



第三届福田奥铃中国勒芒轻卡耐力赛开锣

海尔“拆冰箱”见证好品质

产品的综合竞争优势。

东南部赛区比赛将在杭州举行,以“节油”为主题,在指定的里程范围内驾驶赛车,油耗最少的赛队获胜,指定“奥铃TX-4JB1TDi动力气刹新品”作为比赛用车;北部赛区比赛在沈阳举行,以“高效”为主题,将汽车摆放成金字塔形式,以规定的运输路线移动汽车,最快将汽车移动到指定地点的赛队获胜,指定“奥铃CTX康明斯动力国IV新品”作为比赛用车;中西部赛区比赛在南宁举行,以“强劲”为主题,在设置回形路线的跑道上进行直线竞速,所用时间最短的赛队获胜,指定“奥铃TX雷沃4D动力新品”作为比赛用车;全国总决赛将在新疆举行,以“极限耐力”为中心,同时指定以上三种动力车型作为比赛用车,采用换人不换车的方法进行极限耐力挑战赛,在规定时间内三种赛车累计行驶里程最多的赛队获胜。全国总决赛将对奥铃轻卡综合性能的一个全面检验。

“冠军挑战赛”这一环节的增设,成为本届赛事的另一大亮点。福田奥铃品牌总经理赵建民说:“本届大赛冠军挑战赛这一环节的设置成为福田奥铃中国勒芒轻卡耐力赛赛事创新道路上的一次重要尝试。这不仅会大幅提升比赛的激烈程度,更大大加强了本届赛事与往届的关联,很好地延续了往届勒芒赛事的成果。”奥铃品牌持续牵手中国勒芒轻卡耐力赛,印证了奥铃品牌志存高远,要以科技动力成就中国中高端轻卡第一品牌的雄心。

福田推动全民汽车运动普及与发展

本届赛事全民可参与。充分调动全民的参与热情,共同关注、参与汽车赛事,从而推动中国汽车文化的建设与发展。在启动仪式现场,福田汽车集团党委副书记赵景光表示,企业作为社会的一员肩负着创造利润和服务社会双重使命。为消费者打造高品质产品是企业存在的根本价值,为此,福田汽车提出了以科技为先导的福田汽车2020发展战略,不断提升福田汽车的产品和企业竞争力,到2020年,福田汽车全球销量将突破400万辆,销售收入将超过4000亿元,实现利润200亿元以上,成为时尚科技与人文环保高度融合的综合性国际汽车企业,进入世界汽车企业十强行列。

同时,福田汽车希望能把“福田奥铃中国勒芒轻卡耐力赛”打造成中国轻卡第一赛事,致力为普通卡车司机提供一个展现激情与成就梦想的舞台。福田汽车也希望透过赛事营销展现福田汽车的产品品质和不断支持公益事业的企业发展理念,更加深刻地理解福田汽车“科技&未来之美”,打造福田汽车科技化、国际化、人文化的品牌形象。

由中国汽车运动联合会(FASC)主办,江苏省汽车摩托车运动联合会承办,福田汽车全程协办的福田奥铃中国勒芒轻卡耐力赛自2008年以来已经成功举办两届,号称“中国轻卡第一赛事”。随着2011(第三届)福田奥铃中国勒芒轻卡耐力赛暨冠军挑战赛的启动,福田汽车赛事营销揭开了新的一页,该赛事的深入开展也将推动中国汽车运动进入快速发展的新阶段。

(梦杨)

第十二届中国(寿光)国际蔬菜科技博览会将举办

本报讯 4月20日至5月20日,以“绿色、科技、未来”为主题的第十二届中国(寿光)国际蔬菜科技博览会将举办。本届菜博会由农业部、科技部、商务部、山东省人民政府主办,30多个驻华大使馆、外国商协会、国际组织参与协办,山东省农业厅、潍坊市人民政府、寿光市人民政府承办。

