

化危为机寻机遇

晋江陈埭企业抱团赴粤参加广交会

□ 本报记者 王惠兵 贾冬梅

出安踏、特步、361°、乔丹、德尔惠等国内外知名品牌。至目前,全镇企业累计获得中国驰名商标28枚、中国名牌产品6项、国家免检产品21项。拥有20家上市及上市后备企业,年广告费投入近10亿元。此外,陈埭现已形成陈埭鞋材市场和晋江陈埭鞋材两大区域配套市场,其中陈埭鞋材市场吸引了来自全国各地及国外30多个国家(地区)600多家鞋材鞋机客商入驻,年交易额达200多亿元。

在世界性的金融海啸、美元持续贬值、原材料上涨、出口受阻等外部环境的影响下,陈埭众多鞋业企

业遭遇“寒冬”。而广交会作为我国规模最大的综合性国际贸易盛会,每年吸引来自世界各地和国内众多参展商参展,为鞋业商提供了最新的行业资讯和广阔的贸易商机。

作为地方政府,陈埭镇贯彻实践科学发展观,充分利用广交会平台,掌握国内外经济新动态,把握外贸内销发展新趋势,努力为企业排忧解难、共渡时艰。为此,陈埭镇以“政府搭台、企业唱戏”为出发点,由政府牵头,镇商会、青商会配合,组织安踏、361°、乔丹、德尔惠、喜得龙、国晖、宏伟、清美、鸿鹏、太平洋、喜伯

登、福时来、超达、博士鸟、森羽、金戴斯、玉冠、亨美、创新、欧特、柏盛、利翁等22家鞋企30多名鞋业精英组成“中国鞋都·晋江陈埭”参赛团,将于5月3日至7日赴广州参加为期5天的广交会锦汉鞋展。本次抱团参展,由政府、商会、青商会统一租赁、统一布展、统筹安排,共租国际标准展位24个,面积约216平方米。参展的22家企业带去了强大的营销团队,全部亮出了新款式、新产品,展现产品的新优势。期间将通过召开“中国鞋都·晋江陈埭”鞋业产品推介会,邀请近20家国内

外知名专业媒体及当地各大媒体参加,以产品推介、宣传画册、DVD等形式,全方位对晋江市鞋业产业集群进行宣传。

抱团打造“中国鞋都·晋江陈埭”的区域品牌,有利于提升晋江市鞋类企业的形象,全面展示晋江陈埭作为中国鞋都所在地。在技术研发、产业配套、品牌终端、价格等方面的优势,更可以为企业积极地寻求一些新的商机和突破口。同时,通过集中参展,企业还可以找到与同行其他企业的差距,拓宽研发思路,进一步提升企业在行业中的市场竞争力。

市场资讯

工银瑞信发起“春播”行动

本报讯 近日,面对震荡回暖的A股市场,工银瑞信基金管理公司倾力打造的“春天正是播种时”投资者互动活动新鲜问世。该活动旨在引导投资者在目前市场环境下,进行合理资产配置并挑选与自身条件相匹配的基金产品“播种”。

据悉,工银瑞信“春天正是播种时”活动以其在公司网站的主题页面为平台,实现与投资人的高效互动。从即日起至6月30日,“春播许愿”赠礼活动也将在“春天正是播种时”主页同时展开。利用该平台,工银瑞信将推出基金经理与理财专家线上、线下并举的立体化沟通方式,使投资人在正确解读市场的前提下,以优质的投资品种构建合理的资产组合,最终期待在未来收益。(晓 丽)

德意志银行悄然发力中国市场

本报讯 近日,德意志银行(中国)有限公司中国私人及工商企业银行部在北京凯宾斯基饭店举办了贵宾客户答谢会,会上德银公司正式宣布将在北京、上海的支行网点同时推出创新的综合性企业金融方案“德银环球智尊服务(DB CommercePlus+)”,为中国中小企业量身定制了国际化服务水准的专业金融方案。

德银(中国)私人及工商企业银行负责人在贵宾客户答谢会上表示,“德意志银行拥有服务世界各地企业客户的悠久历史和丰富经验,并一直把为客户提供更加完善健全的金融服务作为不懈的追求。此次厚积而薄发地推出一站式综合性创新环球智尊账户,正是德意志银行鼎力支持中国经济的体现。”

