

袜博会推动褚暨大唐产业发展

■ 本报记者 梦杨

浙江省诸暨市是全球最大的袜子及相关产品的集散地,“大唐袜业”是中国改革开放30年特色块状区域经济及会展经济的品牌代表,大唐镇年产袜子数量占全国总量的70%以上,占全世界的三分之一,被誉为“世界袜都。”从某种程度上大唐成就了中国的袜业,成就了中国的国际袜业博览会(简称袜博会)会展品牌。

袜博会提升大唐影响力

10月18日,由中国国际贸易促进委员会、中国工业经济联合会、中国纺织品进出口商会、中国针织工业协会联合主办,诸暨市人民政府、中国国际贸易促进委员会浙江省分会联合承办的第11届中国国际袜业博览会在诸暨大唐开幕。

与以往节会不同的是,本届袜博会专门在大唐袜业整体品牌形象和袜业产业文化推荐上做足了文章,在开元西路,有关于52个创业者的事迹展览;在市场门口,16块大型袜

业视觉形象图让市民眼前一亮;在袜业城内,由100个女工和万双袜子组成的精彩拼图;此外,还选取了160户当地家庭的生活照,做成精美家族相册,向大家讲述他们在30年风雨间的生动创业历史。展示了大唐袜业的人们与这片土地“共生”、“融入”的深刻内涵。

本届袜博会共持续3天,共设摊位2000多个,其中袜子摊位近1000个、原料摊位700多个、袜机摊位200多个。有150余家境外采购商、250家境内外采购商及50名诸暨人联谊会嘉宾参加。节会期间有开幕式、经济技术合作项目签约、中国袜业经济发展讲座、跨国采购暨“名品进名店”洽谈会、贸易展销会等活动推出。

大唐袜业从坊间经济走向国际会展市场,体现了中国国际袜都区域品牌开拓国内外市场的能力和信心。“大唐袜业”除了抱团创品牌外,也做足产品品牌、城市品牌、会展品牌。大唐需要走向国际专业展的舞台,实现品牌专业营销。微电影《大唐梦》就是对中国国际袜都最好的展现。

转型升级抢占高端市场

“大唐袜机响,天下一双袜”。大唐袜业已形成以大唐镇为中心,辐射周边12个乡镇,吸纳从业人员近20万人的一大产业集群。总投资3.5亿元的中国针织原料市场,计划于今年年底封顶,总投资达3.66亿元的国际袜都财富中心也将于12月底竣工。今年9月,中国针织工业协会袜业研发中心落户大唐。据统计,前三季度,全市袜业产业实现产值577亿元,同比增长17.7%,实现自营出口10.5亿美元,同比增长10.5%。

在“提档升级”、“品牌兴业”等发展战略引领下,大唐袜业正快速演绎着一场“从无到有、从小到大、由弱变强”的转变。据统计,自2007年荣膺浙江省首批区域名牌的大唐袜业,目前拥有中国名牌3个,中国免检产品两个,中国驰名商标11个。

“贴牌、代工、模仿、廉价”曾是大唐袜业的代名词,如今当地袜子企业纷纷以“专、优、特、新”登上国际国内高端市场。浙江添

超针织有限公司和解放军某部军需装备研究所联合研制的大麻纤维袜,产品利润比常规产品高出10倍多。

随着大唐袜业创新研发能力的不断提升,今年9月,中国针织工业协会袜业研发中心落户大唐。目前,大唐袜业已拥有1家国家级高新技术企业、5家袜业研究所、两家轻纺产品检测中心、30多家厂办研究所。总投资3.5亿元的中国针织原料市场将于今年年底封顶,总投资3.66亿元的国际袜都财富中心也将于12月竣工。

褚暨“中国袜业之都”提档升级,挖掘其东方商业智慧文明与世界商业精神顺利接轨之内涵,由此引发国内外对褚暨中国国际袜业专业会展业给与持续关注和支持,使之迎来发展黄金期,并对其发展的历史及独创的商业模式进行理性梳理和思考。使其在浙江这片国际会展云集的业态里脱颖而出,从而带动区域经济快速发展,奠定国际市场中的位置。

