

品牌报道

福田汽车再次出征APEC

■ 本报记者 梦 杨

日前，2014年亚太经合组织(APEC)领导人会议周官方指定用车交车仪式在福田汽车总部举行，福田汽车向APEC筹委会交付包括蒙派克S、欧辉客车等在内的约400辆汽车。该批车辆将服务于11月份召开的2014年APEC领导人会议。在整个APEC会议期间，福田汽车总计提供近450辆车，构成APEC会议最强服务车队阵容。

高官会崭露头角 福田品质获首肯

亚太经合组织(APEC)包括部长级会议、高官会、领导人会议三个会议体系。作为东道主，北京市负责本次会议的筹备工作，这也是对东道主的城市管理水平与高端会议服务能力的考验。在8月刚刚结束的APEC第三次高官会及相关会议的服务上，与会高官对东道主的服务留下印象深刻：“北京市筹备本次APEC会议热情周到，从住宿到餐饮以及交通安排井然有序，乘坐的客车宽敞舒适。”其中，在交通服务上，作为2014年APEC会议官方指定用车，福田汽车重点承担第三次高官会及领导人会议周服务。APEC与会高官的高度评价，也是对福田汽车品质与服务的首肯。

对此，福田汽车副总经理王向银表示，与会嘉宾有这样的感觉并不意外。为了让

精选A股基金创造价值

本报讯 今年以来贡献了4只超20%回报股票基金的工银瑞信，近期推出了工银瑞信研究精选股票基金，力图通过精挑细选掘金A股市场价值。工银瑞信旗下基金今年以来在选股方面也可圈可点，旗下研究员出身的基金经理管理的工银瑞信信息产业、金融地产基金分别获得了44.63%和28.08%的回报。

工银瑞信研究精选股票基金则是由该公司的研究部总监和副总监挂帅，通过研究发现价值，力图为消费者寻求国内的“阿里”组合，实现超额回报。工银瑞信研究精选采用了“核心+卫星”的策略，即50-60%核心资产以行业研究为基础，对整个投资组合的收益安全起到保障性的作用；45-35%卫星资产以基金经理对市场、行业及个股的把握靈活配置，利用更广阔的投资空间获取更高的收益。

(李 文)

东方通成为智慧城市参与者

本报讯 日前，国际著名研究机构Gartner对外发布市场趋势报告《中国智慧城市带来的IT机会》，对我国智慧城市推进模式、发展趋势等做了详细深入的分析，并列举出智慧城市各技术领域的代表型企业，其中，东方通与华为、中软等八家企业进入榜单，被称为智慧城市建设的主要参与厂商。

东方通是中国领先的基础软件产品及云计算、大数据解决方案提供商，其产品和方案已经在国内数千个行业业务应用中得到验证，涉及金融、通信、政府、交通、能源等多个领域。今年8月份，东方通宣布以4.5亿元收购虚拟化厂商同德一心和无线网络测试和优化软件厂商惠捷朗，不断延伸其基础软件业务范围并提高赢利能力。根据各大证券网站的数据，截止9月18日，东方通总市值已达到37.1亿元。随着企业快速发展和业务规模的不断扩张，东方通吸引了越来越多国际研究机构和分析师的目光。

目前，东方通已成功为40多个中央部委级单位服务，包括金安、金审等金字工程以及全国人大、中办、国办、公安部等众多重要信息系统项目，涉及部、省、市三级数据交换、三级服务交换、多级数据可靠传输等复杂应用，并为超过14个省、52个市搭建数据交换平台，帮助政府提高信息资源建设效率。

(林国光)

东风悦达起亚 K4 宜家宜商

本报讯 随着国内消费者的购车行为越来越理性，拥有大气外观和实用空间，以及舒适驾乘感受的轿车开始越来越受关注。东风悦达起亚K4在保留了轿车的舒适性的同时又具有商用车的宽大空间，体现出“宜家宜商”的特性。

K4设计结合中国人的审美标准，打造出“新经典”风范。在全新进化的“DESIGN KIA”设计理念指导下，增加了新的设计方向，在彰显动感与大气的同时透露出优雅格调。

