



惠达召开经销商大会部署发展规划

本报讯 日前,惠达2014年经销商大会在公司总部唐山盛大召开,此次年会的主题是“突破2014·腾飞2015·领袖2016”。来自全国经销商的代表欢聚一堂,共谋惠达未来快速发展之路。惠达总裁王彦庆发表了“突破2014年·冲刺50亿元大关”的讲话,重点部署了2014年的营销规划。

据介绍,未来10年,惠达力争做到年销售额过百亿元的目标,使惠达成为中国优秀

的整体家居方案提供商和世界级卫浴品牌。

2014年,惠达将突破市场环境的制约,创造更大的销售业绩;突破自身能力与观念的制约,快速提升自身实力,做大做强。今年还将开展价值营销,转变商业模式;实现品牌突破,改变品牌定位,提高品牌亲和力;发力渠道突破,巩固一二级市场,深挖三四级市场,以分销为策略,实现空白网点的开发。

(文晓)

品牌定制剧支撑微电影 《夫妻游戏》首映

本报讯 日前,一部耗资近500万元的微电影《夫妻游戏》首映礼在京举办。据悉,这是UMG联播传媒与陕西卫视共同斥资数千万元倾力打造《华夏微电影》“绽放”计划的首部上线大作。

本片承制方UMG总裁夏锐在首映礼结束后接受媒体采访时表示,微电影产业发展前景巨大,已逐渐成为一个独立的文化产业品种,成为未来最具发展前途的传媒产业之一,但它的发展高峰期还未来临。目前,微电影收入来源的70%至80%皆来自于客户定制,可以说是广告定制剧支撑着这个产业的

发展。据介绍,《夫妻游戏》就是一个品牌定制剧的典型案列,该片是为北方易初旗下四轮电动车品牌大阳CHOK(巧客)量身定制的,无论在资金投入、主创团队、制作技术以及品牌支持等各方面均与国际一流标准接轨,这也是一部微电影上映后能否成功的关键。对客户而言,通过微电影与品牌的结合,讲述品牌的诉求,实现与消费者多层次、深层次的沟通,品牌也会借助微电影与消费者建立更加亲密的关系,从而实现双赢。(伊鸿)

2013年度中国手游排行榜正式发布

本报讯 近日,2013年度“中国手机游戏软件排行榜”评选活动落下帷幕,该榜单包括“年度最卖座游戏奖”、“年度十佳软件奖”、“年度十佳游戏奖”、“年度黑马奖”、“年度媒体推荐奖”5类大奖,共有50款游戏软件上榜。

该活动由360手机助手主办,由于360手机助手已经覆盖超过3亿用户。据主办方介绍,本次评选共汇集了1000多款热门手机应用,40多

家主流媒体参与,1000万网民在线投票,评选过程公开透明,并通过技术手段杜绝刷票等作弊行为,以保证整个榜单的公平公正。除了植物大战僵尸、神庙逃亡等老牌游戏继续登上最卖座游戏奖外,最让人关注还有年度黑马奖,一些近两年新推出的游戏,如梦想海贼王、撸啊撸、龙之逆袭等成为业界关注的新秀,这些新秀游戏有望冲击明年的最卖座奖。(郭云)

北京市工商局流通领域移动插座类商品质量监测结果公示



工商之窗

在问题,涉及的主要问题为插头和移动式插座的结构、尺寸的检查、软缆及连接、耐热等项目不符合相关标准要求。

北京市工商局将按照有关法律法规对本次监测中销售不合格商品的经销单位进行处理。公示的不合格商品生产企业及有关经销单位应按照相关法律法规的要求主动采取召回、下架、退市等措施,保护消费者合法权益。