除推出德银环球智尊服务外,德银私人银行品牌标识也正式亮相。借助遍布全球的网络资源,全面整合的金融平台和不断创新领先的设计理念,德意志银行将不遗余力地为广大的中国个人和企业客户提供更多诚信可靠的金融产品和服务。(李 茜)

第八届中国工商论坛在天津召开

本报讯(记者 赵树春)日前,由南开大学、中欧国际工商学院主办,政协天津市委员会、中国人民外交学会协办的“第八届中国工商论坛”于4月28日至29日在天津滨海新区举行。

本次论坛围绕“加强中欧合作,面对全球挑战”这一主题进行了深入研讨,全面探寻中国和欧盟国家在各领域的交流和合作。

据悉,本届论坛邀请200余位各国嘉宾,包括德国前总理施罗德、欧洲委员会财经事务总长、墨西哥国际事务司司长德来赛亚、西班牙前财政部部长白恩托以及中方专家学者、企业家代表、外方专家学者、企业家代表等。同时,欧盟重要官员以及众多政界、商界和学界知名人士也参加了会议。

产业分析

中国鞋都·晋江陈埭镇位于全国百强县(市)晋江市城区,区域经济社会综合发展指数位居全国千强乡镇第54位,连续多年蝉联福建省“50强乡镇”榜首。全镇现有鞋类生产企业近3000家,从业人数超35万人,年产运动鞋、旅游鞋近7亿双,约占全国总产量的30%、世界总产量的15%,产品远销163个国家和地区,是中国最大的旅游运动鞋生产基地和世界运动鞋的生产基地,涌现

信息快递

气象卫星监测 青藏高原大冰川

本报讯(记者 王 琰)记者从青海省气象部门了解到,从今年开始,青海省将通过卫星遥感技术对青藏高原冰川展开动态监测。

青海省气象科学研究所基于我国发射的风云3号卫星数据建立起的青藏高原典型大冰川遥感监测平台,自2008年4月开始,参与《青藏高原固态水资源遥感监测与评估业务示范系统》这一科研项目中的青藏高原典型大冰川的遥感监测平台建设任务,目前已完成大部分技术研究和开发任务,将从今年开始,每年7月至8月份逐月开展对青藏高原冰川的动态监测分

析,并结合其他与固态水资源有关的数据和资料,利用青藏高原固态水资源综合评价模型,发布评估报告并积极开展服务。

据了解,青藏高原典型大冰川的遥感监测平台将开发基于风云3号卫星数据的青藏高原大冰川监测模式,建立统一或针对不同冰川的遥感冰川监测识别模式,完成监测模式的调试和优化,最终建立冰川监测遥感模型;将确立冰川范围和位置,计算冰川面积和储量;开发青藏高原典型大冰川监测平台,实现冰川图像的自动鉴别和显示,冰川面积和储量的估算。

创维酷开新贵 03 系 因爱而生 主张在家 K 歌

本报讯 近日,中国彩电巨头创维在深圳召开新品发布会,隆重推出L03系列新酷开TV。

据介绍,创维L03系列酷开TV在此前能K歌的基础上,成功内置了类似KTV的点歌系统和Mr.Mic智能评分,方便用户点唱和检验演唱水平。同时,该系列还支持自制MTV,用户可以自行打造个性的MTV。L03系列酷开TV还率先支持一键录音,用户可以随时录制自己喜欢的音乐。

除“在家K歌”的人性化领先主张之外,创维L03系列酷开TV还全球领先支持720P RM/RMVB、1080P H.264等格式视频播放,向下兼容所有USB流媒体技术。

在画质处理上,创维L03系列率先采用IPS硬屏240Hz技术,采用变频驱动以及液晶背光扫描实现每秒240帧图像,具有动态响应无残影、运动画面更流畅、可视角度更宽广、色彩表现更逼真、低能耗、低辐射等优势。在音质处理上,创维L03系列酷开TV内置了2.1声道数字音响系统和SRS TruSurround XT环绕声,使平板液晶电视的音响系统更加高保真。

