

“中国首家节能超市”亮相科博会

本报讯 5月18日,第十四届中国北京国际科技产业博览会在中国国际展览中心举办。作为本届科博会的协办单位,北京理想伟业节能投资有限公司(简称理想伟业)自主创新的“中国首家节能超市”运营模式取得的成就受到关注,不少参展企业主动前来洽谈加盟合作。

北京市副市长吉林在科博会主题报告会上表示,创新促进转型,转型促进发展。理想伟业公司的“中国首家节能超市”模式与这一观点高度吻合。“节能超

市”模式,即是建立像超市一样的节能服务综合平台,通过整合国内节能服务产业的节能产品、技术、项目、资金、人才、服务等优质资源,将上游厂家和中游服务商结成广泛合作联盟,为客户提供系统化、多样化、可定制的“一站式”节能服务综合平台,满足政府与企业的不同节能需求。解决了传统模式下信息不对称、客户与节能产品和技术供应商之间的对接耗时过长、交易成本较高、无法实现规模效应等难题。

据了解,理想伟业确立了节能资源集成商的企业理念,着力在低碳经济产业链上整合节能产业资源、规划节能解决方案、构建节能盈利模式、推进节能项目落实四项独特的行业服务功能,使节能超市这一创新的运营模式被列为国家级研究课题。近期,理想伟业又和国务院发展研究中心、国家发改委低碳研究中心等部门在全国首次提出“低碳功能区动态评价指标体系”课题。理想伟业董事长朱彬彬表示,该课题将对我国的低碳城市与低碳功

能区的建设和发展具有指导意义。

“节能超市”的概念提出以后,即凸显出其独特的资源整合优势。除了国家政策部门的支持,中国节能环保集团公司、比亚迪股份有限公司等近百家知名企业也成为理想伟业的战略合作伙伴。国内、国际资本也对“节能超市”表现出极大兴趣。目前,“节能超市”创新的运营模式已成功落户安徽、福建、河北、广东等省,预计3年内将在国内主要省区完成复制和推广。

(沈海燕)

全球最小洗衣机在海尔诞生

5月18日,“全球最小洗衣机吉尼斯世界纪录颁发仪式”在青岛海尔举行,吉尼斯世界纪录认证官吴晓红女士现场为海尔 mini 洗衣机颁发了证书,据悉,这是中国家电业创造的首个吉尼斯世界纪录。海尔相关负责人表示,随着人们住房条件的改善,生活精细化趋势日益凸显,越来越多的消费者渴望内外衣、婴儿衣物能够分开洗涤,海尔 mini 洗衣机的问世在满足这一需求的同时,也为消费者带来了高品质的私密洗衣空间,让个性化私密洗涤成为现实。

记者在发布会现场亲身体验了 mini 洗衣机:该产品虽然外观小巧,但功能上却具备洗涤、漂洗、甩干等所有常规全自动洗衣机功能,还贴心设计活性氧离子杀菌功能,可实现杀菌消毒效果 99%以上,消除内衣洗涤健康隐患;操作上,一个标准洗涤程序用时为 18 分钟,可一次性洗涤 1 套成年男士短裤和背心,或者 1 套儿童贴身内衣,或者 2 条毛巾,或者 5 双左右成年人袜子,方便小件衣物分类洗、及时洗,真正让消费者享受到高品质的个性化精细洗衣生活。

得益于海尔洗衣机在节能环保领域



的创新实力,该款洗衣机在节能技术上也实现了颠覆性突破。一个标准洗涤程序最大用水量为 5L,用电量为 0.005 度,分别为普通全自动洗衣机最小用水量、用电量的 1/10 和 1/20,算下来一杯水就能完成洗涤,一度电可以洗 200 次。此外,记者了解到,该产品涉及的关键技术全部申报专利保护,共申报了 21 项专利,其中 18 项发明拥有独立自

主的知识产权。

行业专家表示,海尔洗衣机的每一次创新,都会给行业带来不小的震动,此次海尔洗衣机创造出中国家电业首个吉尼斯世界纪录,充分证明了其行业领头羊地位。海尔 mini 洗衣机的问世,不仅再次续写了洗衣机发展的新篇章,也让消费者拥有高品质私密洗衣空间的梦想变为现实。

(李 洋)

激打市场求变 “打印随心”崛起

随着夏日到来,激光打印机市场竞争日趋升温,各大品牌纷纷出招,为占领市场展开新一轮激战。而在这场鏖战中,概念出新和营销方式的转变显示出激打市场主动求变的姿态。与此同时,激战中出现了一个与众不同的声音,那就是奔图科技倡导的“奔图智造 打印随心”服务。奔图作为中国第一台自主核心技术激光打印机,意欲通过自主创新,掌控并运用核心技术,凭借在产业链上的实力和优势,切入市场,与此同时,致力于从打印机本身最基本的特征出发,给用户带来轻松的打印体验,进而表达出了国产第一品牌的长远发展理念。

