

行业资讯

华润怡宝‘纯净‘水生态’我们在行动’高峰论坛在京举行



本报讯 饮水安全问题对于公众来说,向来不是一个轻松的话题。3月25日,作为今年“世界水日”和“中国水周”的重要活动之一,由华润怡宝饮料(中国)有限公司主办、中国饮料工业协会支持举办的“纯净‘水生态’,我们在行动”高峰论坛在北京举行。行业协会领导、专家学者、资深媒体人及数十家媒体记者等近百人出席论坛。论坛聚焦中国人的饮水安全问题,针对中国水生态现状和趋势、保护和建设,饮用水行业的使命和责任等话题展开了热烈讨论。与会嘉宾普遍认为,面对中国水资源短缺和水污染等现状,饮水安全问题的解决不应仅局限于对饮用水产品本身和生产企业质量管控的关注,而应该着眼于整个生态系统的修复和治理,纯净“水生态”已刻不容缓。

据悉,华润怡宝一直以来坚持“有责任才更信任”的理念,致力于纯净“水生态”。去年,华润怡宝发布了国内首份《中国瓶装水企业社会责任倡议书》,有力推动了瓶装饮用水生产企业践行企业社会责任。任莉表示:“今年我们希望通过举办此次高峰论坛活动,进一步推动各方积极投身纯净‘水生态’的事业中来”。**(魏 勇)**

2014中国(大连)国际服装纺织品博览会新闻发布会在京召开

本报讯 近日,2014中国(大连)国际服装纺织品博览会新闻发布会在北京798艺术区不拘讲堂举行。中国(大连)国际服装纺织品博览会办公室执行副主任张晓鹏就将于9月20日-23日在大连举行的2014大连服博会的相关情况,向与会媒体进行了通报。会上,大连服博会办公室还与中国服装协会产业经济研究所签署了战略合作书,宣布将在本届大连服博会期间共同创办“中国服装产业国际合作(东北亚)论坛”。本次发布会由国家商务部、大连市人民政府主办,中国纺织品进出口商会、中国(大连)国际服装纺织品博览会办公室承办,旨在阐述在中国服装行业面临快速转型升级的关键时期,大连服博会作为国家级展会,率先升级的重要意义,诠释2014大连服博会全新的思想理念,展示“大连姿态”及其时尚产业风貌。**(魏 勇)**

北京40越野车为‘天使支教’保驾护航

本报讯 日前,天使支教爱心助学志愿者队伍驾驶北京40越野车从长沙出发,历经600公里的长途跋涉,抵达湘西泸溪县梁家潭乡桐油坪小学,慰问坚守在那里的支教老师,并为当地学生送去社会各界捐赠的图书和学习用品等补给物资。此次天使支教公益行动驾车行驶6个多小时,沿途历经高速公路、盘山路、泥泞土路等多种路况。在此行中,北京40凭借专业的越野车性能,为活动顺利进行保驾护航。北京汽车股份有限公司副总裁、北京汽车销售有限公司执行董事梁国锋表示,天使支教志愿者们长期在偏远山区服务,经常要走各种弹坑路、搓板路、碎石路,即便是一些铺装路面也崎岖坎坷,狭窄多弯,只有越野车才能与他们一路结伴同行。北京汽车作为一家以生产越野车起家的汽车企业,携手“天使支教”共同致力于乡村支教公益事业,是我们义不容辞的责任。**(王 玲)**

上海大众2月销量突破16万辆

本报讯 近期,全国乘用车市场信息联席会发布了2014年2月国内乘用车销售数据。继首月以近20万辆的销售佳绩摘得单月销量冠军后,上海大众再度以大幅领先优势位列乘用车市场第一。数据显示,2014年2月上海大众总计实现销售160,898辆,同比增长37.5%,领先第二名车企超过4万辆。2014年前两个月,上海大众的领先优势明显,已累计销售36万辆,对第二、三名车企的领先优势分别达到7.5万辆和8.2万辆,再次创下国内乘用车市场的销售新纪录。展望2014年,上海大众将迎来企业30周年。在成就跨越式发展的关键之年,上海大众将通过精益生产和精细布局,不断深耕国内乘用车市场,推动企业滚动式发展,进一步巩固汽车行业领先地位。**(如 梅)**