今后,北京市工商局将不断加强流通领域商品质量监督工作,充分发挥流通领域商品质量监测和不合格商品强制退出机制的作用,净化首都市场消费环境。

流通领域商品质量监测不合格商品名单

序号	样品名称	标称生产企业	标称商标	规格	生产日期或批号	主要不合格项目或主要问题
1	转换器(包装)	宁波旭克王电器有限公司	坦克王	TKW-613	201301	尺寸的检查、插头和移动式插座的结构、耐热。
2	高级移动转换器	台州市中联电器有限公司	中联电器	ZL-125	2012-06-07	尺寸的检查
3	多位转换器	慈溪市长通电器厂	长通	CT-212	无	尺寸的检查、防触电保护、端子、插头和移动式插座的结构、拔出插头所需的力、软缆及其连接。
4	插座、转换器(包装)	慈溪市丰丰电器有限公司	迪丰	DF953-902	无	软缆及其连接。
5	转换器(包装)	深圳市吉顺康科技有限公司(包装)	吉顺	JSW-206	201112	尺寸的检查、防触电保护、插头和移动式插座的结构、软缆及其连接、耐热。
6	华马插座/转换器	普宁市吉恒电器有限公司	驷腾	HM-A24	无	标志、尺寸的检查、插头和移动式插座的结构、拔出插头所需的力、耐热。
7	插座/转换器(包装)	厦门视贝科技有限公司	视贝	7723	MR290000382	额定值、插头和移动式插座的结构。
8	插座/转换器(包装)	厦门视贝科技有限公司	视贝	6642	LL090000729	插头和移动式插座的结构。
9	插座、转换器(包装)	普宁市吉恒电器有限公司(包装)	皇马	HM-216	无	尺寸的检查、端子、插头和移动式插座的结构、拔出插头所需的力、软缆及其连接、绝缘材料的耐非正常热、耐热和耐漏电老化。
10	家家乐插座(包装)	慈溪市观海卫镇佳佳电子厂(包装)	家家乐	DH-214	2013.04	插头和移动式插座的结构、软缆及其连接、耐热。
11	能博网高级电源转换器	慈溪市腾路电器有限公司	能博网	NBW-304	2012.01	尺寸的检查、软缆及其连接。
12	转换器(包装)	普宁市新豪华电器配件厂(包装)	荣通	RT-2138	无	额定值、标志、尺寸的检查、防触电保护、端子、插头和移动式插座的结构、拔出插头所需的力、软缆及其连接、耐热、绝缘材料的耐非正常热、耐热和耐漏电老化。
13	XGJ单相两极带接地不可拆线插座	扬州金盟电子有限公司(产品)上海小管家电器实业有限公司(包装)	小管家	XGJ-801	2010223	移动式电器附件的结构、拔出插头所需的力。
14	安全型万用移动式电源插座/转换器	北京诺登照明科技有限公司	ESAN	C8-2109D	无	额定值、尺寸的检查、插头和移动式插座的结构、软缆及其连接、耐热。
15	安全型万用移动式电源插座/转换器	北京诺登照明科技有限公司	ESAN	C8-2215	无	尺寸的检查、插头和移动式插座的结构、软缆及其连接、耐热。
16	电源转换器	深圳至尚微贸易有限公司(包装)	尚纳斯	CSP-P611B	无	尺寸的检查、端子、插头和移动式插座的结构、软缆及其连接。
17	电源转换器	深圳至尚微贸易有限公司(包装)	尚纳斯	CSP-P610B	无	尺寸的检查、端子、插头和移动式插座的结构、软缆及其连接。
18	转换器(包装)	广州市凯歌实业有限公司	W.N.T.万能通	SK-68	无	额定值、标志、软缆及其连接、耐热。
19	转换器(包装)	广州市凯歌实业有限公司	W.N.T.万能通	ST-28	无	额定值、标志、插头和移动式插座的结构、拔出插头所需的力、软缆及其连接。
20	高级移动式插座	深圳市秋叶原实业有限公司	秋叶原	YF-1418	L20120428	耐热。

北京市工商局朝阳分局协办

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权进行拍卖,欢迎报名参与竞买。详情可查阅该公司网站www.jcbcp.com,或致电010-57110083索取详细资料。

- 1.多功能家用电器(ZL201320231158.0)
- 2.一种用于冲击钻上的防尘罩(ZL201320180778.6)
- 3.家用多功能真空储藏柜(ZL201120065692.X)
- 4.电容电动脚踏运动自行车(ZL2012200653707.9)
- 5.一种炉灶增燃装置(ZL201110117121.0)