时尚大气的外观、越级宽敞的空间、丰富高端的配置，共同塑造出K4宜家宜商的双重气质。“5年10万公里”的整车保修期，堪称中高级市场宜商宜家实用轿车之典范。

(李 真)

每一位福田用户都能有宽敞、舒适的乘坐体验，福田在整车工艺上，反复测试并大胆改进，要所有体验过福田汽车的嘉宾都感受“中国智造”的温馨舒适。“这不但是福田人对APEC的庄严承诺，也是福田汽车代表民族品牌对世界嘉宾做出的热情回馈。”

然而这看似简单的承诺，却不是每一个汽车企业都能做到的。事实上，福田汽车之所以能够服务APEC，除了些许的地缘优势外，更多的是福田多年来以雄厚企业实力为依托，整合世界优势资源、不断实现科技突破的结果。这种优势，体现在APEC保障用车的生产上，则内化为福田赖以生存的“精益制造”。福田的“精益制造”不仅囊括了资源链下科技的突破，更体现为工艺的雕琢。这一点，仅从APEC会议用车的生产可见一斑。

与传统汽车厂商相比，福田汽车对产品品质要求更为严格，采购环节，福田与供应商签订保证协议，要求其严格保证产品在环保、性能测试、尺寸、精度、法规等多方面符合要求，同时所有配件提供自检报告、入厂严格全检；生产工艺上，每批次订单采用“2+5+N”生产方式进行排产，先进行2台试生产，后进行整车评审，针对评审问题再进行5台问题整改生产，验证完成后进行批量生产。在生产过程中福田秉承“系统策划、全员参与、制造零缺陷”原则，分别进行制造过程专项质量保证、零部件质量保障、过程检验重点控制、短期可靠性

路试、入库PDI重点质量监控等五大环节。全线保证产品品质。

打造APEC“保姆式”服务
活动当天，福田汽车专属保障团队现场进行了宣誓。据悉，本次交车仪式后，他们将分别赴首都机场、口岸办、怀柔国际会议中心执行车辆维修保养相关工作。同时，他们将24小时值守，为APEC会议进行“保姆式”服务。 在APEC保障团队的背后，福田集团以其强大的服务保障系统为APEC会议提供全方位的支持，其包括总计约18项的服务保障项目，包含指定服务站、服务车的准备、配件保障、维修设备人员的准备、车辆入库前PDI检查、培训、备用车保障、服务救援演练、信息反馈机制、夜间检查、现场协调等，总计将有百余人投入APEC服务保障工作。从第三次高官会服务保障落实情况看，从会前准备到会中会后保障落实都扎实稳健，前期交付的55台车辆全部顺利完成APEC接待任务，表现优异。 除此之外，在业内广受好评的福田汽车“全程关爱、一路无忧”服务，也将鼎力支持APEC。一直以来，福田汽车拥有国内规

老记茶业再次牵手中网实现品牌国际化

族品牌。作为一个极具民族特色的品牌，老记茶业与中国网球公开赛的合作可说是双赢的结果。老记与中网有着太多相似之处，二者都倡导健康时尚的生活理念，二者都对中华文化有着相同的传承之责。

今年，老记茶业依旧为中网特制了“岩派运动系列”礼盒茶，并以四大满贯和中网公开赛为元素，期望这套寓意全球五大顶级网球赛事的礼盒茶能礼达世界。“老记大红袍”连续多年获全国乌龙茶类金奖，在国际

四季沐歌布局新高铁时代营销大阳谋

的新式媒体，并通过这一入口，将火车这一交通工具变为新的传播平台和内容交互平台。

发布会上，四季沐歌对“六纵、六横、全面布局新高铁时代营销大平台”做出了具体阐述：该平台采用网状结构覆盖，途经上海、北京、江苏、安徽、山东、河南等20多个省份和直辖市，停靠1000多个站点，年覆盖客流近2亿人次，冠名形式将以车身彩贴、列车

