

波司登2014/2015 秋冬成衣流行趋势在京发布

本报讯 (记者沈海燕)日前,波司登2014/2015 秋冬成衣流行趋势在北京饭店发布。高贵丰盈的色彩,融合提花蕾丝、彩金珠片与立体复古图案等面料,辅以精致的手工艺配饰,在传统与现代设计手法之间自如转换,整场发布秀新意迭出、光彩夺目,将全场嘉宾引入了一个充满华韵与浪漫感官世界。

这是波司登第18次唯一代表中国防寒服向世界发布流行趋势。1997年以来,由波司登集团副总裁兼产品创意总监朱琳女士领衔的波司登设计师团队,坚持以创新设计为基点,挖掘品牌内涵,运用时尚概念,追求服装产品商业性和艺术美学的平衡,引领防寒服行业的流行趋势,推动波司登创造出竞争对手难以企及的商业成功。波司登本赛季的发布会以“尚·

采”为主题,灵感启发来自于对生命力的思考。波司登本季发布的最大亮点是:华彩的面料,复古的廓形,大量手工钉珠、镶钻等繁复考究的传统工艺与运动休闲元素的反叛结合,让女性优雅高贵的形象生显出动感的灵性。可爱童模的演绎,更唤醒人们的怀旧童真情怀,呼应了主题风格,整个发布会令人玩味。

中国国际时装周是展示时尚品牌魅力的中心舞台。波司登集团董事长高德康表示,原创设计是服装的灵魂,现在的消费者越来越呼唤有“创造力”的品牌,中国服装走创新升级之路才有前途。他强调,设计研发是服装价值链的“高精尖”环节,是波司登实施全球市场扩张战略的重要抓手,“我们要培育一支具备国际视野的顶尖设计师和时尚工作者

团队,更加专注产品的创新设计和品质卓越,关注品牌的个性定位和文化特质,不断提升在国内外市场的品牌魅力和竞争力。”

作为中国最大的以羽绒服为主营业务的多品牌综合服装经营集团,波司登近年以变革创新为内驱力,加大产品设计研发投入,整合优化内外部资源,借助高端平台及新媒体推广品牌,为参与全球竞争积蓄了强大的品牌优势。目前,波司登已19年(1995-2013)蝉联中国羽绒服市场销量冠军,并在英国伦敦设立欧洲总部暨品牌旗舰店,成为中国品牌崛起于海外市场的经典商业案例。

创新品牌



品牌资讯

大红门“红动CHIC”

本报讯 日前,北京大红门服装商贸集团亮相2014中国国际服装服饰博览会(CHIC),在CHIC首日就拔得头筹。据不完全统计,当天大红门展区接待嘉宾超过8000人。

CHIC的一大亮点是“2014年度中国服装成长型品牌发布会”的颁奖典礼。作为“中国品牌孵化基地”的北京大红门服装商贸集团,成为了颁奖典礼的举办地,凸显了行业对其的认可,大红门服装商贸集团有6大品牌获得中国服装成长型品牌称号。除了颁奖典礼、商户联展、品牌时装秀外,北京大红门服装商贸集团旗下被定义为“下一代服装商业模版”的大红门·福海国际也备受瞩目。(沈海燕)

中国服装设计师协会与九牧王男装启动战略合作计划

本报讯 日前,中国服装设计师协会与九牧王股份有限公司战略合作新闻发布会在北京举办。该战略合作计划包括“九牧王杯第19届中国时装设计新人奖”以及“九牧王杯中国裤装设计版型(精英)大赛”两个项目,这是双方首次深度合作。

九牧王股份有限公司总经理陈加芽表示,“九牧王”杯中国裤装设计版型(精英)大赛的举办是要为设计师提供产、学、研一体化实践的平台,同时挖掘和培养优秀的设计师,为行业发展提供人才储备,而这正是九牧王“救心者救天下”的企业经营理念付诸实践的最好诠释。(沈海燕)

北京40举办上市品鉴会

本报讯 北京40的经销商从3月起,在全国范围举行主题为“路野·心更野”的北京40上市品鉴会。目前,山东、河南、江苏等站品鉴会已举行,超过500名车友参与其中,共产生订单近百辆,引爆了区域销售热潮。未来,北京40上市品鉴会还将在北京汽车核心销售区域逐步展开。北京40自上市以来就受到了众多越野粉关注,活动中,车友既可以通过静态品鉴、现场讲解及探秘大北线视频深入了解北京40的独特魅力,还可以参与活动抽奖。探究北京40区域热销的原因,不难发现卓越的越野性能是北京40吸引越野粉丝的致胜法宝。被誉为“东方牧马人”的北京40,具有潮流时尚外形、睿智百变功能、专业硬派越野、军车耐久品质四大突出卖点,是一款名副其实的“时尚硬派越野”车型。(张明)

