

2014年中国品牌价值评价结果公布 波司登197亿元位列纺织服装行业第一

本报讯 日前,国家质检总局、中国品牌建设促进会联合央视发布2014年中国品牌价值评价结果,波司登品牌经评估品牌价值强度达到918.00,品牌价值达到197.49亿元,位列纺织服装行业第一。

波司登品牌自1992年创立至今,始终重视品牌培育、不断提升品牌价值,发挥品牌引领作用,走出了一条民营企业实施名牌战略的成功之路。波司登从只有8台缝纫机的村办缝纫组发展成为全球规模最大、技术最先进的羽绒服生产企业,产品连续19年全国销量遥遥领先,连续18年唯

一代表中国防寒服向世界发布流行趋势,品牌组合市场销售份额占全国羽绒服市场半壁江山。通过持续树立品牌形象,丰富品牌内涵,塑造品牌文化,波司登成为国内消费品领域唯一统揽“中国世界名牌产品”“全国质量奖”“中国工业大奖”的企业,名牌已成为波司登核心竞争力的最大体现。

近年来,波司登参照国际标准《品牌评价—品牌货币价值评价要求》(ISO10668)以及品牌价值评价国家标准《品牌评价 多周期超额收益法》(GB/T29188-2012)的要求,建立了一套与国际接轨的品牌建设标准体系,

不断强化品牌管理工作,建立完善的《品牌管理制度》《品牌文化建设管理条例》等品牌管理体系,狠抓从品牌定位到产品定位、渠道定位、运营管理等各个环节,使品牌的表现与品牌定位相吻合,目标消费人群锁定更正确。

在发布活动现场,波司登董事长高德康与知名经济学家厉以宁、ISO/TC289品牌价值评价国际标准化技术委员会主席博比教授,以及 茅台、格力等知名企业负责人围绕品牌价值评价、发展品牌经济、打造中国经济升级版等议题进行对话讨论。他分享了波司登在提升品牌价值方面的做

法,他认为对于一个企业而言,品牌不仅仅意味着市场份额、更是意味着生存发展,提升品牌价值和影响力已经成为所有市场竞争者必须争夺的制高点。

品牌价值评价工作是实施名牌发展战略的新举措,也是国际通行做法,对于总结我国名牌战略实施成果、提高自主品牌国际知名度和影响力具有重要意义。 (沈海燕)



东风雪铁龙 C4L 受青睐

岁末年初,各车型促销层出不穷,消费者希望选购一辆自己满意的爱车。东风雪铁龙C4L 只需11万元,就可拥有15万元级别享受。C4L 提供了2710mm超长轴距,配合按照亚洲人身材设计的人体最佳29°座椅倾角设计,以及只有豪华车才会配备的航空式后排侧翼可调睡眠头枕。C4L配备了能够隔离、杀菌、净化空气的超净爽智能空调,它的AQS空气质量自动控制系统可以释放正负离子,保证车内空气清新、健康。

主动安全方面,ABS、EBD、ESP、ASR、AFU、HAC和LVV共同构成了C4L的“七位一体主动安全装备”,为消费者提供了全面、先进的安全保障。被动安全方面,C4L采用了雪铁龙独有的“太空舱”立体防护车身结构,当车身发生碰撞时,能最大限度阻止外力入侵,保证驾乘员的生存空间。 (苗雨萌)

新加坡航空和长荣航空 扩大代码共享合作

本报讯 近日,新加坡航空和台湾长荣航空宣布扩大代码共享合作,搭乘两家航空公司前往美国和加拿大的旅客将享受到更加便利的旅行体验。

根据协议,长荣公司由台北桃园国际机场飞往洛杉矶、西雅图、旧金山、纽约肯尼迪国际机场、多伦多及温哥华等地的航班将与新航实行代码共享。

扩大后的协议自2014年12月12日起生效,这一天同时也是这两家星空联盟合作伙伴在往返新加坡和台北的航班上开展代码共享合作的一周年纪念日。目前,新航每周在新加坡-台北航线上运营14个班次,而长荣航空为7个班次。

新航市场规划高级副总裁利文芬(Lee Wen Fen)女士表示:“我们非常高兴能与长荣航空扩大代码共享合作。新航一直努力借助星空联盟不断拓展航线网络,同时致力于为来往于北美的旅客提供更多选择和更多便利,我们与长荣公司不断发展的合作关系正是我们不懈努力的又一例证。”

长荣航空企业规划执行副总裁翟健华(Glenn Chai)女士表示:“新航是业内最受推崇的航空公司之一,能与新航扩大合作,我们深感荣幸。长荣航空的主要市场集中于跨太平洋航班服务,我们希望在这一块得到进一步发展。这种互惠互利的合作关系将为新航和长荣航空的旅客提供更加灵活的的航班选择和行程安排。这也印证了长荣航空公司与星空联盟成员建立牢固伙伴关系的承诺。” (梦 杨)

