

波司登荣膺中国工业大奖

本报讯 日前,第二届中国工业大奖表彰大会在北京举行,在获评中国工业大奖的7家企业中,波司登公司成为国内消费品领域首个获此殊荣的企业。迄今,波司登公司集“中国世界名牌产品”“全国质量奖”和“中国工业大奖”于一身,在我国工业制造业企业中首屈一指,彰显其在实践名牌战略、卓越管理和自主创新方面的成绩和活力。

中国工业大奖是经国务院批准设立的中国工业领域的最高奖项,由中国工业经济联合会牵头,组织10家全国性行业协会(联

合会)共同实施。大奖以强调科技创新、注重产品质量、中国制造、弘扬民族品牌以及体现转变经济增长方式为亮点,对于弘扬民族精神,树立标杆企业,推动广大工业企业走新型工业化道路,形成一批具有核心竞争力的优秀中国品牌,具有重大和深远的意义。

大会给予各获奖企业高度评价。波司登成长壮大,见证了改革开放30多年中国服装业发展的辉煌历程,代表了中国纺织服装业的发展轨迹,也为中国探索了一条由服装大

国转变为服装强国的成功道路。全国人大代表、波司登董事长高德康在受奖发言时表示,中国工业大奖体现了中国工业化的道路、方向和精神,有利于鼓励企业提高质量和效益,增强自主创新能力。

近日,全国纺织行业质量工作大会在京召开,对业内实施卓越绩效模式先进企业给予表彰,并向在申报评审中国工业大奖过程中涌现出来的波司登公司等一批优秀企业颁奖。波司登董事长高德康做了《管理创新引领中国品牌时尚》的大会交流发言。近年

来,波司登全面推行卓越绩效管理模式,完成了从单纯的质量管理到产品、服务、过程、资源、战略、企业文化及相关管理的重大转变,受到与会领导及院士、专家们的一致肯定。他们认为,波司登持续树立品牌形象、丰富品牌内涵、塑造品牌文化,名牌战略、创新意识和运营实践成果卓著,为中国传统服装制造业走出了一条科技含量高、经济效益好、环境污染少的新型工业化道路,无愧于行业领军品牌和中国工业大奖的荣誉。

(沈海燕)

九牧王男裤、商务休闲男装市场占有率排第一



本报讯 日前,“2010年度(第十九届)中国市场商品销售统计结果新闻发布会暨颁奖盛典”在北京举办。该发布会由中国商业联合会、中华全国商业信息中心主办,全国主流、权威的电视、报纸、门户网站等众多媒体共同参与。主办方还首次邀请了国内外知名品牌企业、零售企业、基金、券商、投资机构出

席本次活动,共同研讨、推动中国消费经济可持续发展。

“中国市场商品销售统计结果新闻发布会”作为国内最早关注和推动中国消费经济发展的重要平台,已成功举办了18届,成为国内最权威的信息发布平台之一,发布会是对上一年度全国商品销售、品牌的一次大盘点、大检

长安太和首推全景观园林

园林景观的重要性越来越得到市场的认可,近日,长安太和在北京首推的集四合院故居、顶层360°景观以及空中园林在内的全景观园林体系得到了市场热烈回应。

据了解,长安太和项目位于北京建国门内大街,采用三重景观的打造方式,首次推出全景观园林模式,在业界尚属首例。其第一重景观为项目紧邻的宋庆龄故居,故居保持原有四合院模式,园内古建筑群立、假山叠翠、花木成荫;第二重景观为项目引入的数十株原生态大树与水景小品的相得益彰;第三重景观是位于百米高空的360°景观。它是全景观中最具项目特色的一面,360°景观又由空中泳池与空中花园构成。其中,空中泳池位于目前在售的一期次顶层,透过泳池巨大地落地玻璃窗,俯瞰故宫景色的同时,更能遥望CBD繁华;空中跃层花园的打造更独具匠心,项目将自然景观引入室内,设计中每两层有一个跨层空中花园。

“建筑为主、景观绿化为辅的观念已经发生了翻天覆地的变化,目前行业内一线开发商采取的园林规划均是与房产规划同步、甚至是超前的步骤。”业内专家指出,诸如长安太和的全景观园林模式的出现,是房地产行业开发链条的进一步完善。虽然长安太和的三重立体景观在业界尚属首次,但其自身园林设计十分合理,而且能够充分体现项目自身特色。