品牌传真

洁,未来将以羽绒服为核心品类的时尚女装品牌作为全新的愿景,着力诠释“自信快乐女生”,满足18-35岁追逐潮流,左右时尚,享受快乐生活的新生代女生。

冰洁公司总经理王道成在发布会上介绍说,冰洁不仅要给消费者提供高质量的羽绒服,更重要的是带给大家更多自信、快乐的时尚体验。从产品、传播、活动等各层面,加强与年轻消费者的沟通,让品牌长驻于心。

为此,冰洁每年一度的“时尚歌友会”在发布会上也宣告全国巡演启程。在《中国好声音》等知名节目中走红的桂雨濛、汪小敏、朱婧佳、苏丁琦,以及深受欢迎的新生代玉女歌手陶钰玉,成为今年时尚歌友会的明星人选,将赴全国50多个城市,与冰洁消费者近距离互动。

(沈海燕)

慧聪网“浩泽杯”中国净水行业十大评选颁奖

本报讯 日前,“品牌力量·以影响力改变行业未来”慧聪网“浩泽杯”2013年中国净水行业十大品牌评选颁奖盛典在北京慧聪总部基地隆重举行。中国疾病预防控制中心环境与健康相关产品安全所水质安全监测研究室主任鄧学礼、中国家用电器协会副秘书长陈刚等十余位业内专家、领导莅临颁奖现场。

“浩泽杯”2013年中国净水行业十大品牌经过近五个月的评选,终于迎来了最激动人心的时刻,净水十大品牌获奖企业一一揭晓:浩泽、安吉尔、AO史密斯、百诺肯、海尔、沁园、三角洲等企业荣获重量级的“最具影响力企业”殊荣;“十大知名品牌”由飞利浦、汉斯希尔、金利源、佳尼特、碧水源、世韩、朗诗德、汉斯顿等企业获得;消费者满意品牌则花落浩泽、安吉尔、沁园、百诺肯、美的、3M、品翔几家被消费者认可的企业;三角洲、深圳陶氏、远大YUNDA、万泉达、怡盛源、华绣科技、碧丽、生活秀、企泰净水等企业分别获得配件十大满意品牌、十大创新品牌、公共饮水设备优质供应商十大殊荣。

颁奖盛典期间,主办方发起的“净水行业2014年市场营销前瞻之领袖对话”邀请中国家用电器协会副秘书长陈刚等担任对话嘉宾。陈秘书长评价现在的净水市场被很多企业看好,未来的竞争会越来越大,新生投资者会重金投资到净水领域。面对这样激烈的市场竞争,企业如何立足,分割蛋糕,陈秘书长认为要从技术和渠道发力。此外还有龙头企业均对净水行业2014年市场营销进行了预测分析,与业内人士共商行业未来。

北京慧聪网总部基地“凡生聚会厅”一派热闹景象,所有与会人员欢聚凡生聚展厅,共赴财富晚宴,此外本次活动还得到朗诗德、三角洲、世韩、柏繁的大力支持。在愉悦而轻松的氛围中,“浩泽杯”2013年中国净水行业十大品牌评选颁奖盛典圆满落幕。(王 莺)

高端洗护发品牌 丝蓓绮新品上市



本报讯 日前,资生堂(中国)投资有限公司旗下的高端洗护发品牌“丝蓓绮”携手日本长崎县政府,诚邀代言人乐基儿来到日本山茶花之岛—长崎,正式拉开了“2013年美丽溯源,恋在长崎”活动的序幕。活动首日丝蓓绮品牌即宣布让消费者期盼已久的6款丝蓓绮亚洲人气商品将于2013年11月正式登陆中国内地。

2007年9月“TSUBAKI丝蓓绮奢华系列”以原装进口方式登陆中国伊始,迅速获得了众多高端美发消费者的大力追捧。2011年12月专为中国市场度身定制的奢耀系列诞生。