芬尼活空气净化器发布 颠覆行业格局

多个创新融合为一。

为什么是芬尼克兹改写了行业标准，而不是其他的品牌？这与芬尼电器的企业责任和其颇具传奇色彩的创始人芬尼克兹集团总裁宗毅不无关系。

今年44岁的宗毅，恰巧赶上了中国科技创新腾飞的时代。1992年，中国迎来科技创新浪潮。当时，宗毅在知名企业华宝空调担任技术部门负责人的工作，这为他未来开启一系列技术创新产业奠定了基础。

2002年，宗毅创办了芬尼克兹（PHNIX）。企业创立初期芬尼克兹专注于热泵产品。由于顺应市场不断创新，芬尼克兹迅速成长为一年年净销量上亿美元、泳池专用热泵销量全球第一的明星企业。但将“一生一定要干一件很酷的事”作为人生格言的宗毅，并没有停止“折腾”。

2006年开始，他在芬尼克兹内部开始实

国庆去哪儿好？——福建东山岛！

岛上干什么？——【庄园·御海】欢乐多！

旅游城市，拥有全国独一无二的气候、环境和旅游资源。 庄园·御海是东山庄园房地产有限公司重点打造项目。

该项目为福建省重点工程，是集养生、度假、投资、旅游等多元高端功能于一体的龙头项目。

项目地处东山岛海湾核心地段，规划总用地面积约3000亩，系投入百亿巨资打造的全球“生态岛居”生活方式之高端代表作。

项目从选址、规划、设计、产品、园林、配套和综合服务等各方面、各阶段，都倾注巨量心血，融汇海岸别墅、精装公寓(70年产权)、高层海景洋房、黄金旺铺四大产品类型。同时，配套五星级酒店“庄园朋福喜来登”大酒店，18洞海岸国际高尔夫度假综合体，融山、海、湖、林、金沙滩、海岸木栈道、私享海湾公园、大型商业&娱乐中心、黄金旺铺构成的庄园风情街等于一体，多重生活配套一应俱全。



模最大的呼叫中心，5000余家服务网络覆盖全国，有效确保服务的及时性。全球配件中心、区域配件中心、服务站三级配件供应体系的库存一体化管理，使配件渠道畅通无阻。APEC会议期间，福田汽车APEC专属服务团队将搭载“全程关爱、一路无忧”系统，由经验丰富的服务经理携资深工程师，24小时随时待命，以便能够准确、高效完成车辆的服务工作，确保会议的顺利进行。

对此，福田汽车副总经理王向银表示，面对APEC，福田深感荣耀巨大、责任重大，福田将用全部的智慧和力量，精诚服务来自世界各地的每一位宾客，带着民族企业的自豪感，兑现福田向APEC许下的庄严承诺，向世界展现“中国智造”的独特魅力。

创新品牌

茶业展茶叶评比比赛中荣获金奖，大红袍被誉为“茶中之王”、“国之瑰宝”。老记将这块“瑰宝”带到中网，就是希望它能惠及全球。

中网公开赛是一个世界级的赛事，也是一个国际交流平台，老记茶业在国际化品牌建设的道路上恰恰就需要这样一个有着国际风范的大舞台。中国老记茶业集团再次牵手中网，旨在借助中网的强大影响力，逐步实现其国际化发展战略。

(沈海燕)

“彩票宝”进军高铁传播领域

本报讯 9月29日，国内专业手机购彩平台“彩票宝”联合中国铁路媒体旗舰运营商——华铁传媒在北京举行“彩票宝”高铁战略合作新闻发布会。至此，彩票宝正式进军中国高铁传播领域，拉开品牌宣传极具里程碑意义的精彩序幕。

彩票宝自2013年8月正式上线运营，经过一年多的运营，会员已飙升至500多万，每日近10万人次购彩，日销量500多万，首轮融资中估值就近2个亿。随着彩票宝娱乐化引导互联网彩票环境的思想逐渐深入，需要一个高度集中人群及时间的渠道对自己的品牌文化进行推广。由此，依托高铁列车媒体为核心传播平台的中国铁路媒体旗舰运营商华铁传媒和彩票宝一拍即合，依靠中国高铁的网络化布局，直击中高端受众群体。