据了解,在今年五一期间,凡预订创维新品L03系列产品的用户,均可获赠价值880元或2380元的酷开家庭套装和“爱的礼盒”。同时还限量赠送专门配用的酷K点歌器,让消费者更加酣畅体验酷开TV的优异性能。(汤 文)

皇明太阳能热水器上市 专家预计将左右太阳能市场

本报讯 近日,一种全新的太阳能产品——太阳能热水器上市,与传统的太阳能热水器相比,太阳能热水器实现了重大突破:第一,解决了太阳能热水器的隐患,消费者使用更安心;第二,舒适化、智能化上甚至超越了电热水器,消费者使用会更舒心。专家分析称:“太阳能热水器的上市,标志着太阳能技术成熟了,代表了太阳能的发展方向,不出三五年,太阳能热水器应该左右太阳能市场。”

众多专利 凸显太阳能热水器价值

作为一个节能环保利国利民的产品,太阳能热水器普及率都很低(不足20%),其中最突出原因是部分太阳能热水器品牌质量不过关,存在安全隐患,消费者对此抱有疑虑。

而皇明太阳能热水器则从设计、制造、检测等方面全方位进行了改进,模拟太阳能工作环境从主机到配件都进行了全面的检测。并在重点环节进行了创新性的改造:一台机器仅专利就蕴含了近10项。杜绝了各种隐患的存在,为太阳能的大规模普及

推广打下了基础。

突破冬天使用瓶颈

制约太阳能热水器普及的另一主要原因就是冬天的使用效果不佳;超过51%的消费者反映太阳能热水器一到冬天就“冬眠”。而太阳能热水器则从生产热水到传输热水实现了全面的突破:真空管采用UTLE极地超绝管,在保障高集热率的同时,把热发射比降低了近一半,保热性能提高了一倍,极大地提升了冬天的产品性能。针对冬天管路冻堵问题,开发专利产品“管路防脱保温模块”,将保温管和水箱连成一个整体,避免了管路的“肠梗阻”。

智能化程度超越电热水器

传统的太阳能热水器留给消费者的印象是傻大憨粗,而据厂家负责人讲,太阳能热水器的高级配置,不仅具备了电热水器的即开即热、出水有压力、自动上水、定温加热等智能化功能,而且能满足出水恒温、超大热量、盆浴、冲浪浴、24小时全天候热水等众多需求。(范吉康)

联手 Google 移动搜索

“移动新干线”实现手机快速上网

近日,一种手机快速上网服务在北京正式推出。这项叫做“移动新干线”的新技术是在中国3G移动网络上建立的基础型应用,通过手机快捷网址、手机中文实名和动态优选导航引擎,帮助用户上网用户方便、快捷、准确地直达所需的内容和服务。

联手 Google,实现手机快速上网

从现在起,所有手机上网用户都可以登录m.cn,体验这项快速上网服务。

“目前3G商用的最大挑战,就是让手机用户快速获得所需的内容和服务。”谷歌(Google)大中华区战略合作总经理 Steve Han 说。

负责提供这项服务的亿美软通公司 CEO 李岩说,“手机快速上网是用户的关键性利益,快速直达最贴近用户需求的信息,就是移动新干线的核心价值。”

随着3G应用即将进入爆炸性增长阶段,手机上网用户迫切需要一种方便、快速、贴近的上网

服务。m.cn整合了手机快捷网址、移动搜索、本地化导航等多种功能,帮助用户解决了手机上网看什么、找什么、用什么的迫切需求。

手机快速上网的突出特点,一是上来快,二是找得快。输入m.cn这个方便易记的短域名,可以快速使用移动新干线的各种服务,既可获得手机上网搜索、本地资讯服务,也可以使用手机快捷网址和动态导航等功能。

为了构建一个完整、准确、方便用户使用的手机快捷网址库,移动新干线将向全体网民免费开放网址库数据,由手机用户参与共建、共享手机快捷网址。

Mash up 技术,方便用户应用与一般手机网站不同,m.cn将用户常用的手机上网服务有机地融合在一起,使用户无需切换不同网站或进行复杂操作,即可实现直达信息或快速获得服务。m.cn的设计突出体现了 mash up 这种国际上的新技术潮流,大量使用由 Google 和中国移动提供的 API,将移动搜索、动态导航、位置