日前,J.D. Power亚太公司正式对外公布了《2014年中国车辆可靠性研究SM(VDS)》报告。在主流品牌中,大众斩获桂冠,北京现代名列第二,广汽本田排名第三。在10个车型层面的细分市场奖项中,合资车企北京现代成绩最好,车型获得3个细分市场奖项;中国自主品牌在4个细分市场中获得奖项;宝马、广汽本田和东风悦达起亚分别获得1个细分市场奖项。

J.D. Power是提供客户满意度、绩效改善等方面的洞察和解决方案的市场调研公司,这是该公司在中国开展车辆可靠性研究的第五年。J.D. Power亚太公司中国区副总裁兼董事总经理梅松林博士表示,“车辆的可靠性越高,车主遇到的问题越少,将越有助于提升客户的忠诚度。”

2014年,北京现代先后荣获J.D.power

富士施乐色彩管理助中国企业步入国际化

的色彩标准。现今,在胶印早已普及的色彩管理流程以及色彩管理ISO也正在数码印刷领域悄然流行。它不仅省去了以往不同批次、不同设备的印品色彩不一致或人工校色的繁琐和时间,还可实现与传统胶印一致的色彩管理水平,更可大幅提高生产力,为企业带来更多业务机会。目前,印刷领域的ISO标准有德国的Fogra和美国IDEAlliance的G7,其中Fogra在欧洲、澳洲更加普及并已开始在亚洲推广。Fogra标准涵盖从印前、到流程控制的整个印刷生产管理质量控制体系。

如今,富士施乐已经将Fogra的生产管理质量控制体系引入中国的数码印刷市场,

并获得了人员、产品、体验中心等一系列Fogra认证。利用自身在色彩方面的专业知识及经验,富士施乐成功帮助中国的印艺企业建立了基于印刷ISO标准的包括色彩管理的生产管理质量控制体系,令不少企业从中受益。位于福建晋江的一家包装印刷企业——鸿胜彩印有限公司就是这些企业中的一个。借助数码印刷技术的优势,鸿胜不仅成功从传统的标签生产模式转变为可变信息数码印刷的生产流程,更在富士施乐专家团队的帮助下,建立了色彩管理质量控制体系,并获得了Fogra国际标准认证,由传统的靠经验来调整和控制色彩,转为靠流程来

J.D.Power公布报告 北京现代获殊荣

评选的多项大奖。在J.D. Power发布的《2014年中国汽车销售满意度调研SM(SS1)》中主流车细分市场,北京现代位列第一;在《2014年中国新车质量研究SM(IQS)》中排名第二;《2014中国汽车性能、运行和设计研究SM(APEAL)》中2014新车魅力排名第二,且在紧凑型高端轿车细分市场、中型轿车细分市场、中型高端轿车细分市场 and 中型SUV细分市场中分别夺得桂冠;在《2014中国售后服务满意度研究SM(CSI)》中主流细分市场,北京现代名列前茅,同样有不俗的成绩。

通过以上成绩,可以看出,北京现代在新车设计魅力指数、新车质量、售后服务等各个方面取得均衡发展 with 突破,全面均衡的体系力已卓然而立。而体系力的建成,也为品牌提升打下坚实基础。

在这一背景下,2014年北京现代不仅顺利迈入600万门槛,拥有日趋成熟的百万体系力,继续稳居行业第四名,品牌影响力也得以进一步提高。同时,2014年随着小型SUV ix25强势加入,北京现代实现了在SUV领域的全覆盖,强化了其在该领域的霸主地位;在中高级车版图上,北京现代已成功布下索八与名图两枚棋子。从2010年到2014年,北京现代的D+S占比从15%达到了43%,实现了品牌的标志性跨越。

2015年,北京现代品牌再次吹响冲锋的号角。据了解,北京现代明年3月将着手投入一款更高级别的中高级车——第九代索纳塔。据悉,第九代索纳塔将突破性地引入了双离合T动力、混合动力两款革新动力系统,是同级别车型当中唯一一款提供多元化动力平台的车型。



随着第九代索纳塔的上市,北京现代的产品线布局和品牌提升战略都具备了继续强势向上突破的能量。同时第九代索纳塔将极大提升北京现代品牌在市场和消费者中的口碑和影响力,将北京现代品牌带向一个全新的境界。 (苗雨萌)

热心公益我有责 执着追求见精神 ——书法家魏世涛用甲骨文创作感动国人

■ 潘 宇

魏世涛:字乐山人,号重阳公,“中原九公”之一。1953年农历重阳节生,大学学历,高级工程师。

现为中国甲骨文书法艺术研究会理事,中国书画艺术研究会副主席,河南省书画艺术研究会主席,中国书画艺术收藏鉴定中心艺术总监,中国收藏协会副秘书长,中国国家博物馆教授,国际书画联合总会理事,东方之子香港国际书画院名誉院长,河南省小楷研究会副会长。