此次合作，主要基于双方在传播营销思维与品牌文化上的高度契合。“彩票宝”从公益为民的角度出发，以娱乐、诚信、公益、责任的核心价值观提倡并引导彩民理性购彩，将盈警系统应用于彩民代购合买的整个过程，防止过度沉迷于彩票。华铁传媒也将肩负起这一具有公益宣传意义的社会角色及义务，与彩票宝建立战略合作关系，共同营造和传递积极向上的社会正能量。

(李 云)

东风悦达起亚 善用明星代言营销

本报讯 在竞争日趋激烈的中国汽车市场，比拼营销创意已成为车企重要的竞争手段。纵观中国车市，东风悦达起亚的明星代言营销可谓独树一帜。

东风悦达起亚围绕明星代言人推出的一系列创意迭出、花样繁多的营销活动，不仅帮助品牌进一步打响了知名度，也帮助品牌得到了更多消费者的信赖。带动了品牌力的提升。随着东风悦达起亚朝着更高目标迈进，这家善于在营销上花样翻新的车企，将会为消费者呈现更多精彩。

(丽 文)

北汽绅宝D60撬动A+级市场

本报讯 日前，广东肇庆“华夏杯”赛车场，北京汽车全新推出定位A+级运动轿车的“绅宝D60”，这是“为性能执着”的绅宝品牌打造的第三款车型，更是向北欧性能之王SAAB 9-3的致敬之作。如果说绅宝D70的上市开启了中国车市追求产品内在属性的“3.0时代”，那么绅宝D60的推出则是为这一时代打下了“性能”的烙印，由此引领中国汽车自主品牌从“外部推动”真正走向“内化驱动”的道路。

为了更加直观地体现绅宝D60对于如今性能车拥趸们的吸引力，北京汽车将这款车的核心卖点归纳总结为颇具符号化的“Best”，即 Breakthrough（性能突破）、Excellence（配置卓越）、Safety（全时安全）、Trend（设计时尚），其中最为核心的就是其与SAAB 9-3一脉相承的动力性能和操控性能。从这个角度来看，绅宝品牌先后推出的三款车型，已经成功地从不同维度诠释了北京汽车对于“性能”二字的升华解读。

在绅宝D70和绅宝D50日渐走俏的同时，绅宝品牌又迎来绅宝D60这名主力悍将，由此以全阵营之势进军自主轿车的性能蓝海。在不进则退的市场现实下，绅宝品牌对于市场需求的准确把握和有效践行，必将带动更多的中国汽车自主品牌深入市场，有的放矢，最终带动中国汽车工业的整体提升。

(王 莺)

中国国际智慧教育展将举办

本报讯 日前，由中国教育学会主办、《中国教育学刊》杂志社和雅森国际展览集团承办的中国首个专注教育信息化的专业展会——中国国际智慧教育展览会新闻发布会在京召开。中国教育学会副秘书长陈力以《互联网时代的教育信息化现状及办展宗旨》为题，为本次大会致辞。陈力指出，智慧教育是一项润泽千秋、造福后代的宏伟事业，希望参展企业和各位学界专家借助中国国际智慧教育展会这个有效平台，扛起各自肩头重担，发挥自身作用。

《中国教育学刊》杂志社社长周长春，也就《智慧教育展在新时代的创新意义》发表了主题讲话。他在讲话中指出，智慧教育是集成多元化、多领域、多学科、多科技、多信息的综合性解决方案，SmartShow不仅给需求的各方提供了一个交流互动的平台，更让智慧化、信息化全面渗透教育体系成为可能。

承办方雅森国际展览集团总裁谢宇先生，就展会价值发表了主题演讲。

中国国际智慧教育展将于12月1日-3日在北京国家会议中心举办，在16000平米展区內，将有300家企业、36000位教育界专业买家到场，SmartShow为中国智慧教育产业搭建一个专属的商贸平台。

(周 黎)

福建东山岛“庄园·御海”欢迎您，相信一定会不虚此行。

(周 黎)