上海大众关注儿童出行安全

本报讯 早春三月,是广大家庭出游踏青的最好时节,又是一年中洋溢着温馨的季节。再加上一年一度的“三八国际妇女节”,妇女、儿童、家庭成为三月永恒的主题。然而,随着家庭自驾出游的人数不断上升,在众多家庭驾车出游、尽享天伦的同时,儿童在各类交通事故中的受伤害比例和程度却远远高于成年人。如何保护儿童乘车安全,成为近年来社会关注的焦点。

作为国内最早成立的轿车合资企业之一,在为众多家庭车主提供优质安全的产品和服务的同时,上海大众也始终关注儿童健康成长,特别是儿童出行安全。近年来,上海大众通过打造“宝贝安行”公益品牌,成为业界推广儿童安全出行理念、普及使用儿童安全座椅的先行者。(李玲)

华泰圣达菲改变消费者生活方式

本报讯 华泰圣达菲自亮相以来,已经赢得全球210余万车主的青睐,并引导国内车市的消费潮流,改变着消费者的生活方式。圣达菲7.97万起的超值价格,以及华泰汽车提供的“5年或15万公里超长保修期”政策。

圣达菲同级率先搭载汽柴“双T动力”黄金组合。其中,1.8T搭载的涡轮增压发动机,源自全新升级的英国罗孚K4发动机技术。2.0则搭载欧意德清洁柴油发动机,由华泰汽车自主研发而成,发动机性能更突出。(魏文)

KSPG 组件助七款发动机入选世界十佳

本报讯 美国权威汽车杂志《沃德汽车世界》(Ward’s Auto World)不久前公布了第20届年度最引领汽车技术潮流的“世界十大最佳发动机”获奖名单,并于日前在底特律车展上正式颁奖。在这世界十大最佳发动机中,有七个装配有来自德国KSPG集团的组件。

位列第一名的是奥迪S5的三升TFSI机械增压V6发动机,其中的气缸曲轴箱、二次空气泵、二次空气阀、电磁阀和止推垫圈皆为KSPG集团提供。第二名是宝马535的三升双涡轮增压I-6柴油发动机,KSPG为它提供了电动切换阀和止回阀。(张明)



日前,第23届中国真维斯杯休闲装设计大赛在北京正式启动。中国真维斯杯休闲装设计大赛本着回馈社会的宗旨,始终坚持培育及鼓励新一代时装设计新秀,为有志青年提供发挥潜能、展现实力的舞台。本届大赛主题为“耀·出色”。大赛再次邀请到新生代当红偶像乔任梁担任推广大使,因为乔任梁现场演唱主题曲。

时宣 摄影报道

长盛电子信息产业基金荣摘金牛奖

本报讯 一年一度的基金颁奖季又至。3月29日,在被誉为基金业“奥斯卡奖”的第十一届中国基金金牛奖评选中,2013年股基收益亚军长盛电子信息产业基金,凭借优异的业绩表现荣膺“2013年度股票型基金金牛基金奖”。

在业界看来,此次金牛奖花落长盛电子信息产业可谓实至名归。在去年沪指下跌6.75%的背景下,长盛电子信息产业逆市斩获74.26%的年度回报,高居主动股票型基金榜眼。即使今年以来主板低迷、创业板宽幅震荡,该基金仍显示出较强的风控及投资管理能力,截止3月27日该基金净值增长8.35%,位居365只股票基金前30名。Wind数据显示,截至今年3月27日长盛电子信息产业基金过去6月、1年、2年的净值增长率均在300余只标准股基中位居前十。(洪艳)

Cirrus Logic 推出新产品

本报讯 日前,领先的高精度模拟和数字信号处理元件供应商Cirrus Logic公司面向移动应用推出全新系列的语音处理器,进一步扩展了其市场领先的便携式音频IC产品系列。采用集成式SoundClear®技术的超低功耗Cirrus Logic CS48LV12/13语音处理器通过改善语音质量、消除背景噪声和提供在任何环境下的清晰通信,来提升用户体验并增强智能手机、平板电脑和可穿戴设备的语音识别准确度。(晓林)

