

产业资讯

百威英博宣布
全球环境三年目标顺利达成

本报讯 日前,全球领先啤酒酿造商百威英博宣布,公司已成功实现3年前制定的关于用水、能源、二氧化碳排放和回收利用的全球环境3年目标。其中,3年实现水耗降低18.6%,达到生产每百升产品平均3.5百升的用水量,更是让百威英博成为了啤酒行业中当之无愧的节水佼佼者。百威英博中国酿酒厂从2009年到2012年节水率达到38.4%,节能率达到30%,及二氧化碳排放率下降30%,回收利用率达到99.41%。领先于全球其它业务区域,对全球环境目标的实现贡献卓著。

(雪 真)

工银瑞信
荣膺“明星基金公司”奖

本报讯 日前,由证券时报社主办的“中国基金业明星奖”评选活动率先落下帷幕。国内最大的银行系基金公司工银瑞信继2008年和2011年后,再度荣膺“2012年度十大明星基金公司”奖。同时,工银瑞信还斩获“固定收益投资明星团队奖”,工银固定收益部总监杜海涛执掌的工银添颐也凭借在2012年的上乘表现,摘得“明星基金奖”。

据悉,截至2012年,工银瑞信资产管理总规模达1568亿元,共同基金规模突破千亿元。在固定收益领域,2012年公司固定收益类基金规模为742亿元,债券基金规模与理财基金规模均排名第一。

(雪 贞)

嘉士伯签约中超联赛
成未来三年唯一官方啤酒

本报讯 近日,嘉士伯中国在北京宣布,已签约中超联赛有限责任公司,从即日起成为中超联赛的官方啤酒合作伙伴,这将使嘉士伯成为中超联赛未来三年(2014-2016)的唯一官方啤酒。

通过此次合作,更多中国消费者将了解嘉士伯的品牌定位——“做正确的事”,并感受到足球所带来的尽情与欢愉,举杯共享精彩的美好时光。

嘉士伯中国首席执行官马儒超(Stephen Maher)先生表示,中超联赛作为中国市场化程度最高,受关注程度最广的职业联赛,是中国最为瞩目耀眼的“体育明星”。嘉士伯作为一家历史悠久的全球领先啤酒酿造集团之一,与体育赛事特别是足球一直有着深厚的渊源,双方的合作有望将优势有效地融合经验与资源从而提高赛事品质,使具有越来越高影响力的中超联赛成为球迷的足球盛宴。

(熊 欣)

Compuware
推出APM性能维修站服务

本报讯 提供新一代APM的技术性能公司Compuware(纳斯达克代码:CPWR)近日宣布推出Compuware性能维修站服务。这项极具成本效益的创新服务能让客户随时随地、方便快捷地按需获得Compuware的顶级APM专家服务,借以降低业务和IT风险。

Compuware性能维修站服务能让各类组织轻松、快速地获得专家指点,是帮助组织在IT和业务运营中优化应用性能的理想解决方案。此服务旨在提供按需响应的专家服务,以解决这种矛盾。

Compuware APM客户服务部副总裁Andrew Hittle说:“Compuware的APM专家遍布全球,拥有丰富的APM实践经验。凭借这种实践经验,再加上Compuware APM卓越中心积累的关于新兴应用性能环境的专业知识,Compuware拥有了独一无二的优势,能够以优秀的人才和出色的专业能力应对最具挑战性的APM扩充需求。”

(魏 勇)

■ 本报记者 周明喜

日前,为期4天的第21届中国国际服装服饰博览会(CHIC2013)在北京·中国国示展览中心(新馆)落下帷幕,期间共接待包括服装企业、设计师、经销商、代理商、时尚买手等专业观众超过10.5万人。

从当前产业发展现状出发,CHIC2013提出了“力炼”这一主题,旨在倡导全新的产业价值和理性发展的思维方式。CHIC2013通过增强自身发展的内生动力及创新优势,来提升展会自身的核心价值,继续在产业服务方面下足功夫,使其成为符合服装强国要求的公共服务展会品牌。“力炼”是近3年来CHIC主题的一种延续,也是中国服装行业在转型升级过渡期不断要遵循的轨迹。

