

如新集团荣获“2011年度十大慈善企业”

本报讯 日前,在“2011中国慈善排行榜”发布典礼上,如新集团凭借“善的力量”企业理念和不断坚持实践的公益慈善事业,荣获了“十大慈善企业”的称号。

今年是“中国慈善排行榜”的第八届颁奖,本届参评的企业均为在2010年度实际捐赠100万元善款以上的国内外企业 & 突出个人。如新此次获得“十大慈善企业”称号与企业“善的力量”文化理念密不可分。

如新一直都非常关注孩子的健康和快乐成长。进入中国8年多的如新,更将“善的力量”进行了“中国化”并“发扬光大”。2008年,如新集团大中华区携手上海市慈善基金会和复旦大学附属儿科医院,在上海共同设立了“如新中华儿童心脏病基金”,为家庭贫困的先心病患儿提供医疗救助。该计划发起两年多来,已成功募集逾1,000万元善款,救治超过470名位先心病患儿,手术成功率达100%。

(王 哲)

香港葡萄酒商会与红酒万象网在京签约

本报讯 红酒万象网和香港葡萄酒商会建立战略合作伙伴签约仪式日前在北京举行。

红酒万象网与香港葡萄酒商会建立战略合作伙伴关系,看重的是香港葡萄酒商会的红酒进口渠道及其在食品检疫安全方面的严格把关程序。香港葡萄酒商会精心挑选的各国佳品,借助香港红酒免税政策极富竞争力的价格,将为消费者提供性价比很高的红酒。

香港葡萄酒商会率领香港展团参加本年度葡萄酒博览会,展示了香港葡萄酒商代理的来自于世界各地不同产区的优质产品。香港展团中,商会举办的各场品质活动,显示了香港在葡萄酒行业的专业形象。

(徐 森)

帅康总裁邹国营斩获中国杰出营销人金鼎奖

本报讯 日前,第八届中国营销论坛暨中国杰出营销人金鼎奖颁奖典礼在北京举行,作为中国厨卫行业领军品牌,帅康集团总裁邹国营,凭借自己在厨卫市场营销界的突出贡献,荣获“杰出风云人物奖”。以邹国营为代表的浙商营销智慧,为中国营销事业增添了绚丽的色彩。

作为厨电行业领军品牌的当家人,邹国营仍然不满足于“风景这边独好”的现状,他心里一直有一个梦想:在中国家电业打造一个自主的高端品牌!这不仅在厨电行业,在中国整个企业界,都将是一个创举。

邹国营的梦想正在变为现实。2010年,在“中国500最具价值品牌”的评选中,帅康集团以63.88亿元的品牌价值蝉联厨卫行业第一品牌桂冠。同时荣膺“低碳消费·行业最具影响力品牌”称号。而帅康明星产品“厨房七宝”凭借在市场上的持续高关注度,于2010年底荣获全美泛亚商会颁发的国内首个“全球最佳创新设计奖”。在第五届亚洲品牌盛典上,帅康斩获“中国(行业)十大创新品牌”、“中国自主创新品牌十大领军人物”双项大奖。

(徐金伏)

2010中国商业文化蓝皮书发布

本报讯 为了更好地研究、传播现代商业文化,总结、提炼和推广中国商业文化建设取得的成就,5月25日,由中国商业文化研究会编撰的《2010中国商业文化蓝皮书》(以下简称《蓝皮书》)新闻发布会在北京举行。中国商业文化研究会常务副会长王作言、刘秀生出席了发布仪式。

据介绍,《蓝皮书》主要由七部分组成,即总论篇、环境文化篇、产业文化篇、营销文化篇、商业理念篇、商业伦理篇和企业建设篇。

据悉,为了繁荣商业文化,确立和巩固其在现代主流文化体系中的地位,中国商业文化研究会已经正式成立《中国商业文化蓝皮书》编撰委员会,每年将以年鉴形式出版,并确立北京工商大学为研究基地。2011年度中国商业文化蓝皮书将以社会各界广泛关注的食品安全问题为专题,对食品产业全链条和消费的安全问题进行全方位的研究和考察,目前有关调查研究工作已经展开。

(杨 颖)

正海磁材: 做高性能钕铁硼永磁材料行业翘楚

■ 本报记者 静 安

烟台正海磁性材料股份有限公司(以下简称:正海磁材)成立于2000年4月6日。公司自成立以来一直专注于高性能钕铁硼永磁材料的研发、生产、销售和服务。所生产的高端磁性材料产品广泛应用于信息、汽车、清洁能源、电力设备、石油化工、机械设备、航空航天、医疗器械和家用电器等领域。