识别、手机自动适配等多种应用融合在一起。

动态优选,最想要的内容总是在最贴近的地方

手机用户从m.cn上网就会发现,最想要的内容总是在最贴近的地方。这是m.cn采用其独有的动态优选导航引擎(DONE Dynamic Optimal Navigation Engine)对海量手机网站进行实时分析、评价、优选和结构化呈现的结果。它把用户最需要的内容、最关注的资讯呈现在最贴近的地方,节省上网查找的时间和流量,拉近了与网民的距离。

手机快速上网,资源就是商机

“移动新干线是实现手机快速上网的基础型服务,是3G商用中用户手机上网的快速入口,海量消费者与商家将汇聚于此,这是产业链中一个极具价值的环节。”李岩认为,通过与 Google 移动搜索的无缝整合以及和移动运营商的深度合作,移动新干线也必将成为商家和企业在3G商用大潮中淘金的快行线。(李 昊)

东风日产闪耀上海车展

NISSAN GT-R 首度亮相 “梦八队”辉映浦江



东风日产副总经理陆勇

2009年4月20日,上海车展——全球汽车界的盛宴拉开帷幕,东风日产携旗下众车型组成的史上最豪华阵容隆重亮相。上海国际博览中心W3号展馆数千平方米的东风日产展台,不仅充分展现出东风日产雄厚的技术实力和“人·车·生活”的企业理念,还展现出东风日产作为行业领导者的力量与标杆形象。

车展上,东风日产副总经理任勇表示,“尽管在全球经济危机的阴霾下,未来汽车行业整体发展态势尚不明朗,但东风日产依然以稳健且快速的步伐,持续保持高速增长。以高质量为前提的高成长,以客户价值为导向的高绩效,以人为本的技术和产品是东风日产克服危机,保持健康发展的基石,对于实现2009年的整体销售目标,我们充满信心。”

经典“梦八”光彩夺目

作为国内汽车行业的领先者,东风日产阵容在此次车展上可谓鼎盛。在1,676平方米展台上,东风日产新天籁、奇骏、新轩逸、骐达、颐达、逍客、骏逸“梦八队”成员悉数到场,同时凝聚日产技术精髓的国宝级超跑GT-R,承载东风日产“绿色梦想”的电动车 NUVU 也强势登场,在上海车展上可谓群星闪耀,锋芒毕现。

在群星璀璨的豪华阵营中,首次公开亮相的新轩逸尤为引人注目。新轩逸秉承轩逸在技术、品质方面的优

势,对目前家轿市场格外关注的外观、空间、动力、油耗四方面进行了升级和完善,全车二十余处细节关注充分体现了“大气之极”、“宽适之极”、“顺畅之极”和“节能之极”四大极致标准,树立了中级车“全尺寸旗舰家轿”的新标准。

同时,新轩逸对消费者心理进行了精准解读,明确提出了“款待家人”的全新品牌主张,倡导了全新的中级家轿消费观念,并通过卓越的产品品质和丰富的人性化装备为中级车市场树立了新的价值标杆。

新轩逸的全新推出,不仅充分体现出东风日产精益求精,不断创新,追求卓越的产品理念,同时,也将成为东风日产2009年销量增长的主力车型,提升东风日产整个产品体系的竞争力,对中级车市场产生较大冲击。

而作为东风日产旗舰车型,新一代天籁,凭借出色的产品力,不仅稳居中高级轿车市场三强,更在今年3月以8186台辆的成绩创下了单月销量新纪录,广受中高级车消费者追捧。

刚刚以全球首辆量产乘用车身份登陆南美的奇骏也亮相上海车展。凭借全面领先的智能全模式四驱系统、超大灵活的车内空间、人性化的内饰设计以及刚硬硬朗的外形气质,奇骏一登场便广受好评,为城市SUV树立了新的技术标杆,为那些对越野性有更多需求的城市SUV消费者提供了

