



信用大数据在京启动

近日,“开启信用经济时代 信用大数据启动仪式”在北京国际会议中心开幕,中国有望开启信用经济时代。全国工商联第十届副主席、北京大学国家文化软实力研究中心理事长沈建国女士致辞,认为信用体系是实现中国梦的基础。信用大数据的启动有利于中国信用体系的建设和完善,为中小企业的发展创造更有利的市场环境和融资环境。

万达财富信用评估有限公司董事长李炳春在启动仪式上介绍了万达财富“三驾马车”和“三大自信”的信用经济模式,正在建立完全免费开放的中小企业信用数据平台,同时建立信用商城和信用交易中心,为中小企业提供一种新型的信用交易融资模式。

中国信用研究专家、中国人民大学教授吴晶妹认为,中国信用与信用资本的理论研究已经比较成熟,相关研究成果开始进行产业实践,为中国信用经济的开启提供了理论支持。在“互联网+”和大数据时代,信用经济的创新模式已经开启,为未来经济发展模式提供了新的方向和启示。(齐悦)

重大革命历史题材影片《百团大战》来调兵山拍摄

日前,大型抗战史诗影片《百团大战》摄制组来到调兵山蒸汽机车影视基地取景拍摄,现已完成该地取景任务。

《百团大战》是由中国人民解放军八一电影制片厂、中影股份有限公司、北京市新闻广电局和阿里影业集团等单位联合拍摄的重大革命历史题材影片。影片主要讲述了抗日战争时期,中国共产党领导下的八路军与日军在中国华北地区发生的一次规模最大、持续时间最长的战役——百团大战。百团大战充分体现了中华民族不屈不挠的民族精神,在中国抗日战争史上写下了光辉的一页。作为反法西斯战争胜利70周年及中国人民抗日战争胜利70周年重点献礼影片,《百团大战》6月中旬杀青,9月开始在全国播放。

据了解,调兵山蒸汽机车影视基地独有的在线运行的不同型号21台老式蒸汽机车和220公里铁路线,成为剧组前来取景拍摄的重要原因。《百团大战》道具组在正月初八就进入调兵山蒸汽机车影视基地布台搭景,其中,10米长的在铁轨上运行的装甲车是目前国内历史题材影片最大的道具。摄制组还租用了一块场地拍摄动人心魄的爆炸场面。据悉,拍摄人员达1000多人,除了专业演员、群众演员外,还邀请驻军某部参加演出。摄制组将在铁岭拍摄一周时间,拍摄镜头占整个影片的四分之一左右。(张汉波)

《喜乐街》第二季打造18点综艺黄金档



从6月28日起每周日晚18:00,由央视创造传媒出品的即兴喜剧节目《喜乐街》第二季将升级回归,力求打造全新的18点综艺黄金档。首期故事,喜乐餐厅老板郭涛、餐厅厨师王迅、餐厅服务员谢依霖、婚恋网站的“红娘”袁成杰,美女空姐张萌将轮番登场。节目伊始,郭涛自曝最近的“绯闻女友”是“电视里演过娘娘的人”。谢依霖为网友王迅从台湾追到北京,却错认成郭涛大胆表白;张萌因买房遇上了小学同学袁成杰,擦出别样的火花。(朱晓)

北新国际助黑石农场产粮2.3万吨

日前,安哥拉黑石农场科研试验顺利,种植服务运营良好。新疆北新国际工程有限责任公司分包了这个农场开荒种植、科研、运营服务等项目,农场现进入预验收期,于2016年移交当地政府。

该场2011年开荒始建,并按“2年试种植+3年管理运营”模式,帮助当地培养农业管理和实用人才,组装配套适宜技术体系。现开荒7万亩,累计种植12万亩,产粮2.3万吨,已成为安哥拉解决粮食问题重要农场。

农场营地科研办公区、生活区、娱乐区落成,功能完善齐全;农机装备精良,维修设备齐全,满足农场生产;加工区烘干仓储系统投入使用,建有3个筒仓可储藏6500吨玉米,2个可储4000吨豆类,玉米粉生产线正在调试,处理能力达12.5吨/小时。(陈英)

锦湖轮胎征战上海天马迎战弯道考验

6月21日,继上海国际赛车场站之后,CTCC又来到了弯道众多的上海天马赛车场。天马赛车场逆时针形势的方向别具一格,平均每个弯角都有两台赛车,其复杂的弯道使得比赛的难度上升了一个层次。对于车手以及轮胎而言,都是巨大的考验。

在锦湖轮胎的助力下,中国量产车组决赛的第一回合中,来自广汽丰田YARIS L致炫车队的夏禹先下一城,北汽绅宝车队朱胡安获得亚军,队友黄若涵拿下季军。第二回合,GRT车队的刘洋在一片混战中杀出重围,力压上海CUS车队的郑晚成与北京现代纵横车队的崔岳,勇夺冠军。超级量产