作为新能源和节能环保领域高性能钕铁硼永磁材料的主要供应商,正海磁材紧紧围绕客户实际需求构建起自身的核心竞争优势,并得到高端客户的认可,树立了良好的品牌形象,取得了优势的市场地位。

“6A”特性产品打造国际领先品质

正海磁材生产的高性能钕铁硼永磁材料质量水平在国内处于领先地位,可生产高性能钕铁硼永磁材料从N至2H共八大类、三十多个牌号的系列产品,是国内高性能钕铁硼永磁材料种类最全的生产企业。公司在先进的“正海无氧工艺”和众多专有技术的保障下,在持续不断的技术创新和实践中,生产出了独具“6A”特性的高性能钕铁硼永磁材料。

①低失重
高性能钕铁硼永磁材料长时间运行于下游应用领域的节能电机中,其使用寿命在一定程度上直接决定了节能电机的使用寿命。国际上通用的衡量高性能钕铁硼永磁材料使用寿命的指标是测定无镀层高性能钕铁硼永磁材料在高温、高压、高湿度条件下的失重量。经测试,公司产品的低失重性已达到国际领先水平,在国内处于领先地位。

②高一致性
公司产品在业内以高一致性著称,产品最大磁能积的过程能力指数达到国内领先、国际先进的水平。

③高工作温度
公司开发出了工作温度达250℃的国内首创2H系列至高矫顽力产品,该系列产品内禀矫顽力指标在40kOe以上,达到

国际领先水平,与国内高性能钕铁硼永磁材料主要生产企业生产的最高耐温230℃产品相比,耐温优势明显。

④优良镀层结合力
目前,表面处理工艺技术主要包括四种:短效表面处理、电镀金属技术、电泳或喷涂工艺及真空镀铝技术。国际领先企业日立NEOMAX从镀层结合力和耐腐蚀性两个维度对上述四种工艺进行了比较,得出结合力最高和耐腐蚀性最强的工艺技术为真空镀铝技术。目前,本公司已掌握了真空镀铝技术并达到了量产水平。

⑤高耐腐蚀性
公司常规表面处理技术加工后产品的耐腐蚀能力均达到了国内领先水平,而真空镀铝技术加工后产品的耐腐蚀能力更是达到了国际先进水平。

⑥优良亲胶性
亲胶性决定了下游行业大规模生产过程中磁性材料安装部分所占用的时间及磁体脱落的可能性。公司高性能钕铁硼永磁材料的亲胶性已达到日本同行业先进水平。

强大的技术研发能力 奠定业内领先地位

1.先进的生产工艺优势
正海磁材研发团队,从无氧化工艺的理论分析入手,经过长期的实践和对设备进行二次技术改造,开发出了接近无氧的正海无氧工艺,并成功申请了发明专利。公司通过先进的正海无氧工艺,生产出了含微量氧的、高品质的、高性价比的高性能钕铁硼永磁材料,产品质量达到国际先进水平。

2.技术与研发优势
正海磁材通过长期研发和实践,总结出了一套对生产设备进行二次改造的技术,同时,开发出了大量实用的专有技术,这些技术广泛分布于熔炼、制粉、压型、热处理、机加工和表面处理等各生产工段中,使“正海无氧工艺”与设备实现了良好结合。

公司拥有优秀的技术专家和经验丰富的研发团队,自成立以来,一贯注重研发投

入,为公司新产品和新技术的研发提供了可靠的保障,在新产品和新技术的开发上不断取得突破,同时还为提高生产效率、降低生产成本、提高产品竞争力作出了卓越的贡献。

品牌优势奠定核心竞争力

正海磁材凭借其高品质的产品、周到的服务和较强的技术研发实力,在多个行业获得了高端客户的高度认可,在国内高性能钕铁硼永磁材料行业具有较高的知名度和认可度,已建立起了品牌优势。目前公司已经规模化进入风力发电、节能电梯、节能环保空调和节能石油抽油机等行业,在这些行业内已具有了明显的在位优势。公司将高性能钕铁硼永磁材料行业传统的定制化、直销模式,优化为“高端定位、联合研发、系统服务、持续创新、战略合作”的创新商业模式,强化了公司的市场在位优势,充分保障了未来在国内高性能钕铁硼永磁材料行业市场份额的稳定性和盈利能力的连续性。