外资啤酒逐鹿中国 国有品牌如何突围

“一夜之间,燕京成了中国大型啤酒集团最后的‘纯正血统’拥有者!”中国酿酒工业协会啤酒分会秘书长何勇在接受记者采访时表示。

据2013年12月30日晚间消息,全球第四大酿酒商丹麦嘉士伯将出资15.6亿元(约合2.5亿美元)收购重庆啤酒集团资产管理公司100%的股权。嘉士伯之前还曾以29亿元收购了重庆啤酒30.3%的股权。

早在2002年,中国啤酒业产销量就超过美国成为世界第一产销大国,但中国32升的年均啤酒消费量,不说与啤酒消费大国捷克、德国、美国等超过100升的水平相比还有很大的距离,就是与北京、上海等国内大城市80余升的消费水平相比也差距不小。

一直以来,啤酒产业的全球化都是通过向新兴市场的投资实现的。中国啤酒业一直是一个高速增长市场,作为世界啤酒市场增长最快、产销量最大和中国大众消费品市场化程度最高、竞争最为激烈的产业,消费量的持续增长将是未来发展的长期趋势。也正因如此,中国的啤酒市场在国际啤酒大贾们的眼中也就显得格外的富有“吸引力”。于是,外资的与本土的各路精英及幕后玩家相互角力,彼此渗透,开始了中国啤酒业的重塑之旅。

数据表明:世界四大啤酒公司中,除去嘉士伯,南非啤酒巨头SAB米勒已经控制了雪花啤酒49%的股份,世界最大啤酒商比利时百威英博集团旗下的众多本土啤酒品牌中有哈尔滨、雪津啤酒、维雪等25个品牌。百威英博啤酒集团已经成为中国最大

的啤酒生产商之一。此外,有数据显示,青岛国资委持有青岛啤酒约30%股权,而日本朝日啤酒则持有青岛啤酒约20%股权,朝日啤酒因而成为青岛啤酒第二大股东。

据统计,外国洋品牌至少控制了我国40%的生产规模和超过60%的高端啤酒市场。

通过查阅国内啤酒行业相关信息,记者发现,到目前为止,燕京啤酒是中国大型啤酒集团中唯一没有外资背景且没有外资参股的大型国有控股企业。

中国经济周刊联合搜狐网此前展开的一项调查显示,对于外资逐鹿中国啤酒市场,62.15%的网友表示这不是好事,“过多的兼并和收购影响了民族啤酒产业的生存和发展”。

何勇表示:中国啤酒市场一直是外资并购的主战场,对此,一方面应该看到,随着啤酒行业日益激烈的竞争与资本整合的脚步加快,一些区域的中小啤酒企业必然会不堪重负被赶出资本啤酒市场,未来只有啤酒大鳄才能掌握话语权,但是同时应该注意,由于外资收购或合资,造成我国大量民族品牌消失或被冷藏。政府应把品牌战略上升到了国家战略的层面,以民族品牌“树立中国的新形象”。因为民族品牌的未来不仅是需要资本的强大大、人才的强大,更加不能忽视的是民族责任心的强大。在全球经济一体化趋势下,通过资本运营手段,外资大举蚕食本土企业,众多行业进入寡头竞争阶段,国有品牌如何突围,值得认真思考。(润凡)

华泰汽车独家赞助2013中国财经领袖年会

本报讯 由新华社、经济参考报社和新华网联合主办、华泰汽车独家赞助的2013首届中国财经领袖年会将于1月中旬拉开帷幕。届时,全国财经界各路精英将汇聚北京,围绕“大改革下的创新之路”展开深入探讨。对于大会议题,华泰汽车也有深刻的共鸣和独到的见解。华泰汽车经过十

余年的发展,探索出了一条绿色发展之路,同样经历了艰辛变革与大胆创新。此次赞助活动也是华泰汽车2014年以“力量·惊喜”为核心的品牌战略的新开端。华泰汽车将秉承“为世界创造力量和惊喜”的品牌信仰,给中国乃至全球消费者提供更多的力量和惊喜。(王素青)