打印机“微竞争”日渐激烈

近来,打印机市场上各大品牌纷纷推出新概念,令消费者应接不暇。惠普推出的“云打印”成为炙手可热的关键词;富士施乐从专注产品技术转向大打节能环保牌;佳能推出以色彩和照片打印为主题的活动.....在日渐激烈的市场

竞争中,众多品牌不再满足于市场现状,开始探索一种全新的视角,试图通过展现附加价值寻求改变。

随着激打市场的快速发展与竞争日益激烈,能否找到自身的差异点形成竞争优势,进而形成品牌差异十分重要。特色成就品牌,差异彰显价值。在寻找差异化的过程中,各个品牌开始聚焦于某个独特的差异点作为竞争中取胜的利器。无论是惠普的“云打印”、富士施乐的“绿色办公”还是佳能的“色彩”概念,细微之处见文章,激打市场开始进入“微竞争”时代。

“奔图科技强调质量大于成本的重要性。”奔图科技总经理刘洪这样表示,“如果客户需要修改部件,我们很快就能完成,基于本土需求的深刻理解而做出的快速反应也是奔图激光打印机最大的竞争优势”。把产品质量置于首位,并对客户反馈作出快速反应,即使是成熟的国际品牌都很难做到,作为新品牌,奔图科技坚守的“打印随心”理想,将用户需

求置于首位,有望在“微竞争”时代浪潮中脱颖而出。

“打印随心”代表发展方向

作为国产激光打印机产品,奔图科技的理想是:生产出让用户感觉不到的打印机。这个提法令人有眼前一亮之感,打印机怎样才能让人“感觉不到”?为何要生产出“感觉不到”的打印机?其实这源自奔图科技对用户需求的理解。

在以应用和体验为核心的IT发展大潮中,用户关心打印效果,尤其是打印体验和感受,而对产品本身质量、使用成本的关注度逐渐降低。因此,打印机已转变为实现打印结果的解决方案。奔图科技力求做到让用户摆脱硬件的束缚,享受打印的乐趣,随心打、无阻碍、更轻松,真正实现“打印随心”的梦想。

(梦 杨)

创新品牌

品牌资讯

兰博基尼进驻淘宝商城

本报讯 5月20日,超级跑车兰博基尼进驻淘宝商城,开启专卖店。价值数百万的超级跑车将成为淘宝 8 亿多种商品中最炫目的一件。通过支付宝快捷支付,数百万车款可直接在网上全额付款。

继吉利、宝马、奥迪、沃尔沃、一汽丰田等汽车品牌登陆淘宝商城后,现在又迎来了兰博基尼。业内人士表示,网购汽车虽仍处在起步阶段,但未来必定是趋势,目前看来淘宝商城已经成为汽车网络销售最受追捧的平台。兰博基尼进驻淘宝商城将带动整个豪车甚至奢侈品行业,加速奢侈品“触网”,从而开启奢侈品网购时代。

(海 燕)

三星电子杯WCG中国区锦标赛启动

本报讯 日前,WCG2011三星电子杯中国区锦标赛正式启动,将陆续在北京、上海、杭州、沈阳等 15 个城市分赛区进行预选赛。

今年的WCG将引入更多的竞技性比赛,在原有传统电竞项目魔兽争霸、反恐精英、DOTA的基础上增加了今年最热门的星际争霸 2,同时各类竞技性网游项目也将陆续登上WCG的大舞台。弹弹堂作为WCG首款网页竞技游戏也将在今年全新亮相。在各赛区的巡回比赛中,三星电子还将同步推出优惠促销活动,以及全套智能新品试玩体验活动。

(王 丽)

城外诚将举办第二届王子·公主杯儿童绘画大赛

本报讯 5月29日,北京城外诚家居广场与新浪将携手在城外诚南广场举办“第二届王子·公主杯儿童绘画大赛”。此次活动旨在迎接国际“六·一”儿童节,展示孩子们丰富的想象力与创造力,助推城外诚品牌升级。

城外诚儿童家具大世界以“开启美好空间·成就儿童明天”为口号,继去年成功举办了首届儿童绘画大赛后,此次绘画大赛规模更大、奖项更多、奖品更为丰富、评审更加权威。为了让更多朋友参加到此次活动当中,今年的比赛特地分为 100 名儿童组成的“小童组”与 50 名成人组成的“大童组”。