魏先生出生于书香门第,对中国书画艺术情有独钟,数十年笔耕不辍。上世纪70年代末开始致力于中国甲骨文书法研究。先后创造性地译出毛泽东诗词160余首,明清《楹联墨选粹》300首等及名诗短句300余首,2006年书写的毛泽东诗词甲骨文百米长卷,在国内引起了空前轰动。2007年书写的280米甲骨文长卷,被河南万通碑林工作室收存。同时译出女书短卷400句,诗词百余首,是国内唯一能把甲骨文、女书创作在一幅作品上的杰出书法家,2011年其甲骨文书法精品,被中国邮政首次印制珍藏版邮票12枚,被众多集邮爱好者作为珍品收藏。特别是最近通过归纳,整理书写出甲骨文《中华字经》单字4000个,制作甲骨文电脑字库,魏先生不愧为中国甲骨文书法大家。

魏先生的书法作品在国内大奖中多次荣获一等奖、金奖及特等奖,并被美国、保加利亚、加拿大、日本、新加坡、马来西亚、泰国、澳大利亚和中国港澳台地区、中央党校、国家博物馆及国内110余家寺院收藏。书法作品先后赠与习近平、胡锦涛、卢展工等30余位国家及省部级领导,曾作为国礼送与卢武铉、吴伯雄等,被国内收藏爱好者收藏。《中国书画名家宝典》、《中国当代书画艺术佳作集》、《中国当代书画家精品集》、《甲骨文国际书画大展集萃》、《和谐颂》、《新中国书法家选集》、《河南辉煌60年》等二十余部书法专著在国内外发行,中央及地方百家主流媒体对其进行了专访。

魏先生书法精湛,润格非凡,品德高尚、热心公益,多年来参与公益活动不计其数。2008年创作的甲骨文短句百米长卷捐献给中国扶贫基金会。魏先生书如其人,治学严谨,在甲骨文、女书、金文、



小篆书法艺术领域造诣丰厚,慧颖独具。法古而不泥古,创新而不失渊源循规,努力使其书法作品古朴庄严、赏心悦目,维护书法艺术的严谨,反对随心所欲、胡涂乱造、误导学风、遗害世人。《金刚经》云:“非法非非法”是先生的书法艺术创作心得。“非法”即无固定法,法无法即是佛教中的反对“执着”,用于书法艺术即是不泥古;“非非法”即法无非法,一切事物都有其规律性,用于书法艺术的创作即是遵源循规。正如老子的“道非常道”“道法自然”,孔子年70能“从心所欲不愈矩”。正所谓:“古不乖时,今不同弊。”

魏先生竭力倡导书法艺术创作正本清源,反对一切把中国汉字变丑的歪风邪气。书者“以霜雪之洁求其品,以岱宗之高求其志,以潭壑之深求其学,以大地之厚求其德”。魏先生说过:“所谓艺术家就是把美给予世界。”“书法是中国传

统文化独步世界的艺术,她溶于每个华夏儿女的血肉中。对传统文化要有敬畏之心,不能随心所欲。”这种“敬畏之心”其实是道出了书者的责任和道德品质。孙过庭在《书谱》里说:“观夫悬针垂露之异,奔雷坠石之奇,鸿飞兽骇之姿,鸾舞蛇惊之态,绝岸颓峰之势,临危据槁之形;或重若崩云,或轻如蝉翼;导之则泉注,顿之则山安;纤纤乎似初月之出天涯,落落乎犹众星之列河汉。”一个书法家写的字,能给人初月之出天涯的感觉,是多么地妙。如众星之列河汉,星河,那无穷数的恒星,按照一个规律在运转。所以,我们对宇宙自然,永远就有两个字,敬畏。做为书者,必须对中华传统文化有敬畏之心。只有这样,才能对自己的创作负责。

魏先生说过一个笑话:“有个老先生,练了几十年书法没出名。后来得了帕金森综合症,连毛笔都拿不稳,但写出的字



一举成名。”这个笑话应该是对书法界乱象的一个幽默讽刺。跟风学丑,是一种丑象。就象一个人以丑、搞怪去吸引人,总没有以高尚的品德去感动人的好。所以说书如其人,书法的笔划本身是死的,但是神韵是活的,只有饱含情感、超脱自找,基础过硬、技术精湛,才有超凡脱俗、名垂千古的佳作。

魏先生“老骥伏枥,志在千里。”以团队精神打造平台,奖掖后学,推荐新人。通过讲学、笔会、书展等多种形式,实现对中华文化的承传。言传身教,率先垂范。呼吁孝义天下,铸造人格品牌。《论语·学而》曰:“孝弟也者,其为仁之本与。”《孝经·三才》曰:“子曰:夫孝,夫之经也,地之义也,民之行也。”《孝经·圣治》载:“子曰:天地之性,人为贵。人之行,莫大于孝。”魏先生以天下为己任,呼唤人性的回归,以正世风。中华民族的伟大复兴是每一个中国人的梦,位卑未敢忘忧国,点滴之处见精神;民族振兴我有责,勇于担当立潮头;老牛自知夕阳晚,不用扬鞭也奋蹄;花甲只当重做起,胸有壮志豪情高。魏世涛先生的书品、人品,令人肃然起敬。