中国商业不动产思想盛典暨第四届亚太商业不动产学院年会召开

本报讯 近日,2013中国商业不动产思想盛典暨第四届亚太商业不动产学院年会在京举办。本次盛典由长春栖乐荟冠名赞助,亚太商业不动产学院与吉林省东坤房地产开发公司联合主办。全联房地产商会、(中国)商业网站建设开发中心、BOMA国际建筑业主与管理者协会和ICSC国际购物中心协会也给予本届盛典大力支持。来自全国各地的亚太学院的师生和业内朋友共300多人汇聚一堂,共度了两天一晚的思想盛宴与欢乐时光。

漫游宝:将全球漫游资费直降90%

本报讯 有出国“上网利器”之称Mi-Fi漫游宝日前面世。漫游宝是由深圳斯凯荣科技有限公司(Skyroam)开发研制的一款便携式无线宽带装置(MiFi),漫游宝在全球30多个国家和地区的宽带无线互联网接入服务同时开始正式启用。广大出国旅行者将能够真正享受到“一机走世界,全球一口价,流量无上限”的全球漫游服务。

随着宽带网络的不断提速,人们对于网络的依赖越来越强,随处随意地通过各种工具上网已经成为生活中不可或缺的组成部分。正是洞悉了科技引领生活这一必然发展趋势,从美国硅谷学成归国的几位志同道合的学子,于2008年成立了深圳斯凯荣科技有限公司。经过近4年的艰苦研发,于2011年底推出了侧重于为全球商旅人士提供通信漫游服务。

以“创新、创新、再创新”为宗旨的Skyroam研发团队,通过不懈的努力,再次凭借漫游宝成为行业中的弄潮儿。漫游宝采用来自美国硅谷的破坏式创新的虚拟无线网络技术(WiFi)、3G路由语音通话技术(通过WiFi打电话)、以及用手机APP操作的技术,都是经过美国技术专利认证的独家研发成果。漫游宝集这些专利技术于一身,成为无线上网领域中的佼佼者。同时,全球漫游服务按时计费的方式,彻底颠覆了行业内的赢利模式,拓宽了广大使用者的选择范围,降低了用户的使用成本。

本届盛典紧扣“专业与创新”的主题,邀请了万达、凯德、恒隆、华润置地、中粮置地、首创、万科、世茂、宝龙、金鹰国际、雨润、证大等品牌企业和项目的知名操盘手共25位专业讲演嘉宾,围绕“购物中心的主题化、体验性与创新趋势;区域与社区商业的连锁化、多元化与租售结合;商业地产全程全程六大节点的动态对接与有效转化与城市综合体全产品链的租售组合与招商策略”的四大主题,展开了充分而深入的讲演、对话与交流,为中国商业不动产2014年及未来的发展指出了方向和路径。(范丽敏)

在科技飞速发展的今天,一人拥有多种上网设备,随时随地上网,已逐渐成为人们的一种生活方式。随着移动数据漫游服务需求的激增,广大用户急需一种能够在全球无限上网的解决方案,而昂贵的全球漫游费让他们望而却步,今天漫游宝的横空出世,将昂贵的全球漫游费用降低了90%,填补了全球漫游服务领域的一项空白。

漫游宝别具一格的24小时PASS计费模式,即24小时不分国家、区域无限上网的套餐,让24小时内旅行多个国家与区域用户就像在一国之内无漫游的旅行,只支付一天的使用费用。使用者再也不必纠结于频繁地更换不同国家或地区的数据卡,多次的重复收费,也不必因为上不了网而耽搁手头上的工作。漫游宝支持多端同时在线,客户通过下载Skyroam App客户端,让许多高端单卡智能手机可以无缝实现双卡双待。

在服务和产品的设计上,斯凯荣的研发团队专注于客户体验。漫游宝的主要特征有:开机即用,傻瓜式操作,使用便捷,不用更换设备,无需插卡(无SIM卡),无需预约,无需登记的方式给使用者带来全新体验;随心所欲地上网,覆盖面广,不用考虑出行的目的地,随时随地全球漫游。