比赛中,儿童与成人分别以“与诚诚一同成长”及“童年的回忆”为主题,城外诚组委会特邀北京奥运会吉祥物“福娃”创作者之一吴冠英教授亲临现场,与城外诚总经理刘长河,新浪网负责人及王子公主家具负责人共同担任评委,从创意、形象、色彩、讲解和完成时间等 5 个方面进行综合评比,两个组各选出一、二、三等奖各一名,他们获七彩人生王子、公主及花季年华两个系列的品牌提供的精美家具组合,奖品最高价值高达万元。

城外诚总经理刘长河表示,“孩子的教育和健康成长是所有家长都十分关心的问题,作为与孩子的生活息息相关的家居用品,城外诚时刻感受到自己所承担的责任,因此,无论是产品质量还是品牌理念上均以关爱孩子健康成长和良好教育为目标。继续发挥城外诚档次高,规模大,品种全的优势。同时,又呈现出温馨、诚信、有品味的现代化家居商城新的文化内涵。”

(杨秀峰)

山居地产或成房地产企业下一个战场——“四路地产剑客武夷山论道”论坛召开

2011年5月20日,由中华全国工商业联合会房地产商会旅游度假地产专业委员会主办、安家传媒集团承办的“四路地产剑客武夷山论道”在福建武夷山召开。金科实业(集团)有限公司副总裁李战洪,武夷山风景房地产开发有限公司执行总经理郑冰,中国房地产开发集团公司总经济师、中国交通地产集团副总裁孟万河,北京金色时代枫房地产开发有限公司董事长冯玉良,北京万泽置业总裁,中国房地产经理人联盟秘书长陈云峰,北京中城万源置业总经理林金城,正元泰和投资有限公司总经理陈宝存,房地产正研级工程师马跃成,以及资深房地产评论人刘光宇出席了本次论坛。

与会嘉宾以“山海地产谁更具优势”为主题展开讨论,进而阐述了山居地产成为未来旅游度假地产的发展方向。会上,全国工商联房地产商会旅游度假地产专业委员会秘书长刘文斌担纲本次论坛的主持,

他认为,中国旅游度假地产将会进入一个山水共融的新时代,并不只是滨海地产“一家独大”。

近几年来,从北方地区的天津蓟县盘山、北京香山、东北长白山,到南方的上海佘山、成都的青城山、福建武夷山,山居度假地产项目异军突起,受到人们越来越多的关注,成为高端居住群体的新置业目标。

武夷山风景房地产开发有限公司执行总经理郑冰作为本次论坛经典案例的项目负责人致欢迎词,他结合中国人自古有之的山居情节,介绍了武夷·山墅的资源优势和项目定位。他谈到,该项目把 200 多栋别墅建在 3680 亩连绵的群山之中,作为世界双遗之一的武夷山传承了以朱子理学与茶文化为代表的传统文化精髓,丰厚、立体、多元的文化元素,培育了武夷·山墅浓郁而强烈的名山质感。

在两个小时的论坛中,四路地产剑客可谓妙语连珠,大家畅所欲言,围绕“山海

格局未来趋势”分别对山居和海居的优劣展开激烈讨论。中城万源总经理林金城联系旅居海外生活的经验,分别从局限性、腐蚀性和个人性格对海景房的危害与不足谈了深刻的体会。并且作为武夷·山墅的业主,林金城对山居别墅情有独钟,对山居地产的感情溢于言表。

教授级工程师马跃成开题便对房地产界某些现象进行了抨击,他开宗明义地提出,要搞山居别墅就一定要以“人与自然”为基础,结合当地文化,这才是真正的山居。来自金科地产的李战洪副总裁通过“天下、远见、从容”六个字,表达了自己对山居地产的认识。

有“大炮”之称的正元泰和投资有限公司总经理陈宝存,则结合自身多年搞旅游的经验,对滨海旅游特别是其养生概念提出了质疑。万泽企业总裁陈云峰在会上更是提出了“山居别墅 5 年内升值 1 倍”的论断,大家纷纷表示拭目以待。



针对以上各位的精彩观点,郑冰做了补充说明,他说,“海居”只是成长过程中的一个过渡产品,而最终还是要回归到“山居”中。中交地产董事孟万河则辨证地阐述了“山居”和“海居”各有优势,“山居”不能取代“海居”,“海居”更取代不了“山居”。

80 后地产评论人刘光宇从宏观角度谈了对“山居”地产发展趋势的认识。他还结合自身与在座嘉宾进行了调侃式发言,他认为,年轻也正意味着潜力。正如山居别

墅与成熟的海居地产略显青涩一样,但却潜藏着更大的成长空间。

两个小时的论坛在四路剑客的妙语连珠中圆满结束了,但是山居地产时代却刚刚开始,一场度假地产市场的变革已经拉开了帷幕,山居与海居两大流派不同的表现将极大地丰富度假地产从生态到文化,从资源到价值多层面的竞争,最终将助推中国度假地产向着更加健康、可持续的方向发展。

(李 洋)