

舒华按摩椅强势领跑健康产业

日系工艺按摩椅、打造五星级会所终端……以全新商业模式亮相的舒华按摩椅引起了业界的关注。日前,健康产业领军品牌舒华再次出击,召开主题为“赢在创新”——舒华按摩椅携手巨星陈道明新闻发布会暨招商大会,开启中国市场的布局规划。

“2011年是舒华按摩椅强势进军中国市场的第一年,我们将汇集中国最顶尖的运营团队,统筹所有优势力量,利用近千家终端网络快速实现产品上线,抢占市场份额。此次全国招商大会是舒华按摩椅终端系统的一次誓师大会,也是为冲击行业第一而吹响的集结号。”舒华(中国)有限公司副总裁、营销事业中心总经理曾水治表示。

刚性需求巨大
按摩椅市场持续牛市

中国按摩椅市场虽然只有不到10年的发展历史,但却呈现出爆炸式的增长趋势。“福建一家按摩椅出口企业一年的销售额接近十几亿元,几乎相当目前国内整个行业的总量。这意味着现在国内的按摩椅市场仍然有很大的空间,我们早一步进入这个市场,就将抢占更有利的位置。”舒华品牌负责人表示。

舒华看好中国市场的理由来源于国内庞大的保健产品消费需求。据了解,在35

岁至55岁之间的消费群体中,由于长时间超强度、高负荷工作,亚健康人群目前有数亿人之多,这些人都是按摩椅的主力消费人群,购买按摩保健产品的需求旺盛。可以想象,电动按摩椅必将成为越来越多都市人的必需品,整个按摩椅市场也会迎来长达数十年的快速增长。

颠覆式创新
舒华引领按摩椅市场趋势

中国按摩椅市场高歌猛进的另一面是没有强势品牌的现实,而舒华按摩椅的横空出世,将一举打破中国按摩椅市场目前的混战局面。

在业内人士看来,舒华按摩椅的整体优势非常明显,在品牌形象上更是力压群雄。儒雅知性的舒华按摩椅形象代言人陈道明,一直被视为中国精英人士的代表,其所代言的品牌备受消费者信赖,成就过无数品牌神话。舒华按摩椅提出的东方健康宅生活理念,更是容易受到中高端群体的认同。

舒华按摩椅日系工艺带来的产品创新也给业界带来强势冲击。据了解,舒华按摩椅采取全球创新手感3D按摩技术,同时拥有智慧三维太空舱按摩系统的崭新设计,零重力姿势有效促进身体血液循环。而再一次引领行业先河的终端模式更是让舒华按

摩椅牢牢占据行业的制高点,舒华按摩椅不仅在终端通路上开辟出旗舰店、专卖店、店中店等多种形式,最近更是在终端形态上提出五星体验式终端的全新概念。

国际化团队
开启全国新一轮布局

目前,中国按摩椅保健产业不缺工厂、不缺产品,缺的是一个真正的民族品牌。去年,舒华就开始进行按摩椅系列的产品试产和终端销售,有计划地筹备一支国际化团队操盘整个按摩椅项目。舒华按摩椅在生产上引进了日本研发团队,“日本是个老龄化程度较高的国家,同时,日本研发的按摩椅精致小巧,更加考虑到老年人的需求,与中国未来的健身需求情况非常吻合。”舒华按摩椅品牌负责人解释说。

在终端拓展上,舒华按摩椅项目组也精心组织了一支兵强马壮的营销团队。很多营销精英都是从舒华跑步机终端网络抽调过来的,这些人都在多个区域市场做到过市场占有率第一。

业内人士分析,按摩椅市场前景已经明朗,舒华按摩椅在品牌、产品、终端上已经实现第一轮发力。此次招商大会是一次总动员,标志着舒华将启动新一轮的渠道攻势,全面发力占领行业第一的宝座。

(吕凡)

