琴漆面中控台与充满柔和曲线的仪表台也使整体内饰氛围显得富有亲和力。此外,新一代TIIDA的大面积前风挡和侧窗也打造了通透的驾乘视野,使车内人员可享受到轻松、开阔的用车生活。

除了心境上的舒适,新一代TIIDA还利用了诸多“硬配置”来打造“软实力”。新一代TIIDA搭载了与天籁车型相同的Multi-Layer仿生学座椅,运用真皮加织物双材料混搭面料,无论是对驾驶员还是乘客都提供了舒适的环境,可谓是久坐不累。此外,新一代TIIDA的方向盘、座椅、门板均采用真皮包裹,软硬适中,在提升整体质感基础上实现了舒适性与造型感的完美结合。

中国慈善:一个甲子的惊世之变

近日,瑞银与欧洲工商管理学院联合发表了首份“亚洲家族慈善调研报告”。报告显示:随着中国慈善行业逐渐成熟,中国慈善家们正在更系统地参与并主导慈善。从中国儿童少年基金会开展的“春蕾计划”到中国青基会的“希望工程”;从“中国红十字慈善家”李春平以每天捐款3万元的速度累计捐款2.8亿元,到“中国捐股第一人”牛根生捐出个人全部股份,开启中国民间慈善家“裸捐”先河;从慈善意识的转变,到行业规范的形成,经过一个甲子的历练,中国慈善事业正在迈进一个崭新的时代,如同中国社会发展一样,让世界感到震惊。

迈入新世纪,中国社会经济总体发展

在真果粒看来,世界时尚之都纽约散发着强烈的时尚与文化碰撞的气息,吸引着全世界的目光,而真果粒在已经为国内消费者提供了一个高端的时尚体验之后,更要通过电影节这一平台把真果粒所独有的时尚气息延展到国际高端文化之中。因此,一贯坚持时尚与创新的真果粒,将第二届纽约中国电影节作为了其时尚营销的最新里程碑。

电影作为重要的时尚元素,真果粒始终都非常重视对其的借力和运用。真果粒在全国各大影院开展长期品牌展示、消费者体验和产品销售的营销活动,以影院为平台拉近品牌与目标消费者的距离;真果粒密切关注影片上映动态,选择符合真果粒品牌特性、富含时尚气息的影片进行贴片宣传;更为重要的是,真果粒一直在影坛寻找气质相投、活跃在一线的影星作为自己的品牌代言人。从2007年、2008年徐静蕾代言到2009年、2010年李冰冰代言,二人都是当时在电影事业上大放异彩的天后级人物,她们身上的美丽与优雅气质为真果粒品牌增添了丰富内涵,也成功地为真果粒聚集了影迷的瞩目。此次与纽约中国电影节合作,正是真果粒对之前的电影营销路线的一次放大和升华。

放眼国际
作为全球首款含有真实水果颗粒的常温牛奶饮品,真果粒拥有全球三项自主知识产权专利,早在2008年就于法国

SIAL国际食品和饮料展览会上获得金奖,成为第一款被列入SIAL金奖评选的中国产品。此次与第二届纽约中国电影节合作,真果粒再一次站在世界舞台上,在纽约这个时尚舞台上留下了她迷人的身影,真果粒的品牌高度也得以迅速提升。

真果粒通过不断创新品牌传播方式表达真果粒的时尚定位。此次合作第二届美国纽约电影节,充分体现出真果粒始终能够把握时尚的脉搏,通过与消费者分享时尚、快乐、健康,让品牌自然融入到目标受众的生活中。也正因为如此,真果粒与纽约中国电影节的化学反应成为近期传播热点,国内外各大媒体争相进行报道,业界人士和中国民众广泛关注,并获得了国内消费者的大力支持和高度赞扬。

蒙牛真果粒通过携手纽约中国电影节,创新体验、着眼时尚,不仅开创了国内乳饮营销方式的一条全新通路,而且也体现出品牌“高瞻远瞩”与“快人一步”的敏锐市场洞察,其后将产生何种效应,让人充满期待。也许正如蒙牛乳业集团常温市场总监柴洪女士所说:“蒙牛真果粒注重与每一个时尚平台合作,并通过这些平台去展现专属于真果粒的时尚魅力。此次与纽约电影节合作可以称为真果粒营销史上的里程碑,今后,真果粒将继续向更高层次的时尚之路迈进!”

