

产业资讯

中美资本健康论坛在京举行

本报讯 健康,是人们最根本的追求。为推动中美高端医疗合作,为国民提供更高素质之医疗服务,由中美双方共同推动《中美资本健康论坛》于10月31日在北京举行。美国缅因州州长保罗·勒佩治出席了该活动,并介绍了该州与北京·七海投资有限公司合作之中的缅因州医养中心项目。

《中美资本健康论坛》是由中美双方领导共同推动的国际高峰论坛,今年的主题是如何借助产融结合推动中美健康产业之发展,现场近300名中外企业家出席。美国缅因州州长保罗·勒佩治在会上表示,“缅因州拥有强大的医疗研发中心,例如美国杰克逊实验室和血液研究基金会等。而中缅因州医疗中心在抗衰老、心血管护理、癌症和糖尿病等方面更是享誉业界。七海投资在奥本市打造的医养中心项目,便最大程度运用了当地医疗机构的强大实力和世界最前沿的生物科技公司研发的技术。”

北京七海投资有限公司董事长施女士表示,推动我国健康产业的发展及升级,为其最引以为傲的事业。她表示“我希望通过自己的事业帮助更多的人,因为健康产业是一个能够帮助到别人的事业,更是一个快乐的、充满希望的事业,是继移动互联网时代后开创崭新时代的大产业。”(魏勇)

8359所首件高低电动缸顺利完成交付

本报讯 近日,中国航天科工集团公司三院8359所为兵器集团某主机单位配套的高低电动缸顺利通过各项功能试验验证,如期交付用户。

8359所凭借在国内电动缸领域的知名度,顺利承接主机单位的高低电动缸订单,针对研制周期短、低成本设计要求高、技术难度大等诸多困难,8359充分借鉴所内电动缸产品系列化的成果,突破关键技术,精心组织,如期完成高低电动缸的交付,得到用户的高度认可。

该型电动缸产品的成功交付,提升了8359所电动缸在兵器集团的影响力,为后续进一步深入合作奠定了坚实基础。(王飞)

高端天然矿泉水品牌帕米尔天泉走进社区

本报讯 您有没有过在工作之余无暇脱身的繁忙,您有没有过分处两地与家人相见尤难的牵挂?此时此刻,我们自身也好,家中孤独的老人也罢,健康的身体无疑是彼此最大的幸福。为此,日前,高端天然矿泉水品牌帕米尔天泉携手北京中视浩诚国际广告有限公司及众多媒体一同开展送健康走进社区活动,将这份最大的“财富”带给社区百姓,也带给期待拥有健康的您。(雪真)

戈尔荣膺“全球最佳跨国公司”殊荣

本报讯 近日,在卓越职场研究所发布的最佳跨国公司榜单中,戈尔排名第3位。以创新文化和创新产品著称的戈尔公司是全球最适宜工作的公司之一。

该榜单是全球规模最大的年度优秀职场调查,它根据各企业的职场文化评选出25家杰出的跨国公司。过去50多年里,戈尔形成了一种无等级观念的公司文化,重视培养个人和团队的创新精神。

Terri Kelly在30多年前加入戈尔担任工程师,现任首席执行官。她表示:“我们清楚地知道企业文化对提高同事敬业度、推动创新和企业成功的重要性。我们致力于打造一个既让同事乐在其中,又让他们有机会作出有意义贡献的工作环境,推动企业发展,也让世界变得更美好。”

除了不设等级制度、以团队为基础的獨特企业文化外,戈尔产品还为勇攀世界最高峰的探险家提供保护,能够将数据从火星传送回地球,过滤空气中的有害毒素,治疗危及生命的疾病,以及解决其他复杂问题。

今年,全球共有2,000多家跨国企业及子公司参加卓越职场研究所2015年榜单的评选。该流程包括评选国家级最佳职场榜单,然后从这些最佳职场中遴选出“全球最佳跨国公司”25强榜单。

戈尔驻上海亚太区领导人姚国平表示:“我们很高兴戈尔能够榜上有名。创造开放、平等的工作环境是戈尔自建立以来一直坚持的核心理念。我们充分相信在职场标准设定上的创新是戈尔为全球客户提供创新解决方案的重要动力之一!”(李晓丽)

卡萨帝重新定义高端标准 高品质获全球用户信赖



■ 本报记者 冉荷

随着人们生活品质的不断提升,高端家电受到越来越多消费者的青睐。中怡康数据显示,十一黄金周期间,卡萨帝在家电行业整体缩水的情况下,冰箱产品整体份额增幅43.4%。卡萨帝洗衣机不仅增幅达64.9%,更在万元以上高端市场占据67%的第一份额。其中开创分区洗护先河的双子云裳洗衣机,更是高端家庭首选。