匹克牵手七城会 推动城市体育发展

近日,中国第七届城市运动会(以下简称:七城会)执委会与匹克体育用品有限公司(以下简称:匹克)在厦门正式签署了合作伙伴协议,匹克成为七城会的首家最高级别合作伙伴。这是匹克与国家级综合运动体育赛事的又一次重要合作,旨在为七城会及其相关推广活动提供专业的运动装备,推动中国城市体育事业发展,发现培养优秀的体育后备人才。

签约仪式上,南昌市副市长、七城会执委会秘书长周关对匹克大力支持七城会表示了肯定,并希望有更多企业支持全民运动,为中国的体育运动事业添砖加瓦。同时匹克CEO许志华表示:“匹克的发展宗旨就是要提供最好的专业体育运

动装备,为消费者带去富有激情的健康生活,七城会是全国规模最大的综合性运动会之一,它将再次掀起一次大规模的全民运动风潮,有利于我国国民素质的提高,匹克作为中国专业运动品牌,支持全民运动责无旁贷。”

七城会将于10月16日至10月25日在江西南昌举行,届时将有包括港、澳在内的全国约56个城市的近7000名运动员参加比赛,全国各地的参观团、记者团、观众及国际友人数十万将前去观摩。本届城运会的主旨是“共和国体育回故乡”,并以“红色英雄城,绿色七城会”为本次运动会的主题口号。七城会执委会与专业运动品牌匹克签署战略合作协议,是一个共赢的合作

——拥有极高品牌知名度和强大零售网络的匹克,能给七城会的举办注入强大动力。

相关链接:匹克是一家以“创国际品牌”为企业宗旨,以“打造百年卓越企业”为目标的集团式企业,主要从事设计、开发、制造、分销及推广匹克品牌的运动产品,包括运动鞋、服装及配饰,至今已有20多年的专业研发、制造与销售经验。2009年9月29日,匹克正式于香港联合交易所主板上市。至今,匹克在中国的零售网点已达7000多家,建立起了成熟的产销结合的品牌运营体系,出口业务遍及欧、美、亚、非、澳五大洲。市场调查显示,匹克名列中国三大最知名的运动鞋及篮球鞋品牌之一。

(鲁科)

连天红提出红木家具行业“包浆标准”

“迄今为止,红木家具企业仍没有明确的产业标准,我们认为,除了硬木标准、红心标准之外,红木原料还要有一定的‘包浆标准’。”近日,连天红福建家具公司总工程师张耀真在红木家具行业旗帜鲜明地提出了“包浆标准”。

广西博物馆办公室主任陶绍毅告诉记者,“包浆”在古玩界是个使用频率较多的词语,俗称“传世古”。它是指金属表面由于氧化、锈蚀以及汗液的作用,随时间的推移自然形成的一层化合物,使器物有一种自然的陈旧感。张耀真表示,红木家具“包浆”的形成,主要还是由人们把玩、擦拭、使用频繁所引起的。从红木属性上看,能否具备“包浆”,应该成为判断红木家具真伪的重要标准之一。

张耀真介绍,长期以来,由于我国只有

硬木家具标准,没有明确的红木家具标准,因此,作为行业内最早推出“不折不扣,按斤论价”的企业,很希望能够通过高于行业标准的企业标准,推动整个红木家具行业的“正本清源”。

陶绍毅认为,“包浆标准”的出现,应该视为红木家具行业区别于其他家具行业的“核心标准”,与其他种类的木材无法形成“包浆”相比,这一标准通过普及推广,完全可能成为最终鉴别红木家具真伪的主要依据。

红木家具因具有收藏和投资价值历来备受消费者的喜爱和追捧,但由于红木市场中一直存在某些不法企业利用普通消费者相关经验不足,从而欺骗、误导,使消费者的合法权益蒙受损失。

针对部分红木家具存在的造假情况,

记者采访了连天红公司营销专员张剑钊。他表示,红木家具的上漆工艺多数已经沦为不法企业造假的幌子,如染色和遮盖白皮、掩盖铁钉和不正的榫卯结构、掩盖烘干不到位、用材色相近的普通木材冒充红木等等。由于上漆家具不能像打蜡家具那样进行直观的检验,以致很多专业红木藏家都无法确定产品是否存在造假现象,所以消费者在购买红木家具时尽量避免购买此类上漆家具。