进军资本市场

2011年,正海磁材即将登陆创业板,进军资本市场,正海磁材本次拟向社会公众公开发行人民币普通股4,000万股,占发行后总股本的25%,拟用于以下项目:1.投资22,287.00万元用于2,000吨/年高性能钕铁硼永磁材料扩产项目;2.投资12,803.00万元用于高性能钕铁硼永磁材料后加工升级改造项目;3.投资9,485.93万元用于研发中心建设和新技术开发项目。4.其他与主营业务相关的营运资金项目。

公司以推动高性能钕铁硼永磁材料在国内节能环保领域的应用和产业发展为己任。以优质的产品和服务巩固并提高公司产品在风力发电市场和节能电梯市场的国内市场份额,并积极拓展节能环保空调市场、新能源汽车市场、EPS市场、节能石油抽油机等行业市场;同时,加大国际市场拓展力度,抢抓国际市场机遇,争取在海外市场实现进一步发展。



澳洲百利达酒庄董事长黄特平兴奋地拉住记者说:“这次我们能获得‘十大华人创业’荣誉称号,特别高兴。这是中国人民对我们企业、对我们产品的认可与肯定。这既是荣誉,更是动力。这个荣誉来之不易,这个动力,将促使我们在来年里百尺竿头更进一步,精益求精,做得更好!”据悉,全国政协副主席王文元会前亲切会见了黄特平。

近年来,百利达一直秉承“精品、优酿、绿色、健康”的宗旨,不断努力发展,已经在业内和消费者中形成了良好的口碑。黄特平董事长同时也希望记者能呼吁中国职能部门为保护世界葡萄酒的形象,打击假冒伪劣葡萄酒,促进优质葡萄酒的发展。

(晓 刚)

世界华人创业楷模奖在京颁发

本报讯 由世界华人创业楷模协会、中国国际经济技术合作促进会、《商品与质量》周刊社、中国华人企业家联合会、中华健康事业促进会、和谐中国发展理事会等单位联合发起的“世界华人创业楷模”颁奖典礼暨《世界华人楷模名人堂》大型肖像邮册首发式近日在北京隆重举行,来自全球的200多位嘉宾及众多新闻媒体记者出席了颁奖会及慈善晚会。中国民营经济研究会会长保育钧、国务院参事任玉玲为十大创业人物颁奖。澳洲百利达红葡萄酒庄董事长黄特平荣获十大创业人物。

“世界华人创业楷模”评选活动坚持“公平、公正、公开”原则,依据“责任、力量、梦想、全球影响力、年度贡献”五项标准评审选出“世界华人十大创业楷模”、“世界华人十大创业先锋人物”、“华人之星百强”等奖项;活动旨在联合党政要员、华人华侨企业家、知名专家学者等社会各界力量进一步加强团结合作,树立共赢观念,共同打造华人华侨创业、创新平台,促进科技文化交流,促进华侨华人社会的发展,共同推动中国的繁荣与进步、世界的和平与发展。

据悉,“世界华人创业楷模”颁奖典礼期间还举行了《世界华人楷模名人堂》大型肖像邮册(以下简称“肖像邮册”)首发式。肖像邮册含国家邮政局正式发行的有价邮票。每枚邮票面值人民币0.80元。本邮票可在寄往全球各国邮件中正常使用。肖像邮册是继2009年世界华人创业楷模协会、国家邮政部联合出版《复兴之路——共和国建国60周年、海内外60位华人楷模》肖像邮册后又一巨作。肖像邮册将收录“世界华人创业楷模”年度评审入选者的成功经验及血泪教训,传扬中华民族艰苦拼搏、勇于创新的精神。

长期以来,一代又一代华侨华人居身海外、情系桑梓,自强不息、艰苦创业,弘扬中华民族优良传统,他们中有享誉全球的创业典范、有叱咤商海的风云人物、也有享誉世界的杰出企业家,他们用实际行动积极参与推动中国现代化建设、祖国统一大业,传播中华文明,为促进中国人民和世界各国人民友好往来、和平与发展作出杰出的贡献。

全球政商领袖北京峰会6月举行

据介绍,全球政商领袖峰会是由全球政商领袖基金会于2000年创立的顶尖级精英交流盛会。经过十年的发展,全球政商领袖峰会与世界经济论坛(达沃斯论坛)被西方舆论并称为“非官方的国际经济最高级会议”。

2011年,中国北京被其选为第十一届年会的举办地。包括80多位全球500强跨国公司总裁在内的两百多位政商领袖将齐聚北京。

在新闻发布会上,全球政商领袖基金会副主席奥斯瓦德、中国科技咨询协会议

“2011中国—拉美企业投资与贸易合作论坛”召开

于在墨城投资3.5亿美元建设“中国城”的谅解备忘录,墨城政府决定,专门划拨520公顷土地用于“中国城”的建设。

作为对等交流项目,博达集团与墨西哥拉美亚洲咨询集团公司正式签署了共同投资15亿美元在石家庄市太平河畔兴建“拉美风情国际城”的协议。拉美风情国际城建成后,石家庄市将成为拉美产品进入中国市场的重要集散地。目前,一期900亩规划方案已经