“鉴于立体景观在北京楼市的唯一特性,长安太和对北京高端市场形成的强烈冲击不容小觑。”据长安太和售楼处负责人介绍,近段时间的来访来电明显增多,已经达每天20余组。而根据了解,长安太和和四号楼一共不足300余套。“这样的热度或许仅仅是开始,”业内人士分析指出,从部分楼盘的历史销售成绩来看,园林景观的作用可谓举足轻重。2009年上半年,北京星河湾凭借园林景观带来的14亿元

成绩,再次拿下这一市场的“半年冠军”。

而长安太和首推的全景观园林模式更具稀缺性,业内专家进一步补充,虽然越来越多的项目重视园林景观的打造,但绝大部分项目的园林景观还是停留在平面景观的基础上。而长安太和全景观模式的铺陈在业界尚属首例,项目三重景观的呈现考虑到时间与空间的层次感,从春季到冬季、底层到顶层的植被变化都有所体现。另外,二环内住宅用地日益捉襟见肘,很难再出现长安太和这样大手笔推出全景观的楼盘项目。而正是这种稀缺价值,使长安太和瞬间成为北京楼市的关注焦点。更重要的是,长安太和改变了国内景观的雷同、“西洋化”,而是将先进理念与地域情感紧密结合,并从人性化、人与自然和谐相处等全方位提升项目园林品质的同时,更使业主感受到精致全景观园林带来的绿色享受。

(沈海燕)

福田汽车荣获第二届中国工业大奖表彰奖

■ 本报记者 梦 杨

日前,在第二届中国工业大奖表彰大会上,福田汽车凭借其在科技创新、经济效益、资源利用、环境保护、品牌战略、社会责任、企业管理等九大考评项目上的突出表现,荣获第二届中国工业大奖表彰奖,成为十二家获此殊荣的企业中唯一一家商用车企业,也是唯一一家北京市属企业。

“中国工业大奖”是国务院设立的我国工业领域的最高奖项,其奖励对象是坚持科学发展观,代表我国工业化的方向、道路和精神,代表工业发展最高水平的工业企业和项目。近年来,福田汽车坚持以科学发展观为统领,坚持科技创新、管理创新、制度创新,努力实现企业的可持续发展。福田汽车曾被国家领导人称赞为“集诸多改革成果于一身的现代化企业”,被业界称为“中国汽车发展速度最快、成长性最好的企业”,是全国520家重点企业之一和中国汽车工业重点骨干企业之一,先后荣获“全国五一劳动奖状”、“全国机械行业企业形象十佳”、“全国质量管理先进企业”、“中国名牌产品”、“自主创新典型”等荣誉。

科技创新引领自主品牌

作为具有完全自主知识产权的自主品牌,福田汽车一直以打造属于中国汽车业的强势自主品牌为己任。福田汽车的自主创新,不仅体现在产品上,更体现在技术、生产、管理等各

个环节上的创新,整个体系的创新带动了企业运营效率的平衡,促成了企业的高效率运营和可持续发展。

目前,福田汽车已构建起由汽车工程研究院、海外研发中心、国内外大专院校和科研院所、国外专业汽车研发机构、二级工厂研究所以及供应链同步研发机构等六个层次组成的自主创新体系。15年来,福田汽车工程研究院通过技术引进、学习创新等方式,目前已经拥有了国内汽车领域一流的研发设计及验证技术,形成了包括正向设计能力、安全性设计能力、可靠性设计能力、电控标定能力、工艺设计与虚拟设计能力、产品验证能力等在内的强大的研发能力,研发创新成果显著。2004年,工程研究院被认定为国家级企业技术中心。

福田汽车的自主创新不单体现在产品的研发实力上,更体现在管理和生产等方面的创新,各个环节的相互呼应,齐头并进,才保证了企业高速稳健地运行,这正是福田汽车整个体系创新能力所焕发出的能量。2006年,福田汽车被中宣部树立为“全国自主创新典型企业”。

新能源战略 快速实现产业化

福田汽车一直坚持科技、绿色、低碳、环保的造车理念,以科学优化的产业布局,致力于新能源汽车的研发,并加快科技成果转化步伐,以应用促发展。截至目前,福田汽车已累计销售各类新能源汽车共计3000余辆,涵盖