中国企业家睡眠指数白皮书发布

本报讯 日前,福布斯健康经济与生活方式高峰论坛暨中国企业家睡眠指数白皮书发布会在北京国家会议中心盛大召开。该份白皮书首度披露中国企业家睡眠状况,中国企业家平均睡商指数为61.33分,这是第一次对中国企业家这个群体做出的量化的睡眠评分。

本次活动由《福布斯》中文版和慕思寝具联合主办,并得到中国睡眠协会、中国医师协会睡眠专业委员会和卫生部新闻宣传中心的大力支持。慕思寝具总裁姚吉庆、《福布斯》中文版总编辑周健工等嘉宾莅临参会。(魏文)

本报讯 近日,上海大众公布了2014年首月销量数据,单月近20万辆的销售成绩不仅帮助企业实现首个“开门红”,更以大幅领先优势创下了国内车企销量新高。出色的1月销量延续了上海大众一贯的强劲市场表现。2013年全年上海大众以零售

本报讯 近日,在全球享有盛誉的Morningstar晨星基金奖中国区评选结果揭晓,工银瑞信基金公司旗下工银双利债券基金凭借长期稳健的业绩表现,在参评的277只债券型基金中脱颖而出,成为唯一获评“晨星(中国)2014年度基金奖”的

本报讯 近日,在全球享有盛誉的Morningstar晨星基金奖中国区评选结果揭晓,工银瑞信基金公司旗下工银双利债券基金凭借长期稳健的业绩表现,在参评的277只债券型基金中脱颖而出,成为唯一获评“晨星(中国)2014年度基金奖”的

“汉帛奖”第22届中国国际青年设计师时装作品大赛

3月25日,作为梅赛德斯-奔驰中国国际时装周2014/2015秋冬系列开幕秀,“汉帛奖”第22届中国国际青年设计师时装作品大赛盛装开启。

为了更好地挖掘和持续性地扶持原创设计师,汉帛集团在2013年开始落实了一个新的设计师支持项目,与中国服装设计师协会共同发起了HOW!(Hempel Original Workroom)号集-汉帛设计师沙龙,即从2013年10月起,每年中国国际时装周上为青年设计师们提供发布自己独立作品的舞台。此外,汉帛集团也一直致力于将“汉帛奖”中最为优秀和最受欢迎的设计转化成商品。在集团旗下ARRTCO及ARRTCO collection两大设计师品牌集合店平台给予设计师商品落地的支持。

“圣得西杯”第一届中国轻商务装设计大赛

3月26日,由中国服装设计师协会、圣得西集团共同主办的“圣得西杯”第一届中国轻商务装设计大赛启动仪式举行。

“圣得西杯”设计大赛已成功举办了三届,前三届均以打造中国时尚商务男装为己任,现根据圣得西品牌升级为轻商务装的定位,举行第一届中国轻商务装设计大赛。“圣得西杯”第一届中国轻商务装

Polycom 全球市场理念在华启动

现“视讯无限沟通无界”理念,Polycom集中亮相了多款全新解决方案,包括CloudAXIS云跨界平台,Polycom移动视频最新应用及Group系列,旨在促进视频协作在中国更为广泛的应用。

“视讯无限沟通无界”即毫无障碍和距离阻隔的协作,通过在不同业务职能部门的协作需求展示其实际应用,帮助企业中的每一个人通过使用Polycom的

上海大众跨区域联动发展

152.7万辆的销售成绩摘得销量冠军,这也是企业连续4年产销突破100万辆。不断攀升的销量背后,是上海大众精准布局和不断提升的产能支持。随着2013年湖南(长沙)项目的签约奠基以及新疆、宁波工厂的建成投产,如今的上海大众已

工银双利荣获晨星2014年度债券型基金奖

债券型基金,这也是继工银瑞信增强收益债券基金去年入围晨星(中国)2013年度基金奖提名后,工银瑞信旗下债基再获晨星殊荣。

据悉,本次评选共有公募基金共有819只基金、对冲基金共有1523只基金总

专业大赛成为梅赛德斯-奔驰中国国际时装周亮点

3月25日至31日,梅赛德斯-奔驰中国国际时装周(2014/2015秋冬系列)在北京举办。本季时装周举办了30场专场发布、多项专业大赛等近60项专业活动,其中的专业大赛成为时装周的亮点。

