

启道资本—— 打造最具公信力的金融资源整合平台

长期以来,中小企业融资问题一直难以妥善解决,这极大地困扰了其发展和壮大。在银行信用借款无法全方位、多角度地满足广大中小微企业融资需求的同时,对正规金融起到拾遗补缺作用的中国准金融服务行业借助有利的市场时机,得到了充分的发展,特别是在一些经济发达地区更是得到了蓬勃发展。

以期灵活、方便快捷著称的中国准金融服务行业,在与正规金融形成互补的条件下,正在扮演着壮大个体私营经济、促进地方经济发展等方面的作用。据权威部门对民间金融调查的课题结果显示,银行机构只解决了中小企业10%的资金需求,而高达90%的资金缺口,需要靠企业自己解决。与此同时,民间却有10多万亿闲置资金无处投放。目前,我国民间信贷规模近8000亿元,民间融资规模占正规途径融资规模比重平均达到了28.07%。相关数据显示,近5年来中国准金融服务行业的发展以150%的速度快速增长。因此,这一行业又被称为“中国最具市场前景的黄金产业”。

巨大的市场空白、中国百姓财富的不断积累和增长、权益类投资严重的不稳定,使得专注于第三方理财机构得到了高增长的契机。中国第三方金融服务机构作为民间中的一匹黑马,已经蓄势待发。

政策方面,“十二五”规划明确表示:鼓励扩大民间投资,放宽市场准入,支持民间资本进入基础产业、基础设施、市政公共事业、社会事业、金融服务等领域。此规划再次向中国民间金融服务行业打

开了政策窗口,带来中国民间金融服务行业的崭新春天。

第三方金融服务为有理财需求的客户提供有效的投资渠道,为急需用钱者提供合法的资金来源,可知其有着强大的市场需求。第三方金融服务行业是金融产业链的重要组成部分,是国家支持和鼓励的行业,其专业化程度逐步提高,行业价值不断体现,市场前景十分广阔。

启道资本致力于打造中国最具公信力的金融资源整合平台,通过优质的第三方金融服务改善和提高人们的生活质量。

启道资本是新疆启道资产管理股份有限公司自创的第三方金融服务中介平台。启道资本立足新疆,面向全国,结合国内先进的网络智能办公系统,整合国内外领先的经营管理模式和风险控制机制,打造了一套专属于启道资本的“安全、便捷、快速、高效”的第三方金融中介服务流程,实实在在助力中小微企业解决融资难题,轻轻松松实现高净值人士的财富增值。

作为第三方金融服务专业机构,启道资本旨在为中小微企业和高净值人士搭建一个金融中介平台,为中小微企业和个人用户提供专业化、个性化的融资服务解决方案。

近年来,中小微企业如雨后春笋纷纷崛起,在市场经济中扮演着越来越重要的角色,而融资难、资金断流却一直威胁着中小微企业的健康发展。

加盟,是最简单的成功方式,加盟启道资本,可以快速复制成功的运营模式,极大

减少自身摸索带来的巨大风险,快速掌握行业核心竞争力。与此同时,加入启道资本,我们还为您提供八大支持,八大服务,各种支持贯穿加盟始末。

与此同时,启道资本也不断紧跟国家政策的步伐,与时俱进,开拓创新,成立了私募股权管理中心,互联网金融中心,还斥资打造了自己的培训学院。

启道资本是一家践行社会责任,服务实体经济的公司,是一家承载普惠金融使命的公司,是一家不断追求卓越创新的公司。

启道资本是您可信赖的资产管理专家。在发展历程中,凭借良好的品牌知名度、雄厚的企业实力、先进的商业模式、成熟稳健的经营流程和丰富的实操经验,启道资本中国总部吸引并凝聚了一批金融、投资、管理、营销、法律、培训等领域的资深专家顾问团队。加盟启道资本,您不会再孤军作战,启道资本中国总部将永远都是您最坚实的后盾。

在这个迅猛发展的时代,在这个瞬息万变的时代浪潮中,唯有变化是永远不变。机会,稍纵即逝,志在第三方金融中介服务市场的朋友们,想要创业的朋友们,是时候,行动起来了!

