

“红杉树”发布公务休闲男装流行趋势



2011/2012 秋冬
红杉树公务休闲男装
流行趋势专场发布会

本报讯 日前,以“友谊让生活更和谐”为主题,由中国设计师协会、江苏红杉树服饰有限公司联袂主办的2011/2012秋冬红杉树公务休闲男装流行趋势专场发布会在北京举行。这是“红杉树”在2011中国国际服装博览会之中国国际时装周上推出公务休闲男装概念以来,第七次代表中国发布公务休闲男装流行趋势。

“红杉树”董事长刘卫军告诉记者,自推出公务·商务休闲男装概念以来,“红杉树”针对全国政府和事业单位公务人员对衣着的专门要求,进行了一系列结构调整与创新。一方面,在深入市场调研的同时,不断开发新品,并在科技、设计、工艺和服务等领域全面升级,实施精品服饰战略,以优质抢占市场。

江苏红杉树服饰有限公司自创建之初就确立了“以品牌促质量,以质量创名牌”的宗旨,为避开同质化竞争,公司以公务商务休闲装作为“红杉树”品牌主打方向,以产品开发设计为基础进行自主创新,积极引进服装、面料设计等方面的优秀设计师加盟,并

加大技改投入,先后配备、配齐了国际化的服装计算机辅助设计系统和打样车间,具备年产300万套件成衣生产能力,成为国内专业生产公务商务休闲男装的大型服装企业。

“红杉树”还与北京京都服装集团建立了战略合作伙伴关系,将其在制装方面的精髓注入到公务商务休闲装中。6年多来,江苏红杉树服饰有限公司不断创新,打造出了一流的公务·商务休闲男装品牌,其产品包含休闲夹克、西装、衬衫、裤子、羊毛衫等四季系列新品。目前,企业已具备年产300多万件套的生产能力。2008年,“红杉树”为北京奥运会志愿者定制了26万件套服装,2009年,“红杉树”还圆满完成了“国庆60周年”大庆活动“国旗方阵”和“与时俱进”等3个方阵的制装任务。

江苏红杉树服饰有限公司董事长刘卫军透露,继2006年承办庆祝中美乒乓外交35周年——“红杉树”友谊之旅大型纪念活动之后,“红杉树”今年将继续参与承办庆祝中美乒乓外交40周年大型纪念活动,续写中美两国人民的深厚友谊。

(沈海燕)

品牌资讯

新京报携手淘宝天下进军社区电子商务

本报讯 日前,新京报在北京宣布与阿里巴巴集团旗下的淘宝天下达成一致,成为后者在北京地区独家的战略合作伙伴。双方联合打造的“一报一店北京馆”同日正式上线,并面向全国公开招募商务合作伙伴。

一报一店项目是淘宝天下2011年重点推广运营的合作项目。目前,全国已有数十家知名报社参与。按照淘宝天下制定的计划,所有参与该计划的报纸将结合阿里巴巴集团提供的网络资源,共同联合推广“一报一店”项目,将该项目打造成为中国最具公信力的电子商务服务商集群。

“从2月初开始试运营以来,一报一店北京馆在没有投入任何推广资源的情况下,在招商和销售方面都取得了很好的成绩。”新京报传媒副总裁、新京报网总经理柯斌说,“新京报从2010年提出转身全媒体的战略,并明确了以社区和电子商务为突破口。经过一年的运营,新京报旗下的京探网已经成长为北京第一、全国第五的社区类网站。我们希望重新梳理和整合资源,打通社区和电子商务之间的中间环节,把经过新京报认证的优质商

户和社区消费者无缝连接起来。”

据第三方数据,淘宝首页首屏入口每日能够导入的流量为4000万人次左右,配合全国数十家知名报纸的联合推广,预期“一报一店”的访问量将稳定在每日6000万人次左右。同时,传统媒体为保障多年以来在舆论监督领域内树立起来的公信度和权威性不受影响,对于商户合作伙伴所提供的商品和服务将进行更加严格的监督。在这样的产业链组合下,消费者、商户的利益都将得到有效的保障。

“2010年,新京报在团购、抢购等多个方向上尝试了电子商务,总体来说属于试水阶段。”柯斌表示,“目前各方面的条件都相对比较成熟了,2011年我们将在社区电子商务的方向上全面发力。相信在新京报和阿里巴巴双重的品牌保障下,有更多的合作伙伴能和我们一起,把电子商务服务更加无缝融入更多普通老百姓的生活当中。我们坚信,阿里巴巴集团拥有技术优势,新京报拥有品牌优势,再加上数以千计的本地优质供应商提供的产品优势,不出三年,我们一定能创造中国电子商务新的奇迹。”