较明显。而且,织物面料在驾驶者操控车辆时,也能够提供更多的摩擦力,有助于把驾驶者固定在座椅上。虽然优点颇多,但相比于新一代TIIDA的Multi-Layer仿生学座椅来说,英朗XT的舒适感还是略逊一筹。

再来看看英朗XT的“身材”,整车4419×1814×1487mm的“三围”尺寸,由此打造的车内空间虽然相比新一代TIIDA来说要瘦小一些,2685mm的轴距水平也稍显逊色,但在同级中表现已算不错。此外,英朗XT的车内静谧性也可圈可点,高速行驶时的风噪、胎噪都得到了有效控制。

高尔夫6:经典传承 仍需创新
高尔夫6的内饰体现出德系车简洁的设计风格,延续了大众汽车标准的黑米配色,整体风格显得大气沉稳。既没有过分的动感,也没有浓郁的温馨,当然,这样的后果是也没有丝毫惊喜可言。高尔夫6从中控台材质,到按钮的阻尼,再到各项功能的易用性表现不错。全新样式的方向盘和炮筒式的仪表可以算是内饰中的亮点,造型和握感也达到了中上水平。

此外,高尔夫6在座椅方面也在注重运动性的同时,兼顾了舒适性。多向调节座椅还带有腰背部支撑调节功能,这样的配置在同级别车型中并不多见。真皮座椅的手感柔软,整体支撑力度可谓上乘。但座椅表面没有采用打孔处理,降低了座椅的透气性和摩擦力度。如果在夏天乘坐的话,皮肤直接接触的感觉或许不会十分理想。

高尔夫6的车内空间表现,在三款车中属于优势最不明显的,4199×1786×1479mm的车身尺寸及2578mm的轴距相比新一代TIIDA略显捉襟见肘,后排腿部空间的表现也比较局促。不过,得益于大众出色的造车工艺,高尔夫6在高速行驶时车内噪音得到了较好的控制。

结语
“软实力”也是“硬指标”,车型的舒适性无疑决定着车主的购买。毫无疑问,在本次对比中新一代TIIDA的“软实力”优势更为明显,不过英朗XT和高尔夫6同样也存在着其他方面的优势。究竟该如何选择,相信消费者会有自己的权衡吧!

(董峰)
募基金会“老牛基金会”。2005年初,牛根生携家人捐赠其持有蒙牛乳业的全部股份,并约定待他天年之后,该等股份的红利100%归老牛基金会,被誉为“全球捐股第一人”,开启了中国企业家人“裸捐”先河。

同期,李连杰“壹基金”、王振滔慈善基金会等一大批由民间企业家、知名人物发起的慈善公益组织和基金会如雨后春笋纷纷建立,“慈善公益是财富最好归宿”的理念在社会上日渐被广泛接受。

数据显示,2007年国内企业与公众的捐赠额达到223.16亿元,约占当年GDP的0.09%,调查显示90%的企业都参与过捐赠。政府在慈善事业发展中的角色逐渐变为服务者、推动者,民间力量上升为慈善事业的主体,这一重要的变化推动中国慈善开始实现质的飞跃。

爱普生打印以专业品质助推医疗信息化

随着新医改方案的出台,电子病历开始试点推进,作为支撑中国医学科研与卫生政策研究的基础,信息化建设正在铺就一条深化医疗改革,迈向区域医疗信息化共享的高速路。目前,中国的医疗信息化水平与发达国家存在较大差距,信息化建设、政策研究等“软”科技成为整个医疗行业发展中的短板。而随着医疗保障的全面覆盖,对医疗服务效率的提高以及医疗信息化普及的推进提出了更高要求。多年来,爱普生植根中国,凭借其领先的科技、卓越的品质以及专业的服务,为国内医疗行业提供了全面优质的解决方案,为中国医疗行业信息化快速发展插上了羽翼。