了混合动力客车、燃料电池客车、纯电动客车、纯电动环卫车以及纯电动出租车等车型。可以说,福田汽车已经成为中国新能源汽车产品系列最全、应用范围最广、投入运营数量最多的整车制造商之一。

事实上,福田汽车深耕新能源领域已7年有余,早在2003年便开始布局新能源,先后开发了混合动力、燃料电池、可外接充电式电动车和天然气等新能源和代用燃料车辆,并把“新能源的研发与应用”作为企业发展的核心战略。

为了进一步加快新能源汽车的产业化进程,以福田汽车的现有资源为基础,在2009年3月发起成立了北京新能源汽车产业联盟,通过整合新能源汽车产业链上的研发、设计、制造、零部件供应和终端用户等资源,加强官、产、学、研、用的有效衔接,切实降低新能源的研发成本、共享技术成果,打造北京市新能源技术的规模化产业配套体系。该联盟整合了北京新能源领域的优势资源,包括整车企业、零部件企业、科研院所以及终端用户等。

目前,福田汽车生产的新能源汽车在北京、济南、昆明、杭州、广州、长沙、义乌、台湾等地的运营状况良好,同时,在美国、西班牙、俄罗斯、埃及、英国、泰国、波兰等国家也开展了试运行。

创新品牌

品牌资讯

菲斯曼举办在华十周年庆生会

本报讯 日前,北京菲斯曼供热技术有限公司在京召开新闻发布会,公司高层与各界媒体共同庆祝菲斯曼在华十周年。

据德国菲斯曼集团全球总裁及首席执行官马丁·菲斯曼介绍,菲斯曼是世界领先的供热系统制造商之一。2001年,菲斯曼将世界领先的供热技术引入中国市场,其全面的高效供热系统能为能源载体和不同应用领域提供个性化解决方案。菲斯曼企业文化中尤为核心的一点是,给人们提供温暖舒适的同时,还要做到环保。菲斯曼还致力于产品美观设计,其产品多次赢得国际上最有盛誉的工业设计奖——“红点大奖”。(静 雯)

新锐设计师兰玉/成昊 时装发布会举行

本报讯 日前,由国际知名品牌DHL提供资助并冠名举办的“DHL时尚速递——中国新锐设计师时装发布会”在北京上演,年轻设计师兰玉和成昊分别发布了20件他们最新创作的时装作品。兰玉发布作品的主题是《80婚时代》。成昊发布作品的主题是《星耀》。

活动主办方希望通过此举能为年轻设计师提供展示才华和设计创意的机会,支持和推动中国优秀青年设计师的成长,促进和加强时装设计师的国际交流。(张 梅)

“乔丹杯”第六届中国运动装备设计大赛拉开帷幕

本报讯 日前,由中国国际时装周组委会、中国服装设计师协会、乔丹体育股份有限公司联合举办的“传承·新生”——“乔丹杯”第六届中国运动装备设计大赛新闻发布会在北京隆重举行。本次大赛以“传承·新生”为主题,一方面是“乔丹杯”中国运动装备设计大赛五年之后的又一个开始;另一方面,也与乔丹体育的新品牌主张“跨越·新生”呼应。(刘 玲)

大学生毕业设计作品发布会举行

本报讯 日前,由国际知名品牌DHL资助的“DHL时尚速递——大学生毕业设计作品发布会”在北京举行。来自全国42所高校的44位优秀大学生携他们的作品参加了发布,30位大学生获得“绮丽杯”第16届中国时装设计新人奖提名,经过终评颁奖活动,评选出10位优秀毕业生并授予“DHL设计之星”称号。活动的举办符合当前国家鼓励和促进大学生就业创业的政策导向,有助于提升DHL品牌在中国市场的知名度及其在中国时装产业中的影响。(周 红)