奢耀系列和进口品完全相同,采用来自日本长崎的高纯度山茶花精油,为中国爱美女性带来看得到的发质改善。

日本长崎县在大自然的宠眷中孕育出日本最优质的山茶花,山茶花精油中则含有丰富的保湿、修护毛发成分,能令秀发乌黑亮丽,富有弹性,自古以来就是珍贵的护发圣品。“TSUBAKI丝蓓绮”中所含有的主要美发护发成分—“山茶花精油”正是选取了来自长崎的天然山茶花果实初道榨取的精油,并加以现代高纯度萃取技术进行高度提纯,将这个自古传承的美发臻宝提升为更易于发丝吸收、可缔造秀发炫耀光艳以及弹润柔顺效果的高纯度山茶花精油。这也是【TSUBAKI】洗护系列命名为“山茶花”(其日语发音为TSUBAKI)的要因之一。

除了山茶花精油以外,丝蓓绮更根据中国女性的细致发质特点和清爽蓬松的感受喜好以及中国的硬水质进行特别研发加入更多美发及功能性成分,实现了“炫目光艳”与“丝滑轻盈”的珠联璧合。在众多消费者的期盼声中丝蓓绮奢耀系列终于将风靡日本、台湾、香港、韩国等亚洲地区的明星免洗型美发产品—“奢耀柔艳凝水精华喷雾”和“奢耀修护滋养精华喷雾”带到中国内地,带给广大中国女性心潮“喷”湃的体验!让中国女性随时、随地的享受到【TSUBAKI丝蓓绮】带来的炫目亮泽与丝滑柔顺的清润呵护。另外更有滋润艳泽的红色;受损修复的白色;解决头皮及发丝双重问题的金色三系列集中护理的集润发膜及焕活头皮深透清洁露全新上市。(晓 敏)

第十二届织交会将在大朗召开

本报讯 第十二届中国(大朗)国际毛织产品交易会将于今年11月12日—11月15日在大朗毛织贸易中心隆重举办。

本届“织交会”将以“时尚织城 美丽大朗”为主题,展会期间,将举办流行趋势发布会、毛织服装设计大赛、采购对接会、毛织风情节等10多项活动。本届“织交会”创新五大亮点:电子商务产业中心在“织交会”期间闪耀亮相;大朗毛织价格指数在“织交会”期间隆重发布;毛织业联盟标准在“织交会”期间正式推出;毛织环保工业园在“织交会”期间大力推广;首次增添春夏毛织服装流行趋势。(沈海燕)

嘉禾地税局推进城乡一体化

本报讯 今年初,湖南省嘉禾县全面创建城乡一体化建设,县地税局以组织税收收入为中心,以依法治税为重点,瞄准省地税局年初下达的计划3.5亿元,县政府计划3.64亿元的目标,求真务实落到实处。截至上半年,全局共组织各项收入1.86亿元,占省局计划的61.88%,同比增收4851.5万元,增长40.24%。

推进城乡一体化是嘉禾县委、县政府的战略决策。县地税局把创优争先列入工作重点,并把创优与城乡一体化有机结合起来。设局着重抓了三项工作。一是组织收入多措并举,力争完成目标计划。设局坚持局领导联系分局,科室与分局的收入目标考核责任制,局领导、科室与分局任务考核相捆绑,每人每月拿出1000元列入考核,按季兑现。二是依法治理理稳步推进,税收环境更优化。全面开展“税收宣传日”活动,大力营造“纳税光荣、贡献社会、造福家乡”的良好氛围。三是税收管理创优优质服务,征管改革有亮点。提升服务质量,以微笑服务、优质服务为出发点,着力创新征管改革。真正全面实行了行业化管理,确保了专业化、精细化、科学化,实现了办税全面社会化,并联合县里40多个部门合作办公,让群众享受“一站式”服务,从而有力地推进了全县城乡一体化建设。(李学同 张国军)