车企博弈加剧 北京现代全面布局

3月17日,北京现代旗下新瑞纳+瑞奕双子星组合全新上市,重磅出击A0级市场。这不仅是北京现代在两厢车市场上的突破,也是北京现代2014年取得开门红之后的又一次集中发力。

进入2014年,众车企为了能在新时期获得更有利的业界地位与发展优势,竞争变得更加激烈。上海通用、上海大众和一汽大众先后抛出了更高的销量目标以及为实现这一目标而制定的产品规划,以及保障产品能够热卖的技术创新。作为国内第四个突破年产销百万级别的汽车企业,北京现代2014年提出108

万辆的年度销量目标,较2013年实现的103万辆销量,增幅为5%。

在品牌方面,2013年底,北京现代公布了“从现代 到未来”阶段性的品牌战略规划。北京现代将从产品、营销和运营服务三方面开展“品牌经营”的业务,实现品牌与销量的均衡发展。

根据“从现代 到未来”品牌战略的发布,品牌依然是2014年北京现代战略的“重中之重”。作为衡量品牌提升战略的重要指标,在2014年,北京现代的任务之一是将“D+S”车型占比提升至45%。其中,索八+名图的销量目标是突破20万辆;紧凑型SUV的加盟,也

将进一步提升中高端车型比重。在服务方面,北京现代提出了VOC(倾听客户声音)需求管理的新模式。作为北京现代售后服务持续的核心工作目标,VOC将通过与客户无阻碍沟通,进一步了解客户的需求,将客户的声音实时反馈回北京现代相关部门,并对信息进行分析处理,最后反馈给北京现代的各个部门,对产品生产、设计、研发、销售、服务进行相应的改进,以提升北京现代品牌价值。由于该模式实现了与公司所有部门的无缝连接,且打通公司各个部门,从而能够高效、快速响应客户需求,并以此提升客户满意度。

在售后服务体系方面,北京现代2014年也依然保持着远超行业标准的优势,索八、名图、全新胜达、ix35四款车型享受整车“5年10万公里”的售后服务标准,其他全系车型享受超越标准的“3年10万公里”整车质保和动力总成“5年10万公里”质保。

北京现代2014年的全面布局,是北京现代品牌经营发展阶段的开始,今后,北京现代将把“差异化品牌策略”的品牌经营作为企业重点。**(明 喜)**

产业亮点

第10届中国-东盟礼仪大赛新闻发布会暨启动仪式在京举行



3月28日上午,“礼仪之花”首都绽放,文明春风煦暖神州。第10届中国-东盟礼仪大赛新闻发布会暨启动仪式在北京隆重举行。第10届中国-东盟礼仪大赛以“弘扬东方礼仪,促进国际交流,服务中国-东盟

博览会”为宗旨,以“传承礼智信,弘扬真善美,演绎东方韵”为主题,引领礼仪文化教育普及深入群众生活,促进礼仪文明的影响与传播,倡导文明礼仪之风。本届大赛由中华文化促进会主办,支持单位为中国-东盟博览会秘书处、广西青年联合会,由广西丽人行文化传媒有限公司、广西礼仪文化交流协会、大连国韵十方文化传媒有限公司全程承办。

发布会上,大赛组委会常务副主席潘玲表示,十年蓄势,厚积薄发。本次新闻发布会在首都北京举行,既是对中国-东盟博览会的一次很好的宣传,又是中国-东盟礼仪大赛全新格局的一次展现。本

届赛事,为深入宣传、推广、传播中国-东盟礼仪文化,进一步推动中国与东盟各国之间的文化交流,将设置北京、广东、广西、辽宁、安徽、四川、河南、浙江、贵州等9个分赛区,首次设立台湾分赛区,设马来西亚、新加坡、泰国、越南等4个国际赛区,进行海选、晋级赛、决赛的选拔;9月,第十一届中国-东盟博览会举行期间,在广西南宁举行颁奖大典。大赛期间,组委会将与大赛项目支持方携手开展“2014中国-东盟礼仪文化交流营”活动;开展重塑海上丝绸之路辉煌的礼仪文化交流之旅活动、开展《礼赞中国》公民文明礼仪微传播等活动,为大赛添彩,为中国-东盟博览会增色。