车组比赛中,长安福特车队的甄卓伟技压群雄,其队友何晓乐表现不俗,夺得季军,东风悦达起亚车队的张志强位居第二。此外,超级杯组中,上海大众333车队再次展开“内斗”,张臻东、王睿和江腾一依次将前三名收入囊中。

天马赛车场不仅窄小,而且弯道众多,8个左弯与6个右弯的设计虽然大大提高了观赏性,但是却给赛车手带来极大的困扰,混战中碰撞时有发生。同时,弯道对轮胎来说也是一场严苛的考验。6月的上海迎来了一年一度的梅雨季节,雨中赛车虽然看似拉风,但是危险系数提高。下午,超级杯组

决赛时,天空中飘起了雨点,但幸好雨势较小。综合各方面考虑,车手们仍使用锦湖轮胎ECSTA S700。作为一款赛事专用轮胎,ECSTA S700更为圆润的胎侧弧度,为赛车在弯道的急速转弯提供了卓越的操控性和平稳性,同时满足速度和安全两大需求。

为了表示对赛事的支持,锦湖轮胎中国区董事长及高层领导也亲临现场观赛,并对本场比赛的轮胎表现表示认可。锦湖轮胎董事长赵载锡表示:“跟前两站的赛事不同,天马赛车场跑道狭窄多弯,对轮胎的品质要求极高。为了有效应对赛场的各种突发情况,我们提前从锦湖轮胎韩国光州工厂运来

了ECSTA W700和ECSTA S700两款赛车专用轮胎。而今天的比赛,ECSTA S700轮胎也发挥出色,帮助车手顺利完成比赛。”他还表示,弯道比赛的经验对我们很重要,而我们会尽快将这次比赛的轮胎数据反馈到研究中心。希望为下一次的比赛做更完美的轮胎升级。

CTCC下一场比赛将移师韩国灵岩。韩国国际赛车场的直道比拥有中国最长直道的上海F1赛车场更长,对轮胎的加速考验更上了一层楼。高难度的赛道锻造更高水平的赛事,期待中国车手在韩国能够赛出好成绩。(张帆)

绅宝X65性价比高

北汽绅宝X65源于SAAB技术的2.0T大功率发动机,它的最大功率达到了130kW,最大扭矩达到了240Nm。绅宝X65的动力输出充沛有力,提速的过程就好像在驾驭一只山间疾行的老虎。从技术层面来讲,绅宝X65的发动机有着“看家本领”——单涡轮双涡管设计,宝马的Twinpower用的就是这套技术。它能够减少排气脉冲间的相互干扰,让涡轮更早进入工作状态,降低涡轮迟滞,高扭矩输出随叫随到。

绅宝X65是同级别中唯一配备全景天窗的车型,其与世界零距离接触、与天空触手可及的感觉才是真正的“时尚”。绅宝X65配备的360°全景影像系统也在同级别中很少见,其它如远近光一体氙气大灯、智能双曲率外后视镜、松下高保真音响系统等,都契合着多样化驾驶乐趣的需求。(张明)

绅宝D50科技配置保障安全

作为A级家轿阵营的新成员,绅宝D50的科技配置偏于实用。它的主销车型标配了ESC车身稳定系统,采用的是德国大陆最新一代产品,而多数同级车只将该配置作为顶配版的专属,相比来看,绅宝D50能帮助更多车主脱离打滑风险。

绅宝D50配备的雨量感应雨刷,能精准判断雨量大小,可让驾驶员省去手动调节的麻烦,专心驾驶。同时,对于一些不太会控制雨刷开启时机的新手而言,该配置也有着很高的实用性。绅宝D50还有外后视镜加热、前后雾灯、后车窗电动加热等诸多利于提升雨天行驶安全的细节配置。绅宝D50在拥有倒车影像、倒车雷达、胎压监测、牵引力控制系统等装置的基础上,还加装了同级车少有的前雷达,能更好地预防刚蹭事故的发生。(王莺)

竞争力对话：再创新——觉醒后的进化

6月25日,2015(第十三届)中国企业竞争力夏季峰会在北京召开,中财沃顿董事长罗蔚先生受邀参加论坛,并在“竞争力对话:再创新——觉醒后的进化”环节发言,来自学术界、传统企业、互联网企业的业界翘楚同台讨论,共商新时代企业创新大计。

中国企业竞争力年会由中国经营报社和中国社会科学院工业经济研究所联合主办,创办于2003年。作为财经界最具权威性和前瞻性的盛会,十余年来,中国企业竞争力年会汇聚了中国商界智库及顶级企业家思想,共寻中国经济与企业的发展之路。