广汽传祺获“新锐之梦”殊荣

本报讯 日前,“我的中国梦——中国企业梦之队大型网络推选活动”在北京举行颁奖盛典,为网络票选和专家评审出的十二家代表“品牌之梦、传承之梦,幸福之梦,绿色之梦,融合之梦,文化之梦,创新之梦,制造之梦,新锐之梦和时尚之梦”的优秀企业颁奖。

成立仅六年的广汽集团乘用车有限公司以12.7%的得票率击败了海信、小米、聚美优品等势头强劲的品牌企业,荣获“新锐之梦”殊荣,代表中国新兴成长的坚实品牌力量,助推“中国梦”的实现。据了解,此次活动由中央宣传部、中央文明办、新华社大力支持和指导,新华网联合《参考消息》和中国文明网举办。

新锐是一种力量,新锐企业在行业当中无疑起着一种排头兵的作用。当主持人问及“广汽的新锐力量是什么”时,广汽乘用车总经理吴松回答道:“历经六年,以全球的视野聚合全世界优秀的资源,我们广汽前后投资近百亿,聚集了合资企业的这么一些经验,第一款车通过引进消化吸收再提升;第二个平台我们花十亿进行打造,可以不谦虚地讲,全系的三款产品都具备跟合资品牌同级别的比美,而且市场这三年来成倍增长,越来越多的老百姓更加喜欢我们中国的品牌。”

新锐的品牌意味着更广阔的未来。自诞生以来,广汽传祺的品牌仿佛也成了中国汽车梦想的代言人。先后成为广州亚运会、泰达论坛、中国—东盟博览会等高端展会的官方指定用车,在中国汽车自主品牌中毫不怯懦地展现出卓越的领头典范。(熊 欣)

本报讯 日前,冰洁新品上市网络新闻发布会举办。冰洁打破常规,一改往年“线下”新闻发布会的传统模式,首度把发布会搬到“线上”。此次发布会在专门的演播室中进行,以微博、微信为主平台,对发布会进行了同步视频、图文转播,广大消费者也可同步观看,并进行即时提问、留言、互动。

此次发布会揭开了冰洁2013/2014秋冬时尚新品上市销售的帷幕。新品羽绒服打出了“时尚我最炫”的年度口号,色彩炫、面料炫、款式炫、搭配炫,四大系列代表着羽绒服的时尚前沿风格:轻舞飞扬系列,主打轻薄款,秋季与初冬正当时;缤纷乐园系列,主打糖果色彩,明朗轻盈、简约欢快;幻影都市系列,注重现代时尚造型的优雅、精致;暮光森林系列,为风格鲜明的个性休闲款,注重随性实用、搭配灵活。

卡宾在香港交易所挂牌上市

本报讯 10月28日,卡宾公司在香港交易所挂牌上市。这个一直敢为人先的时尚男装企业成功进入资本市场,成为首个公众公司运营的中国服装设计师品牌。这是否在向中国服装市场发出一个信号,中国男人将再次迎来新变革?

早在上世纪90年代,全球掀起一场影响广泛的男性审美变革,打破几百年来男装设计程式化、功能化的特点,但对当时的中国时装行业变革却影响甚微。卡宾率先跨出第一步,开创性地将原本常见于女装设计的腰线设计运用到男装中,细致表达人体线条,让服装更为合体。卡宾

亲民路线受宠 品牌汇入驻今冬高博会

本报讯 据2012年度《中国高尔夫行业报告》统计,去年全国高尔夫设施的总打球轮次约1150万次,估算中国从事高尔夫球运动的人口总数在100万上下,高尔夫这个曾被认为是“高帅富”们的运动正逐渐走下神坛。

12月1日,亚洲国际高尔夫球博览会(AGS)(以下简称高博会)将在深圳会展中心盛大开幕,Taylormade、美津浓、ecco、艾丽Ariche、KING GIBSON、秀仕宝、le coq sportif、Adams Golf、TRAX等将齐聚品牌区,以亲民价来装备高端大气上档次的国际品牌将不再是人们梦想。