张剑钊同时提醒广大消费者,要到品牌美誉度高、企业实力雄厚的红木品牌店中选购红木产品,才能更有保障。同时,对于产品购买合同也应小心留意,一旦发生纠纷,可以作为鉴定依据。最重要的是,消费者还是要多了解红木知识,避免不必要的损失。

(徐玲)

聚焦全价值链 东风商用车“质”领先机

近日,东风商用车发布了2011年至2015年的质量工作规划,公司将聚焦全价值链并制定了相应的目标和举措。东风商用车表示将2011年确立为“质量年”,通过一系列的质量举措,全面提升全价值链品质,并明确指出到2015年,东风重卡天龙、大力神系列、中卡天锦系列持续保持美誉度国内第一。

作为中重卡行业的领军企业,东风商用车在“中国的东风,世界的东风”的愿景下,在产能与品质上一直保持着完美的平衡。随着6月份每年产能4万辆的重卡新工厂一期的正式投产,以及海外事业的不断扩大,东风商用车国际化的步伐日趋加快。东风商用车认为,越是在快速发展的时期就越需要更为严格、有效的品质管理体系的支撑,尤其不能忽视全价值链的品

质提升。业内人士分析,在“十二五”规划的开局之年,东风商用车此举将“质”领先机,在继续巩固国内行业领先地位的基础上势必将加速其国际化之路。

在2011“质量年”,东风商用车开展了以“全价值链品质提升,持续追求顾客满意”为主题的活动,制定了包括CS-VES(质量评审)、PPM(纳入不良品率)等质量KPI,追求质量事故为零的质量目标。同时,东风商用车发布了以全价值链为角度推进未来5年质量战略的规划。

2011年东风商用车将切实以市场和客户为中心,从商品企划、研发、采购到制造、营销、服务等各个环节入手,开展全价值链的ISO9000体系审核与质量培训,建立完善服务和质量铁三角机制,全面提升全价值链品质水平,提升客户满意度。

东风商用车2010年斩获颇丰,商用车产品质量持续提升,中重卡CS-VES以及纳入不良品率等年度质量KPI全面达成。东风商用车过硬的产品品质赢得了市场及用户的一致肯定和信赖,市场份额进一步扩大。调查显示,重卡天龙及中卡天锦用户口碑名列行业前茅,用户二次购买率也在不断增加,产品形象深入人心。

以中国的成本竞争力提供具有国际水平的产品质量,以中国的成本和速度打造具有国际品质的产品。不难看出,东风商用车树立这个标杆,瞄准的不止是国内市场,更是国际市场。东风商用车表示,做企业不能一蹴而就,拼的是耐力和韧劲,当前最重要的工作是不断提升全价值链品质,通过严格的质量措施为客户提供世界级品质的东风商用车,提升企业核心竞争力。

(冯丽)

联想服务器助力广发证券规范化管理

日前,广发证券营业部机房规范化项目正式启动。在本项目中,联想R512G2高密度服务器凭借节约空间、易于管理和高可靠性等优势,使该公司各营业部的机房空间利用率提高了一倍以上,并通过对分散在全国各地的服务器的集中管理,大幅提高了服务器的管理维护效率。此外,R512G2在性能和可靠性方面的优越表现,使新的业务系统平台可以承担更多用户的并发请求,满足了该公司未来业务发展的需求。

本次营业部机房规范化管理项目涉及广发证券总部和各地分公司的全部189个营业网点。本项目结束后,广发证券将在业内率先完成核心业务系统由原有Novell系统环境升级为Linux系统环境的改造,实现营业部机房设备的机柜化、集中化管理。