(海燕)

红孩儿引领时尚童装流行趋势

本报讯 日前,中国流行色协会·红孩儿“2011S/S中国时尚童装发布”潮流趋势发布会于北京中国国际展览中心(新馆)举办。现场活动最大亮点是品牌红歌的全球首发仪式。由数十位品牌小天使组成的红歌演唱团,将动感的品牌红歌唱响全场。品牌红歌歌词的撰写,将品牌文化很好地融入其中。

红孩儿作为国内创新童装品牌,长期以来,在童装领域取得了卓越成就,积累了丰富的成功经验,在产品设计研发、品牌运营、传播推广等方面表现尤为突出。通过本次流行趋势的发布和独具创造力的品牌展馆设计向外界展示出红孩儿自身出色的产品设计理念以及强大的品牌实力。

2011中国国际服装服饰博览会是亚洲众时尚品牌交相辉映的顶级盛汇,红孩儿联手中国色彩时尚权威机构中国流行色协会参加此次盛会,意在发布2011S/S中国时尚童装流行趋势,引领未来潮流,展示产品实力,传播品牌专业形象。红孩儿与中国流行色协会结成战略合作伙伴,正式启动了中国童装时尚新品发布基地,标志着行业权威与红孩儿的强强联合,共创行业领域的新高度。这一盛举,是对红孩儿始终坚持以“出彩更出色”的品牌主张为广大中国儿童提供时尚出色的服饰,打造一个快乐多彩的时尚童年生活而不懈努力的最好鼓励。

(吴铭)

奥的斯电梯携“绿色之路”亮相绿色建筑大会

本报讯 日前,在刚举行的“第七届中国绿色建筑大会”上,奥的斯电梯以“绿色之路”为主题,全面展示了其在电梯节能环保领域的全新理念和创新能力,以及致力于推动电梯产业环保水平迈向新高度的努力和成就。奥的斯电梯北亚区总裁武乔思先生同时介绍了奥的斯最新推出的全球环境计划“绿色之路”。

“中国绿色建筑大会”是展示中国

及世界最高水平建筑成就的建筑业盛会,奥的斯电梯及其母公司联合技术公司为历届大会的重要合作伙伴。在绿色建筑设计理论、技术与实践论坛上,奥的斯电梯携“The Way to Green绿色之路”计划与同行们就电梯的绿色技术与绿色能源应用展开深入交流。建设部高层领导亲临奥的斯展台,对奥的斯的绿色理念及其绿色技术给予高度评价。

(梦杨)

2011中国服装终端销售管理高峰论坛召开

本报讯 日前,2011服装终端销售管理高峰论坛在北京隆重召开。该论坛由中华时装协会、惠州雷士光电科技有限公司雷士照明北京运营中心光环境体验馆共同主办,旨在加速服装品牌的终端销售及品牌店面形象管理。

雷士照明北京运营中心特邀多名

资深实践专家,共同对服装零售企业终端空间照明设计、陈列设计、营销渠道、销售管理的专业度进行了讨论。论坛促进服装企业行业间的交流,扩充了渠道,加深国内企业对国际市场的了解,为中外服装企业的合作探寻出更多、更新的营销渠道及合作模式。

(王莺)

米兰登秋季新品发布会及品牌管理商学院揭幕仪式举行

本报讯 日前,智变金秋·米兰登2011营销峰会暨秋冬新品发布会及米兰登品牌管理商学院揭幕仪式在广东隆重举行。米兰登2011秋季成衣优雅高贵,是设计师诠释自然时尚的缩影。米兰登服饰(广东)有限公司董事长洪寅声将旗下品牌米兰登

定位在以环保、健康、舒适的原生态面料为主,并发展成为深圳首家获得国家批准的绿色天然纤维生产基地。米兰登商学院锁定忠实的顾客群,为各总经销商和加盟商培训和输送高级管理人才和专职专员。

(王丽)

宝瑞通推出古董银器典当业务

本报讯 宝瑞通典当行近日对外宣布,民品经营中心将新增古董银器的典当业务,包括古董银器的鉴定、估值、绝当品销售等。宝瑞通典当行目前已有的百余件古董银器绝当品自2011年1月以来销售了30%,现场咨询人次达数千次。

宝瑞通典当行运营官董伊表示:“2010年较之前几年,对贵金属

投资尤其是白银的投资热情不断上涨,这跟它的投资价值不无关系,2010年,黄金年涨了29%,白银年涨82%,2011年的市场行情依然向好。近年来,随着国内外艺术品市场的走俏,有着一定艺术价值的古董银器成为艺术爱好者的收藏对象。宝瑞通此次售卖的古董银器自然受到热捧。”