奥的斯中国区新总裁正式上任

本报讯 日前,拥有20年以上行业经验的李朝宝先生被任命为奥的斯电梯(中国)投资有限公司新总裁,在位于天津的奥的斯中国区总部正式走马上任。

随着中国市场的快速发展,目前奥的斯全球的新梯有一半在中国销售。李朝宝先生将负责奥的斯在中国的整体运营与发展,包括研发、制造、销售及服务等,将领导超过4000名中国区员工,并管理超过35000份电梯服务合约。奥的斯一直致力于向客户提供最先进的电梯产品及服务,包括配备了ReGen™能源再生技术的GeN2节能电梯系列。该系列与传统电梯系统相比最多可节省75%的能耗,目前全球已售出超过20万部,是奥的斯史上销售最快的产品。

李朝宝先生拥有丰富的电梯行业经验和管理经验,此前曾在奥的斯电梯公司北美和中国任职多年。他拥有香港中文大学工商管理本科学历,并获得美国普渡大学克兰纳特管理学院的工业行政管理硕士学位。(梦 杨)

品牌传真

安踏再获国家级“科技进步奖”

本报讯 5月13日,凭借独特弹力胶技术,被誉为“中国体育专利孵化器”的安踏运动科学实验室,在中国轻工业联合会第三次会员代表大会上,荣获“科技进步奖”。

据了解,安踏弹力胶是一种环保材料,主要应用于运动鞋中底及后跟减震。安踏(中国)副总裁张涛表示,运用了弹力胶科技的系列产品自安踏公司推向市场以后,消费者反应良好。截至2010年,该技术带来的直接经济效益已经超过了上亿元。市场和科研是安踏持续发展的“两轮马车”,此次荣获科技大奖,更坚定了安踏“为消费者提供富有科技含量产品”的信心。(梦 杨)

茜比打造专业精塑内衣品牌

本报讯 日前,茜比内衣新品发布会在北京举办。“我们靠专业和服务,让每一位女性得到最舒适的改变。”茜比执行董事长楚弘表示。精塑的理念是茜比专业化最集中的体现。首先在设计内衣时会精确考虑到身体每一个需要调整的地方;其次对于不同年龄段所需要的产品,通过初蕊成长发育、产后修复、荣誉奢华、宴遇时尚性感四个系列进行精确的市场定位。

茜比的所有面料均采用高科技面料,多从日本、韩国、欧洲进口。茜比选择伸拉力和回复力最强的面料,确保产品不影响食欲、呼吸,不压迫心脏。在设计上完全遵从科学,根据脂肪游离学、人体工学还有医学,全力打造最专业的产品。(松 梅)

杨培芳:应给社会化企业更多授权

本报讯 “当下的一些企业平台,已经具备了越来越多准公共产品的特点,这些企业应该承担更多的的社会责任,同时,政府也应该给予它更多优惠和授权”。日前,中国信息经济学会理事长杨培芳教授表示,类似于淘宝网这样的社会化企业,政府应该大力扶植其成长,并帮助其在平台运营和治理上更加成型。

专家们普遍认为,当下领先的互联网企业中,已能看出其初步具有社会公共品的特征,政府应该强调平台化治理的理念,借助平台的开放,让所有参与者都成为治理主角,真正实现信息时代的新商业文明。(晓 林)

新加坡航空财年盈利10.9亿新元

本报讯 2010-2011财年,新加坡航空集团应归属公司股东可分配净利润为10.92亿新元,较去年同期的2.16亿新元增长了8.76亿新元。2010-2011财年的财务业绩包括了新加坡货运航空公司2.02亿新元罚款的特殊项目。

集团收入增长18.17亿新元,达到145.25亿新元,这得益于运载率和收益率从上一财年低迷的水平中恢复。虽然这一年遭受了诸如欧洲火山灰、欧洲和美国的暴风雪、澳大利亚水灾,以及新西兰和日本的地震等灾害,但集团收入仍呈现增长。(梦 杨)

宝瑞通金银典当变现业务增长

本报讯 随着国际金、银价持续跳水,不少持有黄金白银的投资者急着变现,宝瑞通典当行近一周以来,黄金白银典当变现业务增长了50%。黄金白银自年初以来一直受投资者青睐,但变现不容易。银行或金店基本上只回购自身售出的黄金白银产品。宝瑞通典当行民品经营中心总经理王德强表示,“典当行是黄金白银变现的主要渠道,无论是否是我们自身售出的黄金白银产品,在宝瑞通典当行都可以变现,并且没有任何手续费。”(刘 丽)