坚持自主研发才有持续生命力

——访英孚教育中国区连锁运营总经理刘一君

刘一君

■ 本报记者 沈海燕

曾有人估算，中国教育培训市场的潜在规模可达3000亿元，其中英语培训的市场最为广阔。作为全球最大的私人英语培训机构，英孚教育为能在竞争日趋激烈的国内英语培训市场保持长足发展，始终坚持自主研发并倡导“快乐学英语”的理念。2011年夏天，英孚教育举办的“拼词达人赛”圆满落幕，开创了全国大型英语拼词比赛的先河，吸引了全国15万青少年的参与。日前，记者就英孚教育的发展与英语培训市场的未来，采访了英孚教育中国区连锁运营总经理刘一君女士。

记者：今年英孚教育举办“拼词达人赛”引起了很大反响，请问策划这一活动的初衷是什么？

刘一君：在我们长期的教学中会发现家长对孩子在学校的分数非常注重。而英孚本来的宗旨是素质教育。为了能够兼顾分数和素质两方面，我们想到了“拼词”这个突破口。因为单词量的累积是学习英语的基础，对于提升成绩也有很大帮助。当然我们也设法把记单词这件枯燥的事变得更有趣，“拼词达人赛”就应运而生了。它秉持了英孚教育一贯坚持的“快乐学英语”的理念，将拼词游戏化，让孩子在玩的过程中记住更多词汇，大大提高他们对学习的兴趣。

记者：能否具体介绍下英孚教育“快乐学英语”的理念，它对于孩子们的主要帮助在哪里？

刘一君：“快乐学英语”，即“practice and play”是英孚一贯倡导的理念。英孚教育所作的就是培养孩子对英语的兴趣，在快乐中学习。我们会运用高科技的课件来辅助教学，每一个课后任务都设计成一个游戏。学员既能把课堂上学过的东西复习一遍，又能获得乐趣。此外，我们要求孩子和教职员工用英语来交流，营造一种语言环境。我们采取小班化的教学，让每个孩子都有发言沟通的机会。我觉得学习是需要主观动性的。很多家长把孩子送到英孚后都觉得孩子开始喜欢英语了，学习成绩也提高了。当然更重要的是，孩子们能在英孚获得展示自我的机会。这方面英孚的教学方式和核心理念跟学校的教育很不一样。

记者：我们在全国各地都能看到英孚的学校，英孚教育连锁运营体系是怎样操作的？

刘一君：英孚教育的连锁运营体系主要分三个方面。一个是硬件，我们会出一些标版。所有学校设计的用材用料都是标准化的，包括电脑、家具型号等，都有明确的准则。第二部分是软件，我们有一套专门的系统。学生的所有信息从一开始就被记录，他之后的学习情况也会有专门系统全盘跟踪。此外，我们拥有一个全球的服务系统，教学课件统一从这个系统上征调。第三部分是管理，我们有标准的组织架构，从人员招聘、入职培训到未来的发展都会有保证。

记者：你如何看待国内英语培训市场的现状？您认为英孚在市场中最大的优势是什么？

刘一君：我个人觉得英语培训市场未来会更多地针对低龄族群。因为如果青少年能够打好基础，之后的培训就会减少，行业的增长速度并不会很快。现在一线二线城市在稳定发展，而三线四线城市的需求也开始增加。

英语培训市场相对来说门槛比较低。很多人愿意尝试这个行业，因为初期并不需要太多投入，但要持续发展的话，产品的自主研发能力是非常重要的。英孚在持续开发新产品的同时，会把新技术应用其中。坚持自主研发，才有持续发展的生命力，我觉得这一点就是英孚在英语培训市场中优势的体现。

品牌资讯

第十届“织交会”将举办

本报讯 2011年10月29日至11月1日，由中国国际贸易促进会纺织行业分会、中国毛纺织行业协会和东莞市人民政府主办，东莞市大朗镇人民政府、东莞市毛纺织行业协会承办的第十届中国（大朗）国际毛织产品交易会（简称“织交会”）将在广东省东莞市大朗镇举办。

第十届“织交会”的举办及其产业发展历程是中国毛织服装时尚产业的一个里程碑，不仅体现出“织交会”在中国服装产业历年辛勤耕耘取得的成就，也标志着“织交会”和中国毛织服装时尚产业将步入一个新的发展阶段。 （海 燕）

中国加盟网组团考察重庆美食

本报讯 日前，中国加盟网品牌项目投资考察团（重庆美食·行）成功结束。该活动参照团购的模式，针对全国创业者策划出非常优惠“考察产品”，先在网上“抢购”，预先支付费用后，达到规模即发团。创业投资项目考察活动将团购与加盟完美结合，萃取了团购的优惠，提炼了加盟的优势。此次“团购”活动带领报名前50名投资者亲赴重庆，解读重庆餐饮的财富密码。活动中实现了“团购考察”一站式服务，从前期咨询、差旅住宿、企业考察到后期洽谈合作都设计在内。 （王 红）