(文君)

不闪式3D技术成熟 广泛应用于电视

长期以来,价格被视为阻碍3D电视的主要门槛之一。动辄数万元的售价,令其与大多数消费者始终保持着距离。最近,各大彩电厂商纷纷推出低价位的3D电视。3D电视价格的坚冰已在跟随着春天的脚步开始消融,3D电视正在加速普及。

近日,创维高调宣布K08RD系列3D电视上市。新产品包括47寸、42寸、37寸和32寸等4个型号;就在同一天,康佳也对外宣布启动“3D电视全国降价普及风暴”活动,推出售价3999元、降价幅度超过40%的42英寸网锐3D电视。康佳集团副总裁、多媒体营销事业部总经理穆刚称,“年内康佳还将陆续推出低价3D新品。”

海信3D机型T29PR3D系列普降1000元,并赠送电饭煲1个。剩下的2个3D系列则分别有200元-300元不等的降幅。面对如此的低价风暴,3D电视已经具备了普及的基础。之前阻碍3D电视普及的价格门槛似乎正在消失。记者注意到,这次各个品牌推出的普

及型3D电视,均采用的是不闪式3D技术。3D电视上市已接近一年,最先面市的快门式3D电视价格一直居高不下。有业内人士分析,这主要是营销策略所致,为了劝说消费者不购买低价的3D产品,意图保住快门式3D电视的丰厚利润空间。

众所周知,平板电视的成本中面板占了核心的比重。采用不闪式3D技术的普及型3D电视之所以既能保证画面的品质,又具有较大的价格优势,正是由于不闪式3D技术比较起来更加成熟,而且基于IPS硬屏的优势和不闪式3D的突破技术,使面板的整体性能更优异,为各类3D电视的画质呈现提供了更好的保障。另外,在平板电视中,是普通液晶还是LED,对电视的价格影响很大,而由2D升级为3D的改造成本并不高,这也正是业内人士所指的3D电视丰厚的利润空间。由此看来,由不闪式3D技术推动的产品类型丰富和价格的更加平民化,促进了在各类平板电视中3D功

能成为标配。

目前,市场上快门式3D电视售价普遍在万元以上,而不闪式3D凭借诸多技术优势,应用于各类、各档次的电视,拉开了价格的区间。价格杠杆一向是消费市场的主要因素,因此近期国内出现了多个品牌的普及型3D电视,已经达到了工薪阶层的心里价位,3D成为电视标配的进程正在加速。

近来,不闪式3D以技术的先进和优异性能,得到了越来越多的厂商青睐。LG Display CEO 权映寿在接受采访时表示, LG Display已经开始向欧美日等地区 and 国家的10个企业供应不闪式3D面板。而应用范围更广、价格更加实惠的不闪式3D,具备了成熟技术适应市场前景的特点。普及型3D虽然不是3D技术应用的前沿,但它的出现对于2011年的市场走势将有很大影响。有力提速普及的同时,也对所有价格依然高启的3D电视形成了压力。

(梦杨)

北京楼市步入平稳期 高端楼盘优势凸显

近期,北京楼市成交量连续几周都呈现小幅上涨态势,4月份预计进入市场的楼盘总量比3月有所增长,楼市进入平稳期。走势平稳、受市场影响波动较小的楼盘成为稳定楼市的主因。其中,受市场影响较小的当属以长安太和为代表的楼盘,除去地段、稀缺性等优势外,楼盘品质成为市场最关注因素。

有专家指出,最受市场关注的楼盘中,高端楼盘的“抗压性”相对更强。一方面,高端楼盘购买人群相对固定,多是看重楼盘品质、环境和生活圈层的成功人士,且大部分倾向于一次性付款,基本不会受制于银行的限贷政策。另一方面,高端楼盘多处于城市核心区,地段、配套、资源等优质条件都成为高端项目不可复制的优势,更具保值特性。

当然,新政对购房套数的限定也使得不少购房者纷纷选择高端楼盘。在长安太和售楼处咨询的陈先生表示:“经过近段时间楼市对

政策的消化,北京楼市已经基本稳定,所以选择此时出手购房。当然,对房源的选择也需要谨慎,毕竟购房次数十分珍贵,但是高品质住宅受市场影响并不明显。”据悉,长安太和位于北京建国门内大街,毗邻长安街,由香港富华集团建设,项目的设计风格 and 园林建筑可谓比肩世界水准,定位为高端住宅。项目外墙采用进口花岗岩+LOWE乌玻璃,1-2层采用干挂实木立面;另外,诸如瞬时热水系统、地板采暖系统、分户式中央空调系统、智能安防系统等均采用国际一线品牌。

