

“蓉欧快铁”开通在即 成都奏响亚欧经贸往来最强音

日前,由成都市人民政府、四川省物流办、四川省商务厅联合主办,成都市物流办、成都市商务局、成都市青白江区人民政府联合承办的“蓉欧国际快速铁路货运直达班列推介会暨签约仪式”在成都天府国际会议中心举行,特邀省、市及驻蓉中直单位有关领导、外国驻蓉商协会和商务机构、成都市商协会、70多家国内外知名船运公司、国际货代公司和外贸企业等机构代表出席本次会议,共同为扩大蓉欧国际快速铁路货运直达班列(简称“蓉欧快铁”)影响力,推动班列尽早常态化运行做积极准备。

据记者了解,“蓉欧快铁”从成都青白江集装箱中心站出发,经宝鸡、兰州到新疆阿拉山口出境,途经哈萨克斯坦、俄罗斯、白俄罗斯等国直达波兰罗兹站,线路全长9826公里。“蓉欧快铁”成都至罗兹运行时间为14天,下一步可缩短至12天,成都出口货物到波兰罗兹后,可以在1天至3天内通过欧洲铁路或公路网络快速分拨至欧洲任何地方。

强强联手 妈咪邦与LG达成战略联盟——妈咪邦成LG中国唯一指定代理商

近日,中铭国际(香港)集团与韩国LG集团在北京LG大厦正式签署了战略联盟合作协议。协议双方将结成紧密型战略联盟,通过发挥各自的优势,加快推进和不断扩大双方在母婴领域的合作,并在相互协作和持续创新中实现共同发展。

中铭国际(香港)集团,注册资本3000万,旗下品牌“妈咪邦”作为中国最具竞争力母婴连锁品牌,包含国内外知名母婴品牌700多个,单品数量超过5万。

LG集团与妈咪邦通过强强联手来提升双方优势,在双方务实坦诚的沟通下,正式达成战略联盟,妈咪邦成LG中国唯一

指定代理商,在业内掀起层层巨澜。

这次签署协议,是中国母婴行业强强联合的战略典范,对进一步增强国内品牌的竞争能力,扩大国际业务范围,优势互补,相互促进,必将产生积极的推动作用。

据悉,妈咪邦品牌凭借集团强大的财力后盾,不断整合了行业内的优质企业,创建了从研发、生产到品牌、营销的全产业链模式母婴连锁品牌——妈咪邦。品牌的力量很快聚集了一批在母婴产品业界深具影响力的科研、管理及营销类人才。妈咪邦以前瞻性的创新研究和独特的管理模式遥遥领先于行业竞争者,同时拥有强势的品牌传播基础、国际顶尖的母

婴顾问和实战型营销专家,作为实力核心的背后支持。妈咪邦在经营中亦不断寻求更完善的运营体系、不断提高品牌的知名度、稳健扩大终端市场。此次与LG集团合作,也再次印证了妈咪邦品牌对卓越的执着追求。

时代的变迁和事业的发展,引导着中铭集团肩负着使命奋勇前行。在协议签署发布会上,妈咪邦相关负责人表示:“专注于母婴产业,致力于打造母婴行业全服务链的产业综合体,整合、统筹、研发最优资源,为客户提供最专业的母婴服务和性价比最高的母婴产品,让下一代健康成长,这是妈咪邦矢志不渝的品牌使命。”

（王小赞）

（胡伟峰）

周迅助阵“爱尚计划” 聆听来自贫困学童的声音

日前,周迅在北京亮相“爱尚计划·爱上学”公益活动的现场。该项公益计划由家居时尚文化第一品牌“尚品宅配”发起,致力于关注贫困地区学生,以及改善其就学环境。作为当天“爱尚计划·爱

上学”系列慈善公益活动的见证者和品牌代言人,周迅与嘉宾积极互动,引发了一波又一波的助学热潮。

据悉,“爱尚计划·爱上学”在一年内将向100所贫困地区学校捐赠定制课桌椅,“爱

体系实力成就合资自主第一品牌 启辰开年逆市热销 累计销量破6万辆



自开年以来,不仅气温春寒料峭,车市也照例进入淡季,消费需求不旺盛、购买力疲软,各厂商销量与节前相比都有较大幅度下滑。东风日产启辰品牌却是个例外,3月份保持热销态势,各地都出现了供不应求的现象。自2012年4月底首款新车上市至今尚不足一年,启辰品牌累计销量已突破6万辆,继续书写着中国全新品牌销售速度。