全球雪山矿泉水发展峰会在京召开

3月26日,在世界水日落幕不久的中国水周期间,由中国民族卫生协会健康饮水专业委员会主办,伯克利斯普林斯国际品水大赛组委会、中国矿业联合会天然矿泉水专业委员会共同指导的2014全球雪山矿泉水发展峰会在京举行。此次峰会的召开获得了矿泉水业界的高度重视,国内外健康饮水机构及专家、昆仑山、美国Bling、意大利圣安娜等国内外顶级雪山矿泉水企业聚集一堂,就雪山矿泉水开发保护经验交流、国际健康饮水趋势探讨、全球雪山矿泉水品类推广等话题进行了深

入的磋商。

中国民族卫生协会健康饮水专业委员会常务副主任兼秘书长马锦亚认为,本次峰会的召开将极大促进雪山矿泉水品类的发展壮大,相信中国的雪山矿泉水消费时代即将到来,以昆仑山为代表的雪山矿泉水或将开启中国饮水新纪元。

据介绍,在欧美国家,雪山水源的矿泉水始终引领着健康饮水的潮流与趋势,其中一个显而易见的证据就是,来自世界各地的优质雪山矿泉水纷纷在有着“水界奥斯卡”之称的伯克利品水大赛上拔得头筹。而在

中国,雪山矿泉水品类也是大受推崇。新近出台的《包装饮用水》新国标意见征集稿就提出取消矿物质水,推崇天然矿泉水。活动现场,中国矿业联合会天然矿泉水专业委员会主任委员田廷山现场解读了全球首份雪山矿泉水标准。据悉,该标准在编制条件上严于国家标准GB8537-2008《饮用天然矿泉水》。据标准介绍,终年积雪覆盖,海拔4000米以上的高原雪山,其积雪及冰川融水渗入岩层,经过深部循环过滤和矿化而形成的珍稀饮用天然矿泉水,被称为雪山矿泉水。雪山矿泉水标准在限量

指标、污染物指标、微生物指标上,有11项指标严于矿泉水国标;在人体所需的矿物质微量元素层面,雪山矿泉水比矿泉水国标新增12项检测指标,包括钾、钠、钙、镁、锂等元素。

根据国际品水大师伯克利斯普林斯国际品水大赛组委会主席亚瑟的判断,鉴于国际上雪山矿泉水饮水潮流已经形成,并且饮用数量在不断增长,可以预计,未来中国也将迎来一个雪山矿泉水的饮用时代,作为中国雪山矿泉水代表的昆仑山很可能会达到一个新的发展高峰。**(冉 荷)**

大众点评打造中国最大结婚信息平台

近日,中国领先的本地生活信息及交易平台大众点评公开宣布,截至2014年3月,大众点评结婚业务月营业额达到千万级,月营收和月流量均获得100%增长,全国商户数超过五万家。根据结婚行业主要公开数据,大众点评正打造成中国最大的结婚信息平台。

大众点评切入结婚行业后,一方面大大延伸了本地生活服务的半径,帮助追求生活品质的用户在结婚方面进行决策;另一方面,可以结合团购、推广、预定、信息等横向的产品线,全面满足用户的交易需求以及商户的营销需求。

大众点评结婚业务颠覆了结婚行业信息不透明的现状,最大程度降低了结婚行业居高不下的交易成本。大众点评结婚事业部总经理杨锋介绍,结婚行业存在信息不对称的行业特性,特别是服务价格和服务内容,因此用户选择难度大、选择周期长,而大众点评结婚信息平台则能实现完全透明化。

目前,结婚行业内绝大多数平台提供的结婚相关服务较为单一,与之不同,大众点评结婚服务为用户提供婚纱摄影、婚宴礼服、婚庆、婚宴等12项结婚全产业链服务,能够帮助用户更便捷、更优惠的做