在E1男装馆,众多国内男装品牌集

开启新十年 向服装强国蜕变

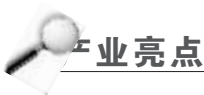
第21届中国国际服装服饰博览会(CHIC2013)圆满落幕

团参展,共同打造和传播高品质的男性生活方式,掀起一场品质与实力的竞争。经过20多年的发展,中国男装“高级定制”日趋成熟,CHIC2013顺势而为,以新颖独特的集群式展示模式打造出“CHIC BESPOKE男装高级定制区”,为参展企业提供标准的小型精品展示空间,搭建集商贸洽谈、咖啡茶饮为一体的多功能服务区,搭建了企业间相互合作的平台。

和男装企业以品质呼应着“力炼”主题不同,在CHIC2013女装馆,参展品牌则以快速的时尚反应和商业模式创新,展示着对“力炼”的理解。在休闲装展馆,以生产为主向创造品牌升级的均安牛仔产业、诞生于英国伦敦想要拓展中国市场的牛仔品牌LEE COOPER,以及注重品牌推广的以纯集团、战狼世家等品牌,他们是

CHIC2013休闲馆展商的缩影,也体现了不同层面、不同类型休闲服对于打造品牌的重新思考与再上路。在童装展区,以“力争童趣之心”为主题的CHIC2013童装馆汇聚了100余个儿童类品牌,成为国内渠道商家了解品牌的一个重要窗口。

和往年有所不同的是,CHIC2013的海外展团可谓尤为精彩。本届展会,海外参展品牌的数量是历年来最多的一次,超过了400家。从德国的实用、法国的浪漫、土耳其的奢华,再到意大利的风情,海外展团就像在演绎一部世界时装纪录片。值得一提的是,意大利Class Editori集团还在本届展会上携60余家意大利重量级品牌加入E1馆,意大利时尚唱响CHIC2013。此次的展团面积达800余平方米,这意味着CHIC2013男装馆将首次迎来国际展团。E1男装馆意大利时尚展团大牌云集,星光熠熠,不乏PRADA、



产业亮点

购酒网:白酒寒冬期 酒类电商或迎春天

价减量增 酒类电商成功逆袭

对比线下经销商的困局和整个行业的惨淡,酒类的电子商务领域则是另一番景象。

记者查到的一份淘宝(淘宝+天猫商城)白酒品牌近半年销售数据显示,从2012年10月到现在,除了去年12月和今年2月,因受“双11”大促导致的后续正常消费乏力和春节期间为期近半月的快递、淘宝大休假的影响,淘宝的白酒品牌在这两月的销售额呈现负增长,其余月份均比上月有所提高。其中,平均涨幅最大的两个品牌正是茅台和五粮液。

销售量的增长不仅在淘宝,酒类垂直电商也突飞猛进。购酒网CEO赵小伟向记者透露,今年他们的每日发货单数是去年同期的4倍。据了解,购酒网是白酒品类数全国第一的酒类电商,平均客单价在1000元以上,其高端酒约占总品类的30%,而高端酒的销售量则占到总销量的40%。

对比线下 酒类电商优势凸显

有着深厚的传统酒商背景的购酒

网CEO赵小伟认为,这次的行业危机可以说是由2003、2004年传统酒业形成的团购模式(特别是针对国企和部队群体)的积弊引发。“中国酒业尚处于一种自我调节的状态,人为的干预因素还不多,任何事都有高低起伏和前因后果,找到了问题的根源,正视问题,离解决方法就不远了。”

据艾瑞网数据显示,2012年电商的零售总额占社会零售总额的比例为5.3%,预计今年将提升至6.5%,2015年将达到8.6%,届时,网上的销售总额将达到4万亿的销售规模,电商渠道的重要性也日益凸显,这其中也包括酒类行业。

万擎咨询CEO、电商观察员鲁振旺认为,与线下趋势相反,线上酒类销售则前景看好,“现在酒类电商约只占到整个酒类市场的3-4个点,未来3到4年,有可能占到7-8个点”,鲁振旺还特别指出,“预计线上高端酒的发展会更好”。