热烈欢迎更多有志之士到访启道资本中国总部,实地考察启道资本的规模、实力、荣誉及能为加盟商提供的专业服务。启道资本中国总部愿为您插上第三方金融中介服务市场的翅膀,让您在财富的天空中自由翱翔!
(春林)

倡导生态环保 共建“美丽中国” 2014中华生态环保影像周启动

近日,由中国广播电视协会纪录片工作委员会、上海电视台纪实卫视频道、玉溪市抚仙湖保护开发有限公司联合主办,中华环境保护基金会、中央新影集团、德国Natur-Vision国际生态环保电影节组委会办公室支持,铂永(北京)文化产业有限公司、红裕(北京)国际文化产业有限公司承办的“2014中华(玉溪)生态环保影像周”(以下简称影像周)在云南省澄江县抚仙湖畔举办。国内近百位顶级电影电视纪录片编导、制片人、摄影师、著名环保人士及数十家主流媒体,共同见证了用影像体裁播的国内、国际生态环保事业发展及玉溪市抚仙湖在生态文明建设方面取得的累累硕果。

全国政协委员,中国广播电影电视社会组织联合会副会长张丕民、环保部纪检组长、中华环保基金会理事长傅文娟、云南省委原副书记、《求是》杂志原总编辑、十届全国人大常委会法制工作委员会委员王天玺、中央电视台副台长兼中央新影集团董事长、中国广播电视协会纪录片工作委员会会长高峰及云南省、玉溪市的相关领导应邀出席了影像周开幕式。

原全国人大环资委主任、国家环境保护部首任部长曲格平特别发来贺电表示,环境保护不仅仅是政府的责任,这需要社会公民广泛参与,要积极倡导“环境保护,人人有责”的环保理念。此次生态环保影像周活动的成功举办,开启了国内社会机构以纪录片体裁进行环保公益宣传的先河,也为社会公众多样化积极参与公益环保事业提供了榜样。此类环保活动应常态化,要成为我国生态文明建设战线上的一股生力军,为环保事业做出更大的贡献。

这是国内首次以纪录片体裁大规模地展现生态文明建设的文化公益活动。影像周结合了国际知名的德国Natur-Vision国际生态环保电影节要素,征集了30多部国内、国际反映生态环保题材的纪录片,以清晰的影像镜头、客观的真实纪录,诠释、演绎、展现人与自然和谐共处、经济建设与生态文明融合发展美好主题。成为传播“生态文明”理念,提高“环保”意识,加强生态文明建设,构筑“美丽中国”全新的宣传平台。

据活动组委会相关人员介绍,本次影像周采用室外开放式免费展播。蓝天白云下,观众可以相聚在利用自然信风和钢木材料

的软体影视棚里欣赏环保题材的数字电影纪录片;当漫天星烁时,观众可以划着小舟,汇聚在湖畔看着岸边露天的电影,品尝充满民俗风情的美味。

另悉,活动期间,中国绿色能源领导品牌——浙江超威电源集团宣布开启新一轮环保公益活动。超威电源集团与中国广播电视协会纪录片工作委员会签订战略合作协议,出资设立“生态环保纪录片新人奖”,并每年递增资金,以奖励在生态环保方面做出杰出贡献的纪录片工作者。

会议期间,为表彰参展单位对我国环保事业的积极贡献,由主办单位、承办单位及支持单位组成的专家评审委对所有参展的纪录片作品进行评选,并颁发获奖证书与奖杯。另外,中国广播电影交响乐团以抚仙湖的湖光山色为背景演出的山水音乐典礼更是给观众带来了无尽回味。

中国广协纪录片工作委员会常务副会长兼秘书长、中央新影集团副总裁赵捷在接受记者采访时表示,选择在玉溪市举办首届“影像周”活动,也是基于玉溪市长期以来对生态文明建设的重视,特别是在保护抚仙湖的自然生态方面所取得的巨大成就。自然生态资源的合理、适度开发与地方经济发展并不是一个对立矛盾问题。通过文化产业创意与创新,自然生态资源保护与开发并重,大力发展文化产业、旅游及服务产业,同样也能造福一方百姓。玉溪市在生态文明建设中的探索与实践给社会提供了一个典范,值得学习借鉴。

“生态环保是当前人类社会面临的一个重要课题,需要社会各界来关注。本届影像周以生态环保为主题,通过纪录片展播形式,向社会宣扬生态文明的无穷魅力,突出了环保工作的重要性与紧迫性,引导社会反思,从而积极探索经济建设与生态文明融合发展路径。”著名纪录片制片人时间对记者分析道。

影像周组委会秘书长、铂永(北京)文化产业有限公司董事长周强对记者表示,下一步,以“生态环保”为主题的影像周将作为一个品牌节庆文化活动,将不断征集更多的国内、国际反映生态环保题材的纪录片,每年举办,陆续走向全国各地,为推动环保事业发展,共建“美丽中国”加油助力。
(傅若凌)