创新高效 助力医疗信息化普及
近年来,医疗机构信息化改革的推进,使医院的管理更加科学化、系统化、数据化、快捷化,使医疗机构迅速向现代化管理迈进。由于行业的特殊性,医疗服务机构在选购办公设备时,都有比较高的要求。例如,选购打印机时,对打印设备的纸张尺寸适应性、防水和保存性等方面都有特别的要求。爱普生凭借其多年服务于医疗行业的专业经验,洞察市场需求,推出了高效创新的打印设备,加强了医疗资料的保存和共享,极大提升了医务人员的工作效率,全面满足医疗行业的高标准和严要求,为医疗机构整体服务水平的提高提供了有力保障。

爱普生L101/L201:拒绝堵头烦恼 打印更安心

对于改装连供的用户来说,最常遇见的问题就是——堵头。改装时产生空气或劣质墨水杂质多等,都是产生堵头的原因。为了避免这些麻烦,越来越多的用户开始选择“原装连供”——爱普生原装墨仓式打印机L101/L201。爱普生L101/L201是国内唯一一款“原装连供”打印机,它有效地改善了改装连供诸如堵头、漏墨、系统不兼容等问题。

针对改装连供最常见的问题——“堵头”,小编来讲解一下,为啥“原装连供”用着这么安心。

恒压墨仓,打印畅通无阻
爱普生L101/L201采用的是外挂式恒压墨仓,用户不用为了避免墨水回流和打印缺色,时时盯着外置兼容墨盒的剩余墨量手动调整墨盒高度。爱普生L101/L201可以精准控制墨水压力,确保墨水稳定供应,实现打印输出的畅通无阻,从根本上解决了堵头产生的条件。

密封管道,墨水长久保鲜
爱普生L101/L201在密封性上也为用

爱普生2011年的新品黑白商务打印机/一体机K100/K200,可专门用于打印电子处方和医嘱病例,正在成为医疗行业打印设备的新宠。爱普生K100/K200采用创新技术使其性能优势尤其突出:超大容量墨盒设计,打印成本仅为激光机的1/3;双墨盒设计确保512个黑色喷嘴齐头并进,同时采用独特的T引擎技术,全内置优化自动双面打印单元,缩短走纸通道,再配以DURABrite Ultra防水耐光速干颜料墨水,大幅提高双面速度,同时实现纸张节省50%。其优异性能完全满足医院对打印电子处方清晰度、保存性好、速度快、故障率低的要求。

环保科技 营造医疗绿色环境
爱普生一直以来秉承“以客户为中心”的发展理念,凭借其领先的“省、小、精”核心技术为医疗行业客户创造价值,提供满足其需求并超越其期待的产品和服务,实现了与客户需求的无缝对接,其卓越品质和优质服务赢得了客户的认可和信赖。
医院是一个全年365天都需要提供医疗服务的机构,服务的整体水平不仅体现在医生高超的医术及高效的病患信息处理上,还体现在整体医疗环境上。在使用激光打印机打印病理报告等材料时,碳粉遇热会产生臭氧,对于长期工作在有限空间的医务人员以及就诊患者的健康极其不利。

(周畅)
户打造了双重保险,整个系统采用的是准密封隔光设计,即使是外挂墨仓,用户也不用担心灰尘的进入;加上双分子结构导墨管,可防止墨水挥发,确保墨水长久保存。呈现高质量的打印品质同时,也避免了墨水变质和堵头情况。