广发证券的前身是广东发展银行证券部,2001年整体变更为股份有限公司,并于2010年2月12日在深圳证券交易所成功实现借壳上市。公司上市后总市值居国内上市证券公司前列。

公司(含子公司)现有证券营业部网点189个,数量位列国内前三,主要经营指标多年名列行业前茅,是中国市场最具影响力的证券公司之一。

据介绍,从2010年下半年起,广发证券在行业内率先计划将业务系统由原有的Novell系统环境逐步升级为Linux系统环境。项目实施后将达到以下效果:

一是设备进入机柜,实现规范化集中管理:由于营业部机柜空间资源有限,希望尽可能节约机柜空间;

二是远程管理,实时监控、快速响应:服务器分散在189家营业部,设备必须具备远程集中管理的功能,方便总部实时监控,对突发事件能做到快速响应;

嘉里物流新建两大物流中心投入运营

嘉里物流位于重庆和昆山的两大物流中心日前正式投入运营。重庆物流中心总面积达2.05万平方米,将提供包括VMI、分拣、逆向物流、印贴标签、包装、JIT等一系列仓储及增值服务;昆山物流中心总面积达1.88万平方米,将引入大

量外资到其工业园区。

其中国区董事总经理陈健寅表示:“位于重庆和昆山的两大物流中心,将被纳入我们在国内现有的130个分支机构及物流中心网络,它将进一步拓展我们在新兴及二线城市的网络布局。”

(林昭)

深发展推出百万元计划保障电子银行安全

为了保障客户的账户安全,创造良好的交易环境,深圳发展银行(以下简称:深发展)在保证自有网银系统安全的同时,推出了电子银行百万元保障计划。即日起,所有深发展网上银行用户(含个人网银、企业网银)和电话银行用户,均可无条件免费享有最高投保额达百万元的资金安全保险。在保险期间内,如果客户电子银行账户内的资金被盗用,深发展将根据合同约定,在合同中载明的保险金额内负责赔偿。这意味着银行已经开始承担起责任,最大限度地保障客户利益。

在此份计划中,深发展划分了明确的权责范围,将银行内部系统或银行员工人为损失或因遭受刑事案件侵害造成的资金损失等等都包括在赔偿责任里面,最大限度为客户的资金安全提供有力保证。比如,客户的个人网上银行

密码和其他安全工具(如U盾、物理口令卡、手机验证码、数字证书等)被不法分子盗取,造成其账户资金损失,由深发展承担,最高赔偿额为100万元。

深发展一直致力于为客户提供多层次、全方位、更安全的支付保障,并且不断创新,陆续推出动态口令刮刮卡、动态口令编码器、移动数字证书存储器(USBKEY)以及“金卫士短信通知和“自行设定网上交易限额”服务,在保证自有网银安全系统的基础上更有效保障了客户资金的安全。努力最终获得回报,深发展企业网银开户数迅猛增长,截至2010年11月底,新增企业网银开户数同比增长80%,有超过50%的企业客户开通了网上银行。可以预计,深发展还会在电子银行安全上下更大的功夫,将电子银行打造成自己的品牌,从而实现最佳零售银行的目标。

(杜伟)

深圳爱普生荣获“工业百强企业”称号

2010年,深圳市工业经济稳步回升,全年实现规模以上工业增加值4092.6亿元,同比增长13.8%。近日,深圳市科技工贸和信息化委员会公布了2010年深圳市工业百强企业名单,爱普生技术(深圳)有限公司(以下简称:深圳爱普生)名列第19位。

凭借良好的经营业绩、稳健增长的发展势头,深圳爱普生已连续数年排名深圳市工业百强企业前20名。

深圳爱普生于1985年成立,占地6.4万平方米,拥有1.2万名员工,主要进行打印机与投影机及周边配件的生产,是爱普生在全球重要的生产基地之一。深圳爱普生在助力区域经济发展的同时,在环保、公益、慈善等方面也起到了表率的作用,曾多次荣获“鹏城减废卓越企业”、“广东省节水型企业”等荣誉称号。

(吴鹏)