本次峰会紧紧围绕经济新常态,汇聚来自传统行业、互联网+行业的各路精英,成功搭建了政府、企业、中外知名学者思想交锋和智慧分享的平台。

罗蔚在发言中表示,中国经济变化很快,中国企业已经完成从抄袭到超越的跨越。中财沃顿投资策略也随之发生变化,在金融领域叱咤多年的巴菲特模式不做互联网、不做高科技,中财沃顿发展多年也曾坚持这样的投资理念,“最近这一年多就发现不碰不行了,因为过来的企业很多都是跟互联网有关。比如说我们参股了或者控股了一些公司以后,飞一些互联的公司一放到上市公司就飞涨,所以这个概念跟巴菲特又不一样了。”

同时,罗蔚还表示应辩证地看待A股市场,为什么股票在2000点、3000点低位的时候没人跳楼,到了5000点的高位,反而有人因此跳楼。他认为“A股最大的问题是放大问题。”我们从美国炒到香港、炒到大陆,都没见到世界上有放这么大的股票,放到3倍、4倍、5倍,可能你在香港只能放大30%、在美国放大50%,在大陆却可以放大400%、500%。而解决A股市场存在问题的最好方法就是创新,创新经营理念,创新金融模式。(马华)

欧派全屋家居体验馆：万众期待，炫丽登场

欧派+，懂你的全屋定制管家

尽管为了迎合潮流,欧派全屋家居体验馆选择以低调的姿态开幕,但6月22日这一天,却注定会成为中国家居业的一个重要日子。因为这一天,人们对传统装修的认知将彻底改变——中国二次家居革命的大幕将从此开启。

欧派全屋家居定制 轻松甩掉装修恐惧

提及装修,许多人估计会“谈虎色变”,“累”、“麻烦”是不少准备或正在装修的人的真实写照;为选材跑遍建材市场气喘吁吁,面对形形色色的家居品牌头晕目眩,为误入陷阱或严重超标的费用长吁短叹……装修过程中,消费者饱受信息不对称及产品分散选择的困扰,疲于奔波,恐惧心态油然而生。

6月22日,欧派全屋家居体验馆正式启幕,一切恐惧都成历史。1万平米超大型家居定制体验馆一应俱全,家具、橱柜、衣柜等7大品类5大配套产品一站式选购,业内首创的智能3D设计系统一步到位,整个装修

过程一站搞定。

欧派“互联网+”:DIY+“易设计”

欧派“深刻了解消费者对一站式装修的渴望,懂他们的真实需求。”我们把欧派大家居品牌命名为“欧派+”,欧派董事长姚良松介绍称,这个“+”不仅代表顾客价值延伸,也代表着“互联网+”和技术延伸。据了解,依托“互联网+”和C2B+O2O新营销模式,欧派+采用线上互动体验平台+展厅实景样板间的方式推出。除全屋家居体验馆外,欧派还给消费者带来了一个非常惊艳的线上互动平台——一体化设计软件系统,通过这个设计软件系统,消费者装修过程将变得非常简单、便捷。

姚良松介绍称,这款设计软件系统具备强大的DIY设计功能和简单方便的操作系统,只要让设计师在消费者家拍几张照片,就可以快速生成空间尺寸,待消费者输入喜欢的装修风格和家居产品材质后,半个小时

内就能在线生成设计方案和总体预算。找到满意的方案与家居产品后,可快速预约,享受专业设计师私人定制服务。

欧派+，让爱一站到家

此前,欧派已经投入大量人力物力对大家居进行了全方位调研,如今已经积累了一整套流畅的运作模板。今年上半年,欧派+也先后进行了多次试水活动,并取得超乎预期的成绩和效果。现今,欧派+已经相当成熟和完善,除了一站式解决装修选材、设计等问题外,还提供一站式管家服务,从售前、售中到售后,都有专人负责。

有业内人士表示,此次欧派全屋家居体验馆开幕,不仅代表着酝酿已久的欧派“大家居战略”——欧派+的正式开业,也为整个行业迈出了具有标杆、示范作用的一步,这一步,不但震动消费者,也将震动整个行业。(吴小涛)

15年的老花匠——佟文革

大棚里,雾气缭绕,宛若仙境,湿润的空气中弥漫着牵牛花微微的香气和泥土的芬芳,佟文革正指导工人挑拣花上的枯枝败叶和花盆里的杂草,为花卉上市销售做准备。现在他家共有两栋大棚,共栽植了1.7万盆垂吊牵牛,以及一些四季海棠和串红,都是用进口花种种植的,购进一粒花种就需要1.5元,按照90%的出芽率,育成现有的这

每年“五一”前后,姹紫嫣红的垂吊牵牛、四季海棠等花卉将铁岭市的街头装点得分外美丽,而这些美丽的花卉有许多是出自经验丰富养花人佟文革之手。

今年50岁的佟文革是辽宁省铁岭市张相镇闫家堡子村人,种植大棚花卉已经有15年了,他称自己为“15年的老花匠”。在佟文革家的花卉

些花卉需要20000多颗种子。

质量出信誉,实践出真知。各种养花技巧,佟文革通过不断的学习,都已了然于心。如今,铁岭市各地的景观花卉大部分都是出自佟文革之手,大棚花卉种植对于佟文革来说,已经不仅是为了收获财富,更多的是为了获得被人信赖、扮靓城市的满足感。(刘国风)

狼哥专访：起底保妮美阿胶糕的前世今生

狼哥,保妮美阿胶糕的创使人。

为什么会叫这个名字呢?