无尘墨水,尽享原装品质
兼容墨水由于生产环境有限,墨水杂质多,无法确保精准的酸碱平衡度,使用后容易引发故障,导致无法正常打印。爱普生L101/L201采用的70ml超大容量墨水在高洁净度无尘车间生产,墨水纯净、色彩艳丽,结合爱普生独有的微压电技术,可有效避免打印头堵塞现象,更不会出现兼容墨水腐蚀、损坏打印头的情况出现。

在没有堵头烦恼的同时,爱普生L101/L201的打印成本也非常便宜,打印覆盖率为10%的ISO文档,黑色单张成本不到2分钱,彩色不足5分钱。另外,目前爱普生L101/L201正在进行年末促销活动提供两年售后保修的增值服务,对于广大用户来说,可谓省钱又安心。

(艾瑞利)

一汽丰田公益事业逆市飞扬

今年是全国车市在多变政策下备受制约的一年,而对于日资车企而言,突如其来的日本地震更如同雪上加霜。面对产能危机,一汽丰田一方面迎难而上,开启“体验式营销”系列活动,努力达成产销目标;一方面在巨大的销量压力下,仍继续增加公益事业投入,围绕“安全、环保、育人”三大领域全面推进,以创新举措全面发力,用感恩之心回馈社会。
从2006年起,一汽丰田就携手宋庆龄基金会,正式启动了“一汽丰田爱心图书室”项目,旨在通过购置图书、援建图书室的方式,向孩子们传达“爱、知识与梦想”,为孩子们营造更加良好的读书环境。截

至目前,“爱心图书室”已兴建638所。
4月初,第七届“我心愿·我行动”植树活动顺利举办,一汽丰田携同大学生、车主、员工等近300人,在北京周边栽种千余棵树苗,改善生态环境;9月,第七届“学长的火炬”活动顺利达成,全国各地38所高校共捐献传递书籍总量约11.7万册,高达6.5万人次参与其中,深受欢迎的“火炬活动”也早已成为各高校宣传与实践环保的一面旗帜;8月,第10所一汽丰田希望小学于青海奠基,同时,电脑教室、爱心图书室、体育园地等配套设施也在逐步建设中,随行赠予的文具等礼物,赢得了孩子们真心绽放的笑颜。

华泰汽车以品质与实力竞争合资品牌

车市的“金九银十”今年未见飘红,汽车产销同比双降,年终之际举办的广州车展成为各大汽车厂家打好收官之战的重要战场。在本届广州车展上,华泰首款BUV、豪华商务SUV宝利格高调上市。

对于BUV宝利格,以品质建立国际化

品牌,构建一个现代企业体系化运营的核心竞争力更为成熟的华泰汽车,乃至“同合资品牌同质竞争”,该集团常务副总裁侯海靖都充满了信心。随着宝利格的问世,华泰汽车在同合资品牌“以品质与实力赢天下”的战斗中,又往前迈出了坚实的一步。

SK Innovation 第三季度营业利润创新高

SK集团所属的SK Innovation最近宣布,第三季度合算基准销售额达到17兆2096亿韩元(约合人民币975.1亿元),营业利润达8619亿韩元(约合人民币48.8亿元),当期净利润为1兆8161亿韩元(约合人民币102.9亿元),创季度最高纪录。
与上季度相比,其销售额为类似水准,营业利润增加91%,当期净利润增加511%,主要原因在于成功出售巴西矿区及子公司的业绩改善。SK Innovation通过出售巴西矿区获得1.5兆韩元,创造了历史上最大规模的季度当期净利润。这是

SK集团崔泰源会长对“无资源产油国”政策坚持不懈的投资所取得的成果,今后SK Innovation将把这次获取的资金用于购买有发展前景的生产矿区、收购海外石油开发企业,进行战略再投资,为日后石油开发事业的飞跃发展奠定基础。
SK集团是韩国三大企业集团之一,主要以能源化工、信息通信为两大主力产业。目前,SK及其附属机构在全球拥有35000多名员工、250多个办事处和成员公司。SK集团的中国事业始于1992年中韩建交之前。目前SK在中国的员工数超过6000人。

(吕松华)