(魏 勇)

成都糖酒会再现巴拿马奖牌

“98岁”金奖奖牌花落“赖沙”酒业

文是“巴拿马太平洋世界博览会”的全称,下面是古罗马字“MCMXV”及博览会举办的年份“1915”的字样。据介绍,赖沙酒业公司已经委托贵州省收藏家协会对两枚奖牌进行了鉴定,均为真品。

当日的新闻发布会上,贵州省收藏家协会会长何小龙告诉记者,尽管1915年世博会中国所获颇丰,有金银铜等奖牌过千枚,但其中绝大部分已在过去的近百年岁月中失落,现存的金奖奖牌更是凤毛麟角。此次展出的金牌应属巴拿马世博会一等奖,银牌属巴拿马世博会二等奖。

酱香型白酒专家董事长吴伟江介绍说,这枚银质的巴拿马世博会奖牌是他在贵州仁怀茅台镇,经过多年的努力才收集到的。他查阅众多史料发现,1826年赖世衡解甲归田时,自办“茅台烧春酒坊”,因采取民俗民风的酿酒回沙技术,被人们称为“赖茅酱香回沙酒”,随着时间的演变被简称为“赖沙酒”,从此也闻名茅台镇。到民国1924年,赖嘉荣先生正式与周家合作通过“衡昌烧坊”生产周茅,1929年后赖家正式收购周家“衡昌烧坊”,改为“衡兴酒厂”,以赖茅酒商标展露天下,有学者从此认为“赖沙酒”就是“赖茅酒”的前身。自然,早在1915年前巴

志高控股去年盈利9210万元

示:“2012年空调生产商面临国内市场销售阻力,导致销售额下滑。然而,公司管理层准确地审时度势,并对营销策略作出适当调整,着眼于提升本集团的营运效率及提高利润率。期内,虽然公司的综合销售额及销量均轻微下跌,但相比行业的整体下滑情况,公司的表现优于同行。此外,公司于去年录得大幅亏损后,于2012年成功地实现扭亏为盈,成绩令人鼓舞。”

公告显示,集团总营业额约为人民币88.018亿元,较2011年同期减少人民币5.402亿元或5.8%。营业额减少主要是因为年内空调产品的国内销售减少所致。集

团主要业务的总收入(营业额及高节能产品政府补助的总和)达人民币89.226亿元(2011年:达人民币95.204亿元),较2011年减少6.3%或人民币5.978亿元。

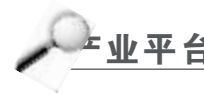
李兴浩表示:“历经过往数年的迅速发展后,中国空调行业于2012年进入调整期,空调市场的整体表现未尽如人意。然而,相信随着经济复苏,国内消费者信心将逐渐回升。尽管房地产市场仍然受到国家政策的控制,随着2013年社会保障性住房的逐渐完成,以及三线及四线城市的强大购买力,将会为来年空调产品的消费需求奠定良好的基础。”

陕汽重卡军团闪耀第十七届西洽会

卡、德龙M3000 LNG天然气牵引车、非公路矿用自卸车等6辆重卡。

此次陕汽展出的甲醇柴油双燃料重卡继承了陕汽牵引车优异的产品特点,在保留原车发动机控制系统的基础上,增加甲醇及柴油控制系统,使其能在纯柴油和甲醇柴油双燃料两种模式下运行。保持与纯柴油车相同的动力性和排放品质,提高了燃烧效率,降低了热负荷,平均百公里节能费用15%以上,可保证不同燃料类型的灵活切换,经济环保,成为行业新能源领域重卡的杰出代表作。

化、电子化、信息化尖端科技,3G无线物联与智能远程控制为手段,实现“人-车-路-货”智能整合管理,提供智能配货、安全保障、车队精细管理、车友互联、重卡专用导航等十大类168种移动增值服务和互动服务,满足“重卡全生命周期管理”用户需求,开创管理智能、安全高效的全新赢利格局,带给中国重卡物流运营革命性变革。(周明喜)



产业平台