逆市热销 启辰供不应求累计破6万辆

启辰堪称2012年度最抢眼的品牌,这个全新的品牌在4月和9月先后推出D50和R50两款新车,年内销量就达到4.2万辆,创造中国全新品牌上市首年销量纪录,更揽获70多项权威媒体年度车大奖。进入2013年,启辰品牌的市场销售持续升温。在春节前的汽车消费旺季中,启辰表现非常抢眼,1

月份销量达到10629辆,而终端实际交车则达到11646辆,供不应求的苗头已经初显。

“因为历年来节前、节后市场都是‘冰火两重天’,节前越热,节后就会越冷。”本地启辰专营店总经理介绍说:“所以虽然1月销量非常好,我们对节后的销售原本还是没有太大信心。2月份大家都在过节,销量低是在预料之中,市场冷热看不出来。但进入3月,启辰的销售一直都很火,跟节前差不多,因为我们的计划做少了,所以有些供不应求。”

东风日产启辰事业部部长叶磊在接受媒体采访时表示:“节后适当减少排产是业内普遍做法,但启辰节后持续热销让我们始料未及,所以短期内出现了供不应求。我们已经在调整排产,尽快满足消费者的需求。”据介绍,启辰生产所在的东风日产郑州工厂产能充沛,在调整排产计划和零部件供应后,启

辰的供应有望在4月份恢复顺畅。

体系制胜 启辰登顶合资自主第一品牌

启辰在传统销售淡季的逆市热销,让人们看到启辰作为新品牌已经成功树立了主流品牌形象。业内人士评论认为,启辰的成功,首先是因为找准了市场需求的重心。随着“微增长”的到来,在中国,汽车进入全面普及时代,车市需求重心悄然发生变化,价格亲民、功能实用、品质过硬的“普及型车”成为市场最大的刚需。启辰洞察消费需求趋势,因时而动,抢抓5万元至10万元的普及型车区间,以“空间之王、能效之王、可靠之王”的实力,一举奠定其主流品牌地位,抢占新时代“国民车”高地。

启辰的强势表现,更源于东风日产强大的体系实力。以两款新车的上市为轴心,启辰的研发、制造、服务体系全面铺开,并在规模化效应的推动下迅速发展壮大,为启辰品牌的未来发展奠定了良好的基础。

在研发方面,启辰研发团队对市场的研发、对消费需求的洞察、对全球资源的资源整合能力、自主开发能力,在启辰D50和R50两款新车上得到检验。而启辰在新能源领域不断突破,2012年先后推出概念车e-Concept和首款量产电动车e30,则让人看到启辰的先进技术实力。

在制造方面,启辰将供应链整合为“品质联盟”,与供应商联合开发,统一品质管理标准,从每一个零配件开始实施严格的质量管控,而整车在全球标杆工厂与NISSAN品牌共线生产,在新车上市第一年就在用户群中树立了良好的品质口碑。“做工好、小毛病少、皮实耐用”成为用户对启辰D50或R50的一致评价。

在服务方面,依托“专属销售·共网服务”的独有模式,启辰向消费者提供媲美合资品牌的高品质服务,迅速扩展经销商网络。至2012年年底,启辰专营店数量已扩充至120多家,并与NISSAN品牌的600多家专营店实现全网互修认证,二级网点数量已达到千余家。“20公里服务圈”已然成型,为越来越多消费者提供安心便捷的服务。

在强大体系力支撑之下,启辰在2012

一度到天明 博客的节能突围



不节能不成活,借用《霸王别姬》中的名言,似乎可以恰如其分地还原家电行业当下这场节能大战。

走进日前举行的2013家电博览会的各个展馆,当讲解员绘声绘色地向你推介某款产品的外观、性能及各种让你一知半解的神奇技术后,她一定不忘附加一句:“它非常节能。”置身其中的人们都会觉得,为期4天的家博会犹如一个有关节能的接力赛,没人愿意掉棒。