出结婚这种重决策。

此外,结婚行业商户运营的效率普遍较低,缺少有效的营销推广工具。大众点评结婚服务可以提供品牌推广展示、团购、优惠券、预订到店(CPA)等多种营销产品,其中预订到店按照实际到店用户进行计费,属于业内首创的计费模式。

打造最大的结婚信息平台,也是大众点评O2O版图扩张之路的重要一步。此前,CEO张涛在2014新年贺词中指出,大众点评成立结婚事业部,专注于结婚垂直领域;并在随后的公司年会中,再度强调

结婚业务对大众点评的现金流价值。对大众点评而言,结婚服务通过对垂直行业的深入挖掘和经营,不仅能够促使整个本地生活服务内容更加丰富,满足用户全方位的需求;也能够带来良好的营收,成为大众点评重要的营收来源。

据全国样本调查,全国平均每对新人结婚成本为5万元,而2013年结婚新人有1600万对,据此推算,2014年后中国每年结婚花费将在8000亿元以上;而按照结婚行业5%的商家营销费投放比例,大众点评结婚服务锁定的市场体量将超过400亿元。**(晓 晨)**

LG 电子斩获33项红点设计大奖

日前,LG电子斩获33项红点设计大奖,其创新性的LG G Flex手机和智能3D蓝光家庭影院系统获得最高荣誉“红点设计至尊奖”,体现了LG在设计领域的杰出表现。“今年我们获得红点设计大奖,是对LG各类产品设计成果的一种肯定。”LG电子首席技术官Scott Ahn博士称,“去年LG电子获

得了27个红点设计奖项,其中曲面OLED电视荣获了‘红点设计至尊奖’,而今年我们获得的奖项数为33项,对此我们深感自豪。”

此前,LG G Flex手机在“2014年iF设计奖”上获得金奖,彰显了LG在行业创新中的领先地位。LG G Flex手机是一款竖向弯曲的智能手机,符合人体工程学设

计,更加贴合人脸轮廓,配备6英寸显示屏,无论将手机放在手中还是口袋里都更加舒适的设计,为手机用户提供沉浸式视觉体验。

LG的智能3D蓝光家庭影院系统(型号为BH9540TW))采用3D环绕处理,功率为1460瓦,能播放9.1声道音频,具备令人

印象深刻的视频播放能力。美丽的黑色和银色装置是对当今平板电视的一个补充,放在客厅的它们定会让人印象深刻。德国红点设计奖与德国“iF设计奖”、美国国际杰出设计奖并称为世界三大设计奖。据悉,今年共有4800个产品参与评选。**(张 一)**

健康生活家电“好产品”发布会在京召开

3月28日,中国家用电器研究院“健康生活家电发展趋势论坛暨健康生活家电‘好产品’发布会”在京召开。

食品安全关乎国民身体健康和生命安全,事关经济发展与社会和谐。近年来,食品安全事件的频繁发生,对国民身体健康造成了严重伤害。为了让消费者方便快捷地吃到安全放心的食品,将人们从日常繁琐的手工制作中解放出来,家电企业顺应市场需求,推出了健康、绿色环保的创意家电产品。

面对鱼龙混杂的市场,为解除消费者的信任危机,终结健康生活家电的概念炒作规范市场,同时保护优质企业和消费者共同的合法权益,增强消费者的购买欲望和信心,中国家用电器研究院用户体验实验室通过专业的评测平台,站在消费者的视角,从产品的感官舒适性、安全性、功能、性能、环保性、使用经济性和操作方便性等多方面,对市面上一些健康生活家电产品进行了“好产品”评

测。经评测及认定,满足规定条件的产品被评定为“好产品”,并获得“好产品”证书,时下已成为消费者选购家电产品的最重要参考依据。

会上,经实验室专业评测,美的匀火系列电磁炉、九阳全新免滤植物奶牛豆浆机、北之羚全自动家用榨油机,已通过中国家用电器研究院健康生活家电“好产品”评测,并被授予健康生活家电“好产品”证书。

健康生活家电的出现,为人类创造了更方便、更有利健康、更多元化的生活方式。未来,将有越来越多的家庭开始使用这些有利于健康生活的新型家电产品,而健康生活家电市场也将在消费者和企业的持续关注下愈发壮大。**(冉 荷)**

产业平台