业内专家认为,消费意识提升是高端、智能化的有效保障。作为一个年轻的高端家电品牌,卡萨帝除了在品质上精耕细作,对细节的重视也令人叹服。这种以用户需求为核心的设计诉求,将带给消费者更加人性化的关怀。

创维白电表现强势 9月同比增长47.3%

继7月中旬南京举行的创维洗衣机开盘会上100位核心客户签约上亿订单后,8月创维白电销售实现大幅增长,出库19.2万台,创下历史新高。9月创维白电表现同样喜人,冰洗出库额约15287万元(仅渠道),实现了同比47.3%的增长。

2013年7月洗衣机产线投产至今,创维洗衣机产品实现了从灰姑娘到女神的华丽蜕变。面对国内冰洗市场趋于饱和和进入盘整期,规模稳定,增速放缓的市场环境,南京创维电器公司近期进行了结构升级,增加大波轮、滚筒产品布局,做到产品差异化。

在今年7月举行的的开盘会上,创维共推出5款高端DD变频滚筒洗衣机、4款中端定频滚筒洗衣机、5款中高端大波轮洗衣机,这

河北康保县电商服务中心开放仪式暨首届电商大会启幕

10月28日,康保县电子商务服务中心开放仪式暨首届电商大会璀璨启幕。在“互联网+”的大环境下,康保县电子商务服务中心的正式开放,对强化本地电子商务的运用能力,创新推动新型中小企业的发展具有重要意义,同时也标志着康保县电子商务进农村示范工作迈出了历史性的一步。

康保县电子商务服务中心总面积5000平方米,分为产品体验区、服务中心办公区、电商企业入驻区及大学生创业园。截至目前,已入驻电子商务服务中心的各类电商企业14家,入驻大学生创业园企业23家,形成了康保电商新产业集聚区。

据悉,自2014年11月被确定为全国首批电子商务进农村综合示范县以来,康保县在

“WE理财”打通财富路径 人人贷重塑个人财富市场

互联网金融就像最复杂的交响曲,跌宕起伏中总有新的机会与挑战。于机会处,短短数年便谱写了与传统迥异的增长故事与盈利模式。挑战处却在于,在互联网金融产品严重同质化、风控不规范等情况下,如何运用互联网思维做出最符合市场需求的理财产品与服务,寻求高频次用户创造更高价值?

在多数行业大军浑然不觉之时,互联网金融领军厂商人人贷率先嗅到这一市场痛点。在10月13日举办的人人贷五周年庆典暨人人贷WE理财品牌升级发布会上,推出“人人贷WE理财品牌”,以更加注重客户体验的理财服务方式和多元化的理财产品,直击当前中国理财市场空白人群,开创了个人金融商业新模式,为快速迭代的互联网金融市场落下又一针“强心剂”。另外,人人贷为WE理财品牌斥资800万美金购买了世界第七贵域名WE.COM,豪气的背后也是人人贷对个人财富市场发展未来的看好和志在必得的决心。

战略升级的背后
作为国内最早将目光转向中国民间金融创新的企业,人人贷在经过5年飞速发展之

七大洲外商广交会抢单卡萨帝双子云裳

作为高端家电品牌,卡萨帝一直以全球高端用户需求为核心,在全球行业认同及用户的信赖之下,以顶尖的创新理念为用户实现美好的未来家居生活。

在日前举行的第118届中国进出口商品交易会上,卡萨帝推出的全球首台分筒洗——双子云裳洗衣机以8大模块的创新发明,为全球用户打造一站式高端洗护解决方案,在现场频遭七大洲外商抢单。

“它完全颠覆了滚筒洗衣机长达100年的传统外观和体验”,欧洲采购商George体验过后赞叹。在他看来,洗衣机惯用平淡造型与物理按键,而卡萨帝双子云裳大大改观了这一传统,其箱体模块中充满艺术元素的香槟金/奢华白典雅色彩、花朵棱形视窗、一体流畅精致造型等,与控制模块中具有高科技质感的7寸彩色大图文智控屏,均让其在展会现场吸引力十足。

“这台洗衣机不仅外观非常漂亮,而且2个滚筒的设计使用起来更加便利”,一位来自德国的Alexander赞卡萨帝双子云裳的秀外慧中超越了本国市场的滚筒

创维白电表现强势 9月同比增长47.3%

些新品无论是外观、功能还是品质,都可与行业一线品牌比肩。尤其是以F801205NDI为代表的i-DD变频滚筒系列产品,采用行业领先的DD直驱变频电机,采用磁悬浮原理,搭配5英寸的LED触控高清屏,实现广域网下的人际互动,手机或Pad完美操控洗衣机。配备创维针对DD变频电机自主研发的专属控制系统——i-health系统,可通过衣量感知、水量感知、泡沫感知、水温感知和电机转速感知,这5项职能感应系统来检测衣物信息,可根据衣物量自动匹配用水和洗涤剂,并根据内桶里的泡沫多少,自动加水洗涤或职能增加漂洗次数,满足消费者彻底洁净的需求并带给消费者智能的操作体验。