而这个赛场也给了技术派企业大显身手的机会,比如奥克斯。作为奥克斯2月底新推出的唯一可以实现“一度到天明”的市售最节能空调——博客系列变频空调,毫无疑问地成为这场节能接力赛的“博尔特”,在刷新节能纪录之余,也令其在变频空调领导品牌的身份之外又多了个“节能王者”的新称号。

一度到天明 博客搏出位

不打无准备之仗。在此背景下,在节能



日前,浦发银行北京分行与金吉列留学公司、荷兰蒂尔堡大学在京举行了“金吉列留学浦发银行国际学生证联名卡项目颁发仪式”。浦发银行北京分行个银发展管理部负责人、金吉列留学公司副总裁、荷兰驻华使馆教育参赞施阳晔先生和荷兰蒂尔堡大学教授雅各布先生参加了此次活动。

在项目颁发仪式上,浦发银行北京分行相关负责人不仅向与会来宾及应邀出席的新闻媒体介绍了浦发银行近年来的发展情况及该

技术领域提前布局的企业就自然成为消费新趋势下的“渔翁”。

以奥克斯为例,早在两年前,借助与世界级家电零部件供应商瑞萨等巨头的合作及自主研发,它开始了在满足消费者空调使用舒适需求前提下的节能探索。从核心技术、系统匹配性、运转稳定性等多个维度入手,提升空调的系统节能能力,而博客就成为其历时两年国际化研发水准之下的集大成者。

来自中国电器科学研究院产品检测中心的检测报告显示:一款1.5匹的奥克斯博客系列变频空调,在运行过程中完全可以实现“1度到天明”的舒适节能效果。这也是目前市场上所有销售的变频产品中,唯一一款可以实现“1度到天明”节能的1.5匹空调。

不仅是技术 更是艺术

事实上,奥克斯对于节能的追求还不仅止于技术,它更是一门有关品质的艺术。正如奥克斯空调相关负责人所言:“技术是可以复制的,而它走向极致就成为了艺术,此时就很难被其他企业所复制。”

从创造空调美学新样本fashion do到制热专家热霸,从开拓调镜、净、静三重境界的镜界再到时下“节能王者”博客,奥克斯似乎一直在向人们昭示着它的处世哲学:对于技术创新和优质产品的追求,奥克斯永无止境。(张英)

“金吉列留学浦发银行国际学生证联名卡项目颁发仪式”在京举行

行服务留学客户的金融创新初衷,同时还介绍了浦发银行与ISIC协会合作在中国大陆地区首家发行“国际学生证(ISIC)联名卡”的相关情况。国际学生证(ISIC)是联合国教科文组织唯一认可的学生证件,持有者拥有世界性超过122个国家认可的学生身份。据介绍,国际学生证(ISIC)联名卡在保留国际学生证的优惠功能的基础上,还进一步为学生提供了签证保证金、银联消费、外币提款等各项金融服务功能。

会上,浦发银行北京分行与金吉列留学公司共同向优秀留学生代表颁发了国际学生证联名卡,并表示将与金吉列留学公司、荷兰蒂尔堡大学一起关注学生成长,在激励广大留学生奋进、辅助国家储备优秀国际化人才的道路上继续开展深度的合作。(吴方)



年与NISSAN品牌同步推行“安全保障承诺”和“品质无忧承诺”,在购车、用车全过程免除客户后顾之忧。尤其是其“新车7天包换”为核心内容的“品质无忧承诺”,此前多见于服装、家电,在汽车行业尚属首例。在强大体系力支撑下,启辰虽然是一个全新品牌,但已展现出主流大品牌的实力与气度。

当前,车市竞争已非单纯的产品力竞争,而是体系力竞争。凭借创行业纪录的销

量成绩和无出其右的体系实力,启辰已然成为合资自主阵营的第一品牌。

经过2月至3月的调整期,整体车市有望在4月至5月逐步回暖。经过3月份现车紧张的“狼狽”,本地启辰专营店总经理对启辰的销售更有信心了:“在淡季表现不‘淡’,说明启辰这个品牌确实起来了,有了品牌力的支撑,D50和R50这两款非常有竞争力的产品,进入旺季想必能更‘旺’。”(柯红)