寿光是中国蔬菜之乡。多年来,寿光按照中央发展现代农业的决策部署,加快

转变农业发展方式,全力推进农业科技创新和成果转化,农业标准化、规模化、品牌化、高端化一路领先,绿色蔬菜生产基地已发展到80万亩,年产优质蔬菜40亿公斤,400多个品种获得“国家优质农产品”标志,成为“国家第一批现代农业示范区”、“全国农产品质量安全先进单位”、“国家级食品安全示范县”。

与往届菜博会相比,第十二届菜博会在展览规模、展示布局、科技含量、商业氛

围、文化内涵等方面都有进一步的创新和突破。本届菜博会共设1个主展区和14个分展区,主展区总面积35万平方米,设有8个展馆(厅)和4个高标准规模化种植展厅。2000多个室内外展位,参展范围涉及种子种苗、肥料农药、农膜农机、地方特色产品、高新技术成果项目等。届时,国内外3000多家企业,近万名客商将云集寿光,开展经济技术交流和商贸洽谈。

(梦杨)

三精制药大型环保公益活动启动

本报讯 由环境保护部宣传教育中心与三精制药共同发起、面向全国青少年的“送三精蓝瓶回家”大型环保公益活动,日前正式在全国范围内启动。该活动号召广大青少年收集兑换蓝瓶,一方面对回收的三精蓝瓶统一粉碎、融化加以重新再利用,达到节能减排、保护环境的目的;另一方面帮助他们树立节能减排的环保观念。据介绍,该活动将在全国约40个城市设立1400个左右蓝瓶兑换中心,全国的青少年可以留下蓝瓶、支持环保,并将喝过的蓝瓶保存起来送到药

店、学校、幼儿园、社区等指定兑换中心,通过将回收的蓝瓶在玻璃窑炉中熔化成优质玻璃液后得到再利用,从而达到节能减排保护环境的目的。

据主办方介绍,如今,环保理念日趋深入人心,“低碳生活”、“节能减排”成为全球大多数人的共识。在环保这条万里长征上,中国才开始迈出第一步,以后要走的路还很长。当前中国整体的环境保护意识还很薄弱,部分企业缺乏环保责任,个人缺乏环保意识,对青少年的环保教育不到位。不过,可喜的

是,在中国,环境保护意识已经逐渐开始增强。这次是三精制药,但有理由相信会有更多类似三精制药这样勇于承担的企业来做环保。主办方强调,“送三精蓝瓶回家”活动把青少年纳入参与活动的主题,其教育意义远大于该项活动本身。青少年是地球明天的主人,让他们真正理解环保的重要性,牢固树立环境观念;并通过青少年的教育去影响和教育家长以至于全社会。只有这样的良性循环,才能确保节能环保、资源再生利用的措施能够真正执行下去。

(龚文)

意大利服装、面料企业中国寻商机

本报讯 由40家公司、60多个品牌组成的意大利国家展团将参加2011年3月28日在北京开幕的中国国际服装服饰博览会。意大利展团的展览面积将超过1000平方米,再次成为展会上最大的外商国家展团之一。参展的服装包括男女梭织服装、针织服装、毛皮服装和各种服装附件。

此外,由50家公司组成的意大利国家展团还将参加3月30日开幕的中国国际纺织面料及辅料(春夏)博览会,展出面积超过700平方米,展出的面料有男女装面料、童装面料及其他面料,意大利展团也是该展会最大的国家展团之一。3月30日,意大利对外贸易委员会将在展会现场举办“2012年之夏面料流行趋势发布会”,邀请意大利面料专家介绍2012春夏时尚亮点。

(沈海燕)

Tel区入驻菲律宾黄页 为外贸企业带来新商机

本报讯 日前,菲律宾领先目录服务供应商 Directories 菲律宾公司(DPC)开始为客户提供.tel顶级域名,作为其目录服务套餐的一部分。菲律宾目录里的客户进入了Tel区全球名录,在.tel全球名录里,用户可以很便捷地找到对方,便于贸易往来。这不仅突破了黄页的地域限制,还大大加强了黄页的全球商业应用功能。

DPC总裁里卡多·包斯塔表示:“我

(金雁)