狼哥:这是我们团队小伙伴给我取的名,因为我的网名中有一个狼字,同时狼是食肉动物,所以她们常说跟着狼哥有肉吃。今天介绍的是小而美产品推广和定位。很多人听说过阿胶,周围母亲或者爱人在吃阿胶,但我们做的不是阿胶,是阿胶糕,阿胶芝麻核桃冰糖黄酒做的美容食品。

为什么要做这个行业?

狼哥:我之前也是做女性美容相关产品的,做的过程中,永远感觉到女性是消费的主力军,我一直在思考。女人对于减肥,特别关注,对于美容特别关注,对于好吃的东西特别关注,我想一个产品能不能即美容又非常好吃呢?通过研究在调研后,我发现阿胶糕这个产品,符合这个条件,即美容又好吃,而且吃了会上瘾,上瘾意味着什么?上瘾意味着非常高的重复购买率,很多卖家一直研究怎么样让消费者能更多地重复购买,我们不是通过技术手段实现,而是真正买过这个产品的消费者能从内心深处很想买第二次,这是我们研发过程中一直在思考的问题。传统的阿胶有这样的功效性,但是不方便服用,味道特别腥,服用起来特别麻烦,还要熬。阿胶糕,改变了这点,它是非常好吃,服用非常方便的产品。

与同质产品有何不同?

狼哥:在研发中,我们重点考虑的就是如何让这个产品有最高的重复购买率。我们把整个行业前20名的阿胶糕,全部吃一遍,比谁家的最好吃,评比出来,我们的目标就是超越它,让我们的产品比它更好吃。现在可以这么说,阿胶糕行业里面,保妮美效

果是不是一定最好,我没比过,但一定是最好吃的,这是在研发过程中,带有思考性的。我们在品牌背书上的思考,大部分的消费者认为央视是有实力的品牌,展现的平台,我们也去央视视了一圈做了背书,同时通过网络各大媒体对保妮美阿胶糕进行大面积报道。然后团队2000多位伙伴通过微信朋友转发媒体报道,每个人朋友圈至少有1000以上微信好友。这种就是病毒营销,10天左右的时间,保妮美销量比平时高出500%。

如何赢得消费者认可?

狼哥:我经常出席会议,经常跟女主持人说,要是讲话太多,最后的结果是什么?讲话太多,非常伤气,我说你没发现你的面色不太好吗?主持人说是我最近睡眠不足,我说你这阶段最需要调理气血。南方人喜欢煲汤,东北人就不煲汤,25、26岁的东北女人高大腿长,身材非常苗条,但一旦过了30岁生过小孩之后,就变样,南方女孩经常吃阿胶,37、38岁的女人跟27、28岁都差不多。我经常跟女主持人灌输这样的理念,她们很想来我们参观,我就给他们五六袋的试用装,第一天也许没有效果,可能3个月就会有效果,但一吃就肯定吃上瘾。前两天一个同行,赞助了一个峰会,给所有的主持人发了一盒阿胶糕,结果所有的主持人都不吃,问了赞助方你们这个阿胶正宗吗?保妮美阿胶是最正宗的,是皇室御用的。

还有就是让高端的女老板们,美女总裁们认可。我经常利用我看起来很年轻的年龄,不是很难看的长相,与40多岁的女总裁一块儿,参加他们的聚会,赞助他们的活动,活动经常有100多个女总裁,35-45岁之间的



女总裁,当她们吃的时候,她们的员工说,我们老板以前吃某某品牌,现在不吃了,现在吃保妮美。后来女总裁里面有很多都是我们忠诚的客户。

我们搞了很多试吃,一吃就上瘾,特别好吃,十个吃过的里面,百分之二三十的人都会买,我们大量地曝光,大量地转发,母亲节说出你最想对母亲说的话,感恩父母,感恩丈母娘,感恩礼盒。通过这样的活动快速累积我们终端用户。我们在定位,在研发推广过程中,牢牢把握住高端客户,影响高端人群意见领袖,大量扩散,免费传播。

最后嘱咐大家,创业虽然需要激情,但并不等于一味地冒险,研究市场、了解客户,扎扎实实地走好每一步,创业路上坚持拼搏,相信努力终有回报。

(徐金挺)