据主办方透露,本届高博会上,泰勒梅将带来最新科技的系列球杆:Taylormade SpeedBlade 锋翼铁杆,全新加速槽科技,更



日前,清扬无懈可击亚洲巅峰音乐节Sonic Shanghai 2013第二场新闻发布会在成都举行,发布会再次公布了豪华的第二批艺人阵容。在发布会现场,龙神道和逃跑计划的出现引起了媒体广泛关注。

作为中国第一支真正意义上的雷鬼乐队,龙神道在他们的音乐中融入了古筝等中国元素,一度成为众多外国朋友极力推崇的乐队。不同于龙神道对音乐风格的执着,逃跑计划则在众多新音乐形式中不断探索和

的男装腰线设计在中国现代服装设计,尤其是男装设计的里程中犹如一座分水岭,重新界定了男性美,构建了一种全新的中国男性形象。

回顾卡宾16年的发展脉络不难发现,卡宾一直秉承“颠覆流行”的品牌理念,不仅在设计上打破陈腐旧套,在经营管理上也敢于做出新的尝试。此番资本运作之后在港股的成功上市,就再次展现出卡宾一往无前的勇气,也为中国男装的再次变革开辟了先河。

►卡宾服饰有限公司董事会主席卡宾先生(右)

亲民路线受宠 品牌汇入驻今冬高博会

低重心带来更高起飞角,更远球距;SLDR发球杆是泰勒梅史上最远的发球杆;极致航天科技的GLOIRE RESERVE发球杆,让球杆拥有极致距离和超高容错。

得体的着装,优美的挥杆,雅致的谈吐,良好的修养以及对高球精神的领悟,会让你成为高尔夫球场上瞩目的焦点。展商KINGGIBSON(肯吉逊)高尔夫运动服饰品牌融入了英国、意大利、法国、美国的高尔夫时尚高端服装品牌设计要素,追求自然、倡导环保的设计风格,尽展独特非凡、俊朗利落个性魅力;ECCO作为全球领先的丹麦鞋履品牌在参展期间将推出街头、女士、健步等多个系列,让我们在每一个完美的击球中凸显格调。

据了解,本届高博会现场还安排了近30

清扬跨界涉足音乐盛事

实验。虽然风格迥异,但这两支乐队在探索音乐道路上殊途同归。他们都是非常鲜活的乐队,展现其敢于挑战自我、断然颠覆的勇气,坚持做自己的音乐,总能传递出令无数歌迷产生共鸣的情感,并勇往直前。今年参与首次引进中国的清扬无懈可击亚洲巅峰音乐节,龙神道和逃跑计划展示了他们Show出自我的决心,带着到场的每位观众一起释放,展现自信、挑战、无懈可击的音乐态度。

此外,众多国内外重量级超大牌艺人齐聚音乐节,这些实力与魅力并存的艺人加盟,使今年的音乐节在原味展现摇滚魅力的同时,更是掀起一场国际化,多元化,浓郁都市气息的音乐风暴。

2013年正式落地中国上海,命名为无懈可击亚洲巅峰音乐节(Shanghai Sonic),融合了东西方最具实力演艺团体和最顶级艺人,在上海体育场和上海大舞台以及周边区域

同步演出,几十组国内外极具现场实力的音乐人和乐队,带来超50小时的音乐狂欢。

清扬携手无懈可击亚洲巅峰音乐节,不仅仅是挑逗舞动的欲望,激发摇滚的热潮,更能诠释音乐精神的内涵。作为风靡全球的专业去屑洗发露品牌,清扬的品质源于突破自我、主动出击,才能向世界自信展现自己最好的一面。同时,清扬品牌也一直在践行着勇于挑战,展示自信,秀出无懈可击一面的精神理念:从邀请台湾著名主持人小S、球坛巨星C-罗等风格迥异却具有挑战精神的名人做代言;到《无懈可击》系列时尚剧集的开创性品牌推广;再到成为F1路特斯车队的赞助商。今年,清扬跨界涉足音乐盛事,并尝试通过音乐传递品牌精神,结合奔放不羁、不受束缚的摇滚魅力,进一步推崇自由与个性,大胆与创新,勇敢秀出自我。

(晓 辛)