第三届企业社会责任高层论坛举办

本报讯 日前,由中华慈善总会和政协报共同举办的第三届企业社会责任高层论坛在北京举办。论坛的主题为“责任创造和谐:如何正确面对财富与慈善的关系”,与会的全国人大代表、全国政协委员、企业社会责任和慈善领域的专家、企业家代表汇集一堂,就企业家该如何正确处理财富与慈善的关系、慈善组织该如何积极引导

们认为.tel从战略上非常适合帮助我们提供新一代黄页服务‘YP 2.0’,同时能增加我们用户的黏粘性。”Tel中国CEO王晓菁表示:“全球越来越多的黄页提供商已经认识到,.tel为连接到计算机的任何设备提供搜索便利性、实时信息和格式相符信息方面的价值,这对于全球化信息的互通和应用,带来的将是颠覆性的跨越。”

(金雁)

企业家行善、如何在制度层面保障企业家的行善积极性、企业社会责任与慈善公益事业发展的关系、现状和前景等,进行了热烈的交流和探讨。

(刘芳)

品牌资讯

日前,海尔在全国各地开展了“拆冰箱见证好品质”的大型路演活动,通过拆冰箱对比的形式,邀请各地消费者现场感受海尔冰箱的优秀品质。这一活动的举行不仅在冰箱行业内掀起轩然大波,也成为全国各地民众讨论的焦点。

1985年,海尔为警醒员工质量意识发生的“砸冰箱”经典故事流传至今,并因此缔造了海尔冰箱安全运行26年的传奇故事。27年后,海尔冰箱再度抡起质量大锤,目的是为规范行业无序竞争,提醒广大消费者理性消费,折射出了海尔冰箱继续追求卓越的领袖品质。

拆出海尔冰箱全球第一的秘密

27年前,中国冰箱市场供不应求,而海尔冰箱却为生存奔波。在当时那个“纸糊的冰箱都能卖出去”的时代,海尔却放弃了到手的利润,砸掉了76台不合格的冰箱。这一“砸”,把“零缺陷”的质量意识深深地植入了到每一位海尔员工的心中。

2

7



海尔“拆冰箱”见证好品质”大型路演活动现场

年后,全球市场环境发生了巨大的变化,在消费者为主导的时代,只有品质过硬的产品才能赢得消费者的心。而“砸”出来的质量意识推动着海尔冰箱实现了全球销量过亿台,并三度蝉联全球第一。海尔冰箱的这一蜕变说明,质量是企业的生命之本,无论市场环境如何,品质意识都是企业的第一竞争力与生命力。

此次海尔在全国范围内拆冰箱展示金牌品质的行为,也被业内人士誉为“一场行业品质意识的洗礼”。据了解,目前我国冰箱市场异常繁荣,特别是在“家电下乡”、“以旧换新”等政策的引导下,市场需求被进一步释放出来。与此同时,消费者对如何选购好品质的冰箱却缺乏相应的认知,面临着误导消费陷阱的危险。海尔冰箱作为行业的领导者,率先打破这种信息不对称的现状,通过现场演示生动地让消费者了解什么才是好品质的冰箱。这一行为在对市场进行科普教育的同时,无形中也提高了整个行业对品质的关注,引导冰箱竞争回归理性。

细节拆出海尔冰箱优秀品质

在海尔“拆冰箱见证好品质”的活动

现场,记者看到,外形相似的两台三门冰箱在铁锤之下露出了真容:普通三门冰箱背板是塑料制成,而海尔三门冰箱则是坚实的镀锌钢板;而更令人意外的是,在冰箱底板这样不容易被人注意的地方,很多企业采用纸板做遮挡,而海尔三门冰箱依然采用了真材实料的钢板。此外,海尔冰箱还采用了不变形的门封条、能站人的储物盒等品质细节,也赢得了在场每一位观众的阵阵掌声与赞叹。

在新浪微博上,一位亲眼见识到海尔冰箱拆冰箱活动的网友感叹道:“以前觉得海尔冰箱好,可不知道好在哪儿,今天看到了拆冰箱才知道好在哪里。能把冰箱拆开给人看,这种自信就值得赞一个。”网友的这段话是亿万用户对海尔冰箱品质认可的缩影。2010年底,海尔冰箱全球寻亲活动中,不断涌现的最老用户和最大家族的感人故事,也在诉说着消费者对海尔冰箱品质的认同。