目前,漫游宝已经展开与国内知名的旅行社、运营商、分销商全面的战略合作伙伴计划。随着官网的开通,用户将可以直接参与优惠的网上预订,并在线完成订单。(谢宁)

乐购新春促销掀起“微”潮

本报讯 近日,继“圣诞低价风暴”后,乐购新春促销活动再次火热来袭,不仅联手各大知名品牌在全国门店开展商品促销,同时还在微博、微信平台发起“伯‘乐’找‘码’”活动,以O2O(Online to Offline,线上到线下)优惠联动回馈消费者。

据介绍,从即日起至1月21日,顾客可通过社交媒体在线上或线下参与此活动。活动期间,乐购将携手雀巢、桂格、舒洁等品牌在新浪微博及腾讯微信上发布电子优惠券,顾客可通过关注“乐购Tesco乐活派”微信帐号将电子优惠券下载至手机,结账时出示即可获得相应的购物折扣。此外,乐购Tesco乐活派微博平台也会配合发起新春促销互动活动,顾客将有机会在线上赢取马年金条,iPad mini等丰厚礼品。

会员活动方面,今年1月10日开始的会员现金券兑换活动首次在全国门店实现多渠道发放,顾客既可在收银线随小票打印积分转换的会员积分现金券,也可注册乐购官网的会员专区,从网上自行打印现金券;积分可兑换大额现金券的会员还可通过快递方式收到现金券,体会科技带来的服务提升。(海青)

我国开辟难溶性钾盐利用新途径

本报讯 日前,记者从在京召开的钾硅肥与土壤改良研讨会上获悉,钾硅肥大田试验获得成功,生产技术已经成熟。有专家认为,开发利用难溶性钾肥资源,可以缓解我国钾肥资源短缺的现状,改善钾肥进口的依赖程度,对保障粮食安全和提高国际贸易话语权具有重要作用。

据不完全统计,我国缺钾土壤已经达到4.5亿亩。若将缺乏面积补到土壤中等含速效钾水平,需要钾肥约6000万吨(折纯,下同),每年维持土壤速效钾含量稳定(作物带走和淋失)需要约800万吨至900万吨。

自主研发钾硅肥是我国钾盐综合利用开发的一条新途径。据介绍,可溶性钾资源在我国严重短缺,已探明储量不足世界总量的0.2%。国土资源部的数据显示,2012年我国可溶性钾资源的查明资源量是10.35亿吨,每年进口钾肥约350万吨,占全国总用量50%。

然而,随着难溶性钾盐开发利用技术的重大突破,我国将改变高度依赖进口钾肥的格局。资料显示,目前已探储难溶性钾矿石储量约1000亿吨,其中蕴含的K₂O资源量大于100亿吨。

据该项技术的研发单位——山西临县紫光钾业介绍,大田试验结果表明,钾硅肥将对土壤酸化、重金属污染、盐渍化等障碍性土壤有一定的治理效果,同时兼有固肥功能,能够疏松土壤,增强土壤保水保肥、通气透水能力。(季春红)

洛科威助力中德公共建筑节能项目

本报讯 开展中小学校节能改造是中德公共建筑(中小学校和医院)节能项目的一个重要领域,而位于天津市北辰区的朱唐庄中学是其第一个节能改造示范工程。

记者从中德技术合作“公共建筑节能”项目办公室了解到,教学楼外墙保温材料选用的是洛科威外墙岩棉保温板,因为岩棉是A级不燃保温材料,在各种环境中均能保持良好的保温隔热性能,且具有不燃、无毒、导热系数低、隔音性能好、化学性质稳定、使用周期长等特点,是公认的理想保温材料。

由于使用了洛科威岩棉保温产品,教学楼的热损失减少,供暖需求降低,普通教室内的3组暖气片改为2组,改造前后采暖能耗的对比计算结果表明,节能改造工程不但提高了室内的舒适度,改善了学生的学习环境,而且节能效果也十分明显。通过热成像摄影可以看出改造后的整个外立面几乎看不到明显热桥,且整体温度与室外温度持平。(小熙)

产经资讯