牲畜误吃庄稼引口角 故意伤人获刑罚

本报讯(记者 薛波涛 冯世军 通讯员 王琨琳)2013年11月4日,在云南省巧家县马树镇,被告人沈乙家“媳妇”王某放的羊吃了刘某家地里的萝卜,刘某因此与沈丙、沈乙发生争执,随后刘某打电话叫来其夫沈甲。沈甲到达现

场后与沈丙、沈乙再次发生争执,继而发生厮打,在厮打过程中沈丙、沈乙将沈甲、刘某打伤。沈甲先后到巧家县人民医院、云南省第一人民医院等处治疗30天,沈甲所受的伤经巧家县公安局鉴定为轻伤,云南昭通某司法鉴

定中心鉴定为九级伤残。刘某的伤经巧家县公安局鉴定为轻微伤。最终巧家县人民法院一审判决被告人沈乙、沈丙犯故意伤害罪,判处有期徒刑一年零六个月,并赔偿原告沈甲、刘某医疗费等经济损失共计6万余元。
(春林)

制胜区域市场,东风日产以何为凭?



刚刚结束的武汉车展,东风日产可谓风头强劲。连续6天居高不下的展台人气,让不少行业人士纷纷感慨:东风日产在区域市场正意气风发。

但事实上,在区域市场重要性日益凸显的大背景下,武汉车展的这一表现,也仅仅是东风日产发力区域市场的一个小小缩影。

以2007年在北京等地试点开展区域营销为起点,东风日产成为业内较早拉开区域营销帷幕的车企之一。时至今日,东风日产在区域营销方面的成绩可谓有目共睹,赢得各方好评。而对于到底如何制胜区域市场,东风日产的秘诀则显得格外简单,用东风日产市场销售总部副部长陈昊的话说就是:“充分利用一切可以利用的资源,打破单一

思维和模式的束缚,采用尽可能多样化、创新性的形式,来实现深耕区域的终极目标。”

为了推动渠道下沉,把握三四五线城市发展先机,东风日产开展了一系列富有创新性的计划与措施,来实现二三级网点的布局与完善,以便让更多人有机会享受到东风日产带来的高品质汽车生活。

从2012年年初的“百城翻番”计划,以商务政策为杠杆,在营销资源、网络建设、业务培训、售后及水平事业支持方面扶助139个三四五线城市实现市场占有率第一或当地销量翻倍。再到2014年的“百城千县”战略,在全国选择1000个县和100多个重点销售城市,作为销量和网络提升的重点。通过这些极富成效的政策措施,东风日产销售渠

道像“毛细血管”般向三四线市场进一步扩张渗透,再度实现“领先半步”的目标。数据显示,仅半年时间,“百城千县”战略便为东

风日产贡献了97.6%的增量,成效可见一斑。

与此同时,东风日产还充分利用区域车展。在不少汽车品牌争先恐后把区域车展拓



展为汽车销售的平台之时,东风日产却通过对参展区域的精心选择,对展具、展台设计以及广告宣传的用心打造,让区域车展成为其宣传品牌、扩大品牌影响力的绝佳平台。

而为了更好地贴近区域市场,东风日产四大地区营销部,更是针对各区域的特点,各自围绕重点车型开展了多样化的营销策略,成为东风日产制胜区域市场争夺战的有力保障。

在SUV占绝对优势的西部市场,东风日产西区营销部借势新奇骏的新车效应,捆绑逍客、楼兰一起抢占市场,并开展了诸如“SUV倾巢计划”、“SUV家族矩阵”等营销活动,实现了上半年SUV三年3.2万辆的业绩,该销量占东风日产全国SUV销量的36.2%。

而在日系品牌传统强势的南区市场,以中级车市场为例,面对轩逸与卡罗拉的巷战PK,东风日产南区营销部陆续开展“保卫湖南”、“夺冠广西”、“江西星火”、“东莞涅槃”、“广州领先”、“福建争先”等营销活动,在多个据点型城市单点突破,以摧城拔寨之势一路领先。

现如今,制胜区域市场已成为中国各大车企长远发展的题中之义。然而,受地理因素、经济发展水平的影响,各地区的汽车消费者观念和消费需求也各有不同,对车企形成巨大的挑战。而东风日产这种灵活、多样的区域营销模式,无疑对众多车企有着巨大的借鉴意义,值得深入研究。
(杜威)