事实上,从1985年砸掉76台带瑕疵的冰箱开始,品质就成为了海尔人最执着的追求,并形成了独特的“零缺陷文化”。为了践行这一理念,海尔冰箱在供应、研发、制造、检验、运输等全流程上追求卓越可靠的产品品质。同时通过整合全球供应商、全球检验机构和研发组织等国际化资源,在全球建立了29个三位一体的基地,确保海尔冰箱的材质和工艺都具备了国际一流的竞争力。

业内专家分析指出,目前,国家的十二五计划中明确提出了制造业转型的目标,家电行业也担负着调结构、促转型的重任。而行业的不断发展首先依赖于领先企业的不断创新。在中国冰箱业创业之初,海尔敢为天下先,用砸冰箱的方式创造了质量第一的观念。如今在中国冰箱升级转型的关键时期,海尔冰箱再度打破行业沉默,打开冰箱说亮话,打破了冰箱企业和消费者之间的“墙”,让消费者成为制造业的知情者和监督人,这一举动无疑将推动更多的企业和行业更加重视产品品质,创造出新的消费者中心时代。

(沈海燕)

银行追逐鉴定增值服务 典当行专家受热捧

本报讯 随着艺术品投资市场不断升温,有该项投资需求的银行VIP客户不断增多。日前,农业银行联手宝瑞通开展的VIP客户翡翠评估鉴赏会座无虚席。该银行负责人表示,与宝瑞通典当行合作,主要是看中了宝瑞通鉴定评估领域的“金字招牌”。

据了解,宝瑞通典当行的民品业务涉

及贵金属、钻饰品、珠宝玉石、名表、数码IT产品及其它具有价值的高档物品的评估鉴定。鉴赏会的内容都是典当行专家平日涉及的业务。目前宝瑞通与多家银行建立合作,每周在不同银行内都有类似的专家鉴定专场,专家鉴定会排期已到6月下旬。

(李洋)

清华同方多媒体教育基地落户太原阳曲一中

本报讯 3月16日,清华同方多媒体教育基地示范校正式落户太原市阳曲一中,太原市委副书记、代市长廉毅敏,太原市委常委、常务副市长李俊明,太原市委、市政府、关工委领导,阳曲一中党委书记马二恩出席揭牌仪式并讲话。

据了解,阳曲一中新建校区是太原市百校兴学重点项目之一,也是阳曲县2008年度重点民生工程,项目总投资一亿多元,硬件设施一流。太原市委、市政府、关工委为解决阳曲一中师资力量薄弱、教学水平相对滞后的问题,邀请了清华同方多媒体教育基地落户本校。通过清华同方全套的现代化教学解决方案和清华附中特级名师的远程教学,把学生教学和教师培训有机结合起来,从而实现全面提升一中教学水平和师资力量,加速阳曲一中教育现代化进程的目的。

记者在现场看到,清华同方多媒体教育基地通过在阳曲一中现在使用的30间教室增添配置交互式电子白板、电脑、大屏幕液晶电视、全自动录课设备、

远程互动教学软件等设施,完成清华同方现代多媒体教室的全面改造。在学校建立资源管理平台,实现清华附中名师视频资源、本地名师录课视频资源、优质课件资源、清华特色教学栏目、教师培训内容、心理辅导社区、校园网建设等资源在广大教师和学生中间内部交流、班班通用。

有关专家指出,清华同方多媒体教育基地阳曲一中示范校项目的建成,不但可以有效缓解当地名师资源缺乏、教学质量相对滞后的困难,解决本地初中毕业生就近入学的实际问题,同时也输入了清华附中先进的教学理念和教学方法,使校园软硬件得到综合提升。该模式对于缩小城乡教育差距,实现教育均衡发展必将起到积极的作用,值得加大力度推广。该项目预计将于2011年5月全面建成,投入日常教学使用。

(王丽)