为响应国家“走出去”战略,2007年,河北博达集团与墨西哥城旅游部签署了关

我国外贸企业金融需求日趋多元化

本报讯 2011贸易金融发展研讨会日前在北京金融街威斯汀大酒店召开。商务部部长助理李荣灿参加会议并讲话。

商务部、国家外汇管理局、中外银行界、进出口贸易企业、高等院校、研究机构等专家学者齐聚研讨会,以“促进贸易金融合作创新,寻求新机遇”为主题,通过“企业的需求与问题、银行解决之道、银行贸易融资业务分析、跨境融资助推企业‘走出去’”等4场专题报告会,20余位中外报告人,全面、深入剖析贸易融资问题,探讨解决方案,有自己的留学思考问题,使得本次研讨会从实践中来,上升到理论的高度再回到银行和企业的实践中去,具有极强的针对性和实用性。

中国工商银行、摩根大通银行、邯郸银行、威立雅环境集团等出席会议的代表对会议给予积极评价,认为会议搭建了多方面、多角度探讨和沟通的平台。

在研讨会上,对外经贸大学金融学院院长丁志杰推出其历时三年调研主持撰写的《企业贸易融资需求报告》。报告称,34%企业认为自己的结算业务需求没有得到满足;在回答企业过去采用何种方法进行汇率风险管理的时候,60%的企业选择调整价格应对汇率风险,37%的企业选择被动接受。被访企业的问卷统计表明,企业在选择银行时考虑的因素依次为:银行服务效率高,流程短且快;银行口碑;费率低。

(毛 雯)

“任我行”软件:引领中小企业管理软件新趋势

如今,企业用户仅靠管理的高效率已经不够了,企业从经营模式到产品定位都要注重差异化生存。因此企业用户对管理软件的需求也随之升级了。

管理软件供应商围绕行业细分求变

自今年4月以来,在国内中小企业领域拥有用户数量最多的任我行软件公司,依托全国1000多家销售及服务合作伙伴在全国200多个城市的五金、建材、家居、食品、汽配、服装、美容美发等批发市场同期开展了一系列大型市场推广活动,面向上述市场从事批发、零售经营的商户开展软件咨询、进销存软件演示、试用安装和礼品促销等推广活动。

任我行作为国内中小企业管理软件行业的创始者和领导者,16年来一直专注于中小企业信息化,业内专家解读认为:这预示着未来几年,国内中小企业管理软件行业新的趋势正在形成,中小企业管理软件市场下一个焦点将从品牌、渠道的竞争层面转移到行业细分上。

管理软件供应商的变化的核心原因,其实就是一个:客户需求变了。以往,国内管理软件厂商的产品大多是通用型软件,然而,近年来,伴随国内经济发展,随着企业信息化意识的不断提升和管理软件的逐渐普及,企业用户的竞争越来越激烈,因此,这些企业用户对管理软件的需求也升级了,经济发展通用型软件产品的弊端不断暴露出来。对一些行业经营特性鲜明的行业,通用型管理软件往往无用武之地。

市场的格局开始相互渗透

随着市场的变化,管理软件供应商也变化了。与大中型企业的管理需求不同,国内中小企业对管理软件的需求,则主要体现在:对内集中在库存和财务对账管理,对外是销售客户和与供应商的管理。由此,围绕企业物流、资金流和信息流管理的进销存、财务一体化软件最受中小企业欢迎。近年来,国内中小企业管理软件市场总体规模收入在迅速增长,以任我行为代表的中低端软件厂商,也对中高端市场发起冲击。

在激烈的市场竞争形势下,品牌软件厂商要想拥有竞争力,行业细分就成为必然的趋势之一。长期奋战在中小企业管理软件市场的任我行软件率先感受到竞争形势的变化,确定了产品差异化路线,在经过了大量的市场调研之后,任我行软件选择了医药和服装行业作为突破口。自2010年以来,任我行软件公司陆续推出多款行业软件,除了之前的医药系列和服装系列以外,还有汽配汽修系列、食品系列、五金建材系列、皮革布艺系列和美容美发系列。市场变了,用户变了,管理软件供应商也变了,于是促成了一个新的行业细分化变局。

(李慧灵)