更多的选择机会。

同时,逍客、颐达、骐达、骊威等经典量产车型也悉数亮相,受到消费者的关注。

技术日产将梦想变为现实

与“梦八队”相得益彰,首次来到中国的电动概念车 NUVU 充分显示出东风日产对于环保的“绿色梦想”。被誉为“移动的绿洲”的 NUVU,是专为未来城市居民量身定做的紧凑型电动概念车,3米长的车身加上独特的2+1座椅设计,NUVU让更多的城市居民看到了远离拥挤不堪的交通状况的希望。顺应国家新能源政策,东风日产计划于2011年导入电动车,致力于实现汽车“零排放”的终极目标。

与电动车 NUVU 的环保梦想相比,被誉为“战神”的 NISSAN GT-R 的登场则意味着“梦想照进现实”。

作为日本国宝级跑车,NISSAN GT-R 以顶尖技术和出色性能享誉全球,集中彰显了“技术日产”的不凡实力和至高境界。NISSAN GT-R 是一款各方面性能都非常出色的超级跑车,真正地体现了“让任何人在任何时间任何地点皆享驾控乐趣的终极超跑”的造车理念,新开发的 NISSAN GT-R “Premium Midship package” 尤为注目,其中包括日产汽车自主研发的第一代独立传动轴四驱系统。

在车展现场,当东风日产副总经理任勇宣布,NISSAN GT-R 将正式通过东风日产渠道导入中国市场销售时,现场爆发出阵阵喝彩声,充分展现出技术日产的魅力和这款传奇跑车的深厚影响力。同时,这一举措,也将全面提升东风日产的售后服务能力与水平,让消费者更便捷地享受到终极超级跑车的完美驾驭感。

高歌猛进提振行业信心

基于全球性金融危机的持续加深和对经济发展大势的不确定性,2009年国内汽车企业和业内人士对车市发展保持着谨慎的态度。但中国车市的一枝独秀却使得上海车展成为全球关注的焦点。作为中国汽车行业标杆,东风日产从2008年的逆市上扬,到2009年的高歌猛进,一直延续着“东风日产速度”神话,提振了行业的发展信心,引领着中国车市的繁荣。

在2008年的不利环境之下,东风日产逆市上扬,销量突破35万台,强势改写中国主流乘用车格局,以完美表现提前晋级第一军团,成为销量排名前十的乘用车企业中唯一没有调整产销目标而超额完成任务的企业。

步入2009年,东风日产继1月、2月全线飘红之后,3月份东风日产继续保持高速增长,全车系销量达37441台,同比增长36.5%。第一季度整体销量达95833台,同比增长28.9%,稳居国内汽车业第一集团。其中,新天籁3月表现尤为突出,完成销量8186台,不仅稳居中高级轿车销量前三甲,还创下了天籁品牌进入中国市场以来的单月历史最高销量,而骊威更是连续7个月蝉联细分市场榜首,荣膺“七冠王”,3月份以接近9000台的销量创下了精品两厢车历史新高,同比增长61%、环比增长30%,刷新了骊威自上市来销量历史记录。

市场有分析认为,由于产能受限,第一季度实现增长28.9%,并不是东风日产真正的市场表现,如果产能满足,东风日产的销量还可以创记录。目前,东风日产全国各专营店销售形势均火爆异常,全系产品供不应求,许多专营店连展车都已经销售一空。为了缓解市场供求紧张局面,东风日产花都和襄樊工厂,已经重新部署生产,加班加点应对消费者高涨的需求。

业内人士评论,东风日产销量持续增长,充分展现出企业在品牌力、产品力、服务能力、企业公民能力等各方面的长足进步。东风日产的发展,可谓是一种又快又好“质量型”的发展,可谓是汽车行业发展的标杆,对于目前正处于金融风暴之中的各汽车企业具有积极的借鉴意义。

任勇说,有梦想,才有未来。东风日产以不断为消费者提供丰富的、人性化的移动生活体验为梦想,在2009年以提升品牌为核心,全面构建以“舒心驾乘、放心品质、感心服务”为特色的“NISSAN 三维价值体系”,为东风日产长久发展注入坚实动力。东风日产对达到2009年销量目标充满信心,并愿意以这种信心,带动汽车行业走出彷徨,共同迎接中国汽车行业发展的辉煌。(京 燕)