第6届“威丝曼”2014中国针织时装设计大赛

3月27日,由中国服装设计师协会、珠海威丝曼服饰股份有限公司主办的第6届“威丝曼”2014中国针织时装设计大赛举办,大赛主题为“青春派”。

“威丝曼”中国针织时装设计大赛自2009年举办以来,一直引领时尚针织潮流得到了企业和设计师以及社会的高度关注,尤其是在近几年,随着人们生活习惯的改变,和对着装舒适度需求的提升,针织时装的设计和商业价值不仅前瞻时尚而且充满挑战。大赛不断挖掘针织设计新人,带动和提升了针织面料的设计和研发,促进了中国针织品牌的发展和商业价值的不断提高。

2014欧迪芬杯中国内衣设计大赛

3月28日,由中国服装设计师协会携手欧迪芬国际集团主办的2014“欧迪芬杯”中国内衣设计大赛主题发布会隆重举行,今年的主题为“十年臻献”。

“欧迪芬杯”中国内衣设计大赛今年步入第10年,从“用内衣文化感动世界”到“用绿色时尚改变世界”,大赛经历了对中华内衣文化的创新延伸到对环保时尚的引领倡导,多年的发展中使大赛通过不断创新与升华,展现出国际性的开放与包容,现已成为国内顶级内衣设计赛事。大赛的成功举办,源于中国服装设计师协会

在广州拍摄。我今后会继续探索中美合作,将中国的资金和故事同好莱坞的优秀电影人才和技术做进一步的结合。”

北大和剑桥毕业,做过风投和管理的制片人丘雁,近几年都在尝试用职业经理人的专业性和创业者的创新性来开发和管理电影项目:“我希望能够给这个行业带来新的思考和创新。”从丘雁身上,人们看到年轻的中国电影人在国际文化交往中,一步步正走向深入和成熟。(沈海燕)

视频、音频以及内容共享解决方案实现畅通无阻的协作沟通,从而拓展和加速Polycom业务进程。

伴随“视讯无限沟通无界”的发展理念,Polycom集中推出一系列针对中国市场的全新解决方案,从技术和行业应用均进行再次升华,进而展示Polycom向移动化和云视频全面转型的发展目标。

(李芳)

形成“以安亭为中心、辐射长三角、延伸中西部”的跨区域联动发展布局,为企业实现跨越式发展不断注入新能量。未来,上海大众将在跨区域联动发展战略的指引下,朝着“2020战略”中“成为中国产销量最高的汽车企业”不断迈进。(徐云)

计6种类型、2342只产品参选,最终每类型产品中选择1只总计6只基金获“晨星(中国)2014年度基金奖”,13只基金入围提名奖。此次公募债券型基金中仅工银双利获评“晨星(中国)2014年度基金奖”,另外还有2只获得提名。(程雪真)

的引导并结合欧迪芬的市场实战经验,以中国国际时装周为平台,不断促进新一代的内衣设计师进步与发展。

“浩沙”第8届中国国际泳装设计大赛3月28日,“浩沙”第8届中国国际泳装设计大赛总决赛暨2015浩沙泳装流行趋势发布举办。大赛的主题为“梦·回”,释义为回到最初的梦想。

浩沙一直引领着行业的进步和发展,在其不断创新的发展步伐中,影响力稳步提升。浩沙泳装更是突破年龄、阶层等界限,向人们传递和倡导快乐健康的都市运动生活方式。浩沙作为一个时尚健康生活方式的传播者,将各民族文化融入泳装设计理念中,以产品的独特风格极具异域风情。同时,浩沙努力创建国际一流的引领时尚健康生活的发展方向,也为中国的泳装发展注入了活力。

乔丹杯第9届中国运动装备设计大赛3月29日,由中国服装设计师协会和乔丹体育股份有限公司共同主办的乔丹杯第9届中国运动装备设计大赛新闻发布会隆重举行。

“乔丹杯”中国运动装备大赛成功走过了8个年头,为中国运动装备设计人才提供了展示才华的舞台,为中国运动装备行业选拔发掘设计精英,推动中国运动装备设计水平提高。本届大赛的主题为“激情·喝彩”,鼓励今年的参赛选手释放激情、为运动喝彩。

本届大赛鼓励全国各地及海内外服装及鞋类设计师、院校师生报名参赛,大赛为选手设立金、银、铜奖以及优秀奖奖4大奖项。(沈海燕)