自7月中旬上市以来,创维i-DD变频滚

河北康保县电商服务中心开放仪式暨首届电商大会启幕

第一时间成立了由县长任组长的电子商务进农村综合示范工作领导小组,下发了《康保县电子商务进农村工作领导小组联席会议制度》等专门文件,出台了相关扶持政策,强化电子商务进农村激励机制,并先后与多家电商企业进行洽谈对接。截至目前,中心已举办大型集中培训两场,电商企业业务培训4期,“一村一店”经营人员专场培训5期,培训人员高达1000多人次。

在平台建设和产品研发上,上海太德励拓互联网科技有限公司自主研发的“实惠APP”电商交易平台、淘宝“特色中国·康保馆”及1家天猫企业馆在服务中心开放当日正式上线运营。商家通过“实惠”APP可选择全市,或任意行政区、任意板块,甚至任意组合

“WE理财”打通财富路径 人人贷重塑个人财富市场

后,更愿意探寻互联网金融的本质,在发展中非应激求变,而是引领市场,也因此迈出了品牌战略升级的重要一步。

人人贷认为,互联网金融的本质还在于金融,在风险控制与市场激增面前,基于互联网特点的金融创新最为关键。在行业互联网+浪潮下,人人贷希望通过品牌战略升级,寻求更加高频次的覆盖场景和目标人群,借助创新的产品和服务,实现与传统金融的博弈,为更多的中国人拓展个人金融服务的深度和广度。

“WE理财”直击行业空白
在互联网金融行业,战略升级并不鲜见。但实际上,随着社会的不断发展,资源壁垒、技术壁垒、资质壁垒一定会被打破,以用户为中心的服务质量才是市场制胜的王道。

基于此,人人贷在实现金融自主和信用自由的规划中,全新发布了具备高价值、差异化用户服务的WE理财品牌。剑指个人财富管理市场的空白领域,以更加高效、便捷、专业、专属的综合理财服务体验,将最高端的私人银行财富管理服务用互联网的手段提供给广大中产阶级,开创了个人理财

标准,很符合本国消费者的严谨追求。其箱体模块中精致美观的花朵棱形视窗、全身0螺钉的一体流畅机身,可匹配德国人简约又不失优雅的装修习惯;水盒模块对水资源的0交叉污染又生态环保利用,满足德国人讲究洁净、关注环保的使用需求。

在外商眼中,卡萨帝双子云裳洗衣机有着鲜明的产品特点,其先进的设计理念与全球领先的尖端品质,为当地人带去超高端的洗涤体验。

卡萨帝冰箱引德国客商6次驻足
刚刚在全球上市的卡萨帝鼎级云珍冰箱,其4大高端制造标准在广交会上受到全球客商的关注,更吸引欧亚美6国客商现场验证其制造细节。

来自德国的采购商彼得在现场了解到,卡萨帝鼎级云珍冰箱是通过在全球交互阵地联动发起开放的交互平台、将用户建议整合而迭代出的高端制造产品。通过全球用户交互,卡萨帝首次创新研发了气悬浮无油压缩机科技,它首次将冰箱储鲜定义在微观界,给予食材细胞级养鲜的效果。

“细胞级养鲜的效果非常值得期待,不过,这款冰箱玻璃贴合工艺实现了边框和玻璃的完美连接,也表现出极致的工艺品质,作为欧洲的经济强国,德国拥有很

创维白电表现强势 9月同比增长47.3%

筒的销售台数已经占到了滚筒销售台数的22.8%,销售额占比更是超过40%,成功实现了从上样到上量的转变。

以洗衣机开盘为契机,创维在全国加快了新品推广上样的步伐,并以高端产品的推广拉动洗衣机市场的整体增长,9月创维洗衣机增长率高达72.6%。据创维知情人士透露,11月8日即将在南京召开的2016年冰箱新品发布会,届时将有众多新品首次亮相,其中不乏高端风冷产品。创维电器与日本东芝的合作,更让创维白电产品引入日本的高端研发技术和精益制造基因,借助洗衣机强劲的增长势头,创维冰箱新品发布会将给市场注入的能量值得期待。

(冉荷)

河北康保县电商服务中心开放仪式暨首届电商大会启幕

的小区、写字楼及高校人群,进行基于手机端的定向精准传播,实现移动端的“颗粒度”传播模式。目前,太德励拓已完成土豆、口蘑、杂粮3款产品研发和包装设计。

为了解决农村地区宽带覆盖率低、有线电视入户率低、智能手机用户未普及而造成的农村居民信息渠道相对闭塞等问题,康保政、企共同投资430万元实施数字电视无线覆盖网络建设工程,实现了全县326个行政村电视信号无线传输全覆盖,通过开通电子商务频道——康保二套,涵盖电视购物、供需信息发布、市场管理服务以及电商知识与技能培训等内容,在服务农民生产生活的同时,也为广大群众提供了便捷的购销平台。