目前,北京楼市调控政策的效应已经开始显现出来,开发商不得不对新形势的变化,楼盘品质回归成为房地产业发展的新途径。“政策调控是规范房地产市场健康发展的保障”,长安太和项目负责人表示,作为房地产开发企业,应该正确看待调控给企业带来的新机遇和挑战,当前环境下,项目品质的提升已经

上升到一个新的高度。

事实上,长安太和一直致力于项目高端品质的打造,而且该项目并不仅仅局限于建筑材料和室内外设计的高端性,其在建筑功能和特色方面有更深层次的探索。据悉,长安太和是首个打造屋顶泳池的高端项目,其屋顶泳池位于百米高空,俯视长安街景色的同时,更能远眺CBD的繁华。另外,“空中跃层花园”的设计是项目的另一特色,树木品种的选择根据楼层有不同选择,形成水流系统与树木在单层与跨层间的交替。

业内人士表示,从市场反应来看,楼市深度调控时期,楼盘品质及其品牌都会转化为较强的销售力。品牌开发商的楼盘因其产品品质上的保障,成为购房者比较青睐的对象,品牌开发商将会赢得更多市场份额。同时,楼盘品质的提升,对整个北京楼市也会产生积极影响。

(松梅)

华硕推出高效排热笔记本电脑 A43

作为世界顶级的板卡制造商,华硕在散热技术领域一直处于业内领先地位,而这种优势也很自然地惠及了笔记本、EPC等整机产品。2009年,华硕曾在一款名为K40的笔记本机种身上首发Ice Cool Design 酷凉技术,凭借即使在夏日也能保障掌控部位温度低于人体标准体温的强大散热方案,吸引了大批用户,甚至数次热卖到断货。随后,该技术仅仅沿用至一款超轻薄机种UL系列便不复出现,让很多依然期待清爽操控体验的用户留下遗憾。

时隔两年,华硕在近日上市的一款Sandy bridge全新主力A43身上,再次推介Ice Cool Design这张散热王牌,让用户更舒畅地享用最新科技。在每一次更高效能的技术革新面前,笔记本电脑的散热问题都会被反反复复地提到台前。如何架构通畅渠道排解高效能产生的热量,成为业界常年不变的命题之一。来源于华硕20余年主板设计功力的散热方案,藉由原件设计优化,并搭配散热模块,迅速排热保持凉爽,令笔记本最容易发热的腕托部分温度持续

低于人体平均温度。对于已经习惯长时间泡网的广大用户而言,因为过热操控而导致的机器运行不畅甚至情绪烦躁等问题,都将迎刃而解。

对于很多男性商务人士而言,由于习惯了屏幕尺寸和大面积的操控区,通常还是会选购14英寸机种,而不是更利于便携的小机种。考虑到这部分人群的需求,相比普通14英寸机种中规中矩的沉稳敦实,华硕A43遵循纤细轻薄的设计方向,最终塑造出比A40足足薄15%的动人线条。为增加操作便捷性及输入的精准性,华硕A43还装备了获得2010年德国iF金奖的巧克力键盘和基于华硕Palm-Proof智能防误触技术的触控板,在大大提高录入舒适度的同时,还可使用户的指尖操控更加精准,告别误触烦扰。通常一款强调高效能的14英寸主流机型,很难让人在续航方面有所期待。不过这次华硕A43依然实现了突破:通过SHE省电提效综合解决方案的智能调节,为整机大幅提高20%的运行时间。

为满足不同层次用户的需求,华硕还推出

了特别配备NVIDIA 540M最新独显芯片(1GB GDDR3独立显存)的A43SV。该独显在3D MARK06中具有超越9000分的彪悍解码能力,并在图像的渲染、镶嵌、着色以及纹理的压缩处理方面都有极大程度提升,全面支持要求苛刻的DX11技术,再大的图像运算量也能迅疾完成,引领用户轻松玩转各类3D影音游戏。

同时搭配的奥特蓝星高品质扬声器和SRS音效还原软件,还能够高保真演奏各种音质音色,通过还原原声源的立体分布,打造全方位立体声的逼真音效,在主流机种上呈现出媲美影音机的出色视听效果。据悉,首批装配i5 2410M酷睿处理器的暖金版华硕A43SV将于近日到货,现在入手新机还可获赠内含密封饭盒、双面换纸杯、鼠标垫、清洁套装以及笔记本电脑保养知识手册等诸多好礼的欢乐百宝箱一只。

(梦杨)

创新品牌