(魏勇)

“WE理财”打通财富路径 人人贷重塑个人财富市场

新模式。

“WE理财品牌”开创理财新模式的“底气”源自其产品的多元化与服务的专业专属化。在人人贷切实风控、信赖可依的理财平台上,通过小额分散的资金出借,评估和设计出最符合用户需求的投融资方式,丰富产品类型,拓宽大众理财渠道,让P2P理财真正成为了一种颇具实践性的理财选择。另一方面,“WE理财品牌”人机结合的创新理财服务模式,将传统银行财富管理服务下沉到更广阔的人群,真正实现了“旧时王谢堂前燕,飞入寻常百姓家”。

金融生而具风险,人人贷从来不规避这一事实,“WE理财品牌”同样是建立在严格的风险控制体系下。人人贷通过首创风险备用金制度、首批民生银行资金托管、首推业绩报告,坚持了严格的风险管理方式,这也保障了“WE理财品牌”落地的安全性。

(小丽)

产业平台

多极致工艺的顶级家电品牌,但卡萨帝以用户为核心的精湛品质非常优秀,我想它定会赢得德国消费者的青睐。”彼得先生表示。

来自印度的客商加拉瓦先生了解到鼎级云珍冰箱的四大高端制造标准后,也主动上前亲身体验其品质,当他接近冰箱时,透明区域自动感应亮灯,内部食材也显而易见。

据工作人员介绍,这源自于鼎级云珍的Smart Window智慧窗,它可以智能感知人体的接近与环境光的强弱,随时感触用户的靠近,让新鲜眼见为实。

据悉,广交会仅开幕两日,卡萨帝鼎级云珍即收到欧亚美洲等6国客商的订单,成为当日高端家电最受欢迎的产品。

业内人士认为,在互联网时代,越来越多的中国企业开始参与到国际化竞争中,然而,如何开拓海外业务、打开海外市场已经成为中国家电行业必须破解的新课题。卡萨帝以用户需求为中心,从分毫处洞悉高端制造细节,始终把提升产品品质放在首位,从而赢得了全球用户的信赖。

产业亮点

在科技与设计中感受K3S的风尚

对于时下年轻人来说,汽车不仅是交通工具,更是社交工具。传承“Design KIA”的设计理念K3S,集个性鲜明的外观,潮流越级的科技于一身,符合目标消费人群对于座驾的个性需求。

K3S的“S”代表Stylish & Sporty,也就是“现代风格的动感十足”,简称“型动”。K3S承袭K系家族的设计基因,其夸张的梯形进气口与狭长前中网形成强烈对比,带来极具冲击的视觉效果。

K3S在诠释东风悦达起亚先进技术优势和精良工艺品质的同时,还配备了城市专属的黄金动力系统。K3S搭载的1.6L排量伽马发动机,最大功率为128马力,实现了强劲的动力与燃油经济性的完美平衡。

以“型动随我”为品牌内涵的K3S满足了准车主们的个性化需求,以价值风向标的形象出现在同级市场,是“让汽车生活更精彩”进一步升华。

(巧玲)

安踏宣布“只管去踢”足球战略

10月26日,安踏在广州宣布“只管去踢”足球战略,正式进军足球市场。安踏将携手恒大足球学校、江苏省体育局、舒华公司以及知名足球运动员,通过赛事组织、青少年球员培养、教练员培训,推动中国青少年足球的长期健康发展,安踏同时宣布推出最适合中国青少年脚型的专业足球鞋。

安踏体育用品有限公司品牌总裁、执行董事郑捷表示,进军足球领域是安踏品牌发展战略中至关重要的一步,安踏足球战略的核心是推动中国青少年足球长期健康的发展。

郑智作为安踏足球推广大使,在现场接受了安踏公司赠送的专属足球装备一五星战靴,安踏公司预祝郑智迎来中超联赛的五连冠。

国家对足球发展的高度重视,足球改革方案的出炉和不断推进,势必让中国足球进入黄金发展期。此前,安踏董事局主席兼CEO丁世忠就曾表示:“作为中国最大的体育用品公司,足球我们一定不会袖手旁观,在未来中国的足球领域我们一定会有所表现。”安踏作为中国领先的体育用品品牌,一直把满足中国大众体育运动的需求作为核心定位。郑捷透露,中国足球拥有巨大的市场潜力,安踏有信心将足球做成安踏未来的核心品类,用最专业的产品及服务为广大足球爱好者带来最好的运动体验。

(刘雪)