汽车经销商借道典当行寻出路

本报讯 京城汽车市场洗牌迹象日渐清晰，很多急需融资的汽车经销商借助典当行这专业快速融资机构寻求帮助。

宝瑞通典当行汽车经营中心总经理倪曦坤表示：“在目前情况下，越来越多经销商打起了求稳牌，囤积需求量较高的经典款车型，以中高档进口车型为主。根据我们业务中心数据可以看出，处于此目的车商用款者不在少数，占整个业务的35%。同时，我们也正在推出更多更适合车商融资的业务产品。典当行已被更多的车商融资需求者所关注。”（海 燕）

中企借助“定位”应对全球竞争

改革开放以来，中国经济取得突飞猛进的发展。然而在全球消费者心中，中国仍是一个“世界工厂”，处于产业链的低端，靠低廉生产成本优势赚取微薄利润，品牌意识淡薄。“随着全球化竞争的加剧，中国经济要实现持续增长，中国企业必须要转变增长模式，告别‘产品经营’，学会‘品牌经营’，用战略定位代替运营效益和价格竞争。”8月4日，特劳特（中国）公司总经理邓德隆表示，要解决一系列中国企业之惑，离不开对企业的战略定位。在全球化的大潮中，新一轮品牌“圈地”运动将展开，这对中国企业来说是难得机遇。

其透露，9月3日至4日，全球定位之父杰克·特劳特将到访中国，在“定位·中国10年”高峰论坛上与500多位中国企业家聚首北京，共同探讨同质化时代中国企业如何借助定位应对全球竞争。

杰克·特劳特1969年首次提出“定位”概念，该概念指企业必须在外部市场竞争中界定能被客户心智接受的定位，进而再引领内部运营，才能使企业产生的成功被顾客接受而转化为业绩。杰克·特劳特创建的特劳特全球伙伴公司目前在世界27个国家和地区设有分部。 （晓 霞）

“联讯读报”新技术研发成功

本报讯 日前，联讯时代科技公司宣布，经过5年多努力，成功自主研发“联讯读报”新技术，攻克了平面媒体在手机等无线终端上实现原版阅读等技术难题。

其最大的优势在于：一是实现了传统媒体在所有手机上的原版阅读，特别是具备了全平台适配，包括：java、symbian、Android、windowsmobile、iPhone、ipad，尤其适合青少年阅读习惯，有助于扩大读者群；二是具有方便快捷的互动功能，拉近了媒体与读者间的距离。该项技术在先进性和实用性上都优于国外同类技术，应用前景广阔。 （吴 梅）

农洽会将在河南举办

本报讯 2011年全国农产品加工业投资贸易洽谈会，将于9月6日至8日在河南省驻马店举行。

农洽会已成功举办了13届，成为河南省招商引资、承载项目合作交流的有力平台。本届农洽会内容包括，农业及农产品加工项目发布、洽谈和签约，农产品展示及交易，农产品加工业科研成果转化项目的发布、洽谈与签约，现代农业发展论坛，参展产品评奖。分别举办开幕式、项目洽谈签约、展示贸易、产品评奖、文艺演出、高层论坛、新闻发布等一系列活动。 （刘 丽）

多米克商业模式“落地”北京

本报讯 日前，“多米克商城”全国战略布局新闻发布会暨“多米克商业模式”说明会在北京市举行。来自北京、上海、天津等地首批商城代理商共同参加了发布会。

西班牙多米克集团是世界第二大酒业集团保乐力加集团下属的西班牙14家葡萄酒业公司的总称。2010年，该集团与北京杰士达葡萄酒有限公司合作成立了北京多米克公司，并在上海、天津、福建等地建立了分支机构。多米克商城的平台模式，是所有商品的促销工具，是集合B2B，B2C的实体电子商务体系，是国内首创的“消费投资”的线上订购式商业平台。 （李 洋）

瑞雪春堂引进名校项目受关注

今年下半年，北京房山将再增添一名校，北京市重点小学第一实验小学将于9月正式开学，这是该区域继北京小学、北京四中等重点学校进入后另一所品牌教育机构进驻。名校资源频繁的入驻，加速了房山教育配套的崛起，区域楼市吸引力也因此再度放大。

北京第一实验小学的引进方为瑞雪春堂项目，学校将落址于瑞雪春堂西北部，目前学校师资已陆续到位，准备工作已基本就绪。第一实验小学进驻后，瑞雪春堂所在区域将形成由北师大附中、良乡中学、良乡二中、第一实验小学、良乡小学等知名学校构成的丰富基础教育体系，项目也因此更受关注。

“北京教育资源分布极不平衡，开发商大力引进名校，其出发点或许是促进项目的销售，但是客观上有利于教育资源的合理分配，更有利于区域教育配套的完善和提升。”业内人士认为，其最终结果将使业主成为最大受益者，小区业主的子女一般会有两方面的优先权：一是收费优惠，二是优先入学或降低录取分数线。

“房山楼盘之所以频获名校青睐，品牌是其中重要因素。”中经联盟秘书长陈云峰认为，品牌房企具有较高的社会责任感，加上企业实力和品牌影响力，本身愿意主动引进名校。

近年来房山区域内名校进驻项目基本都是品牌开发企业，如瑞雪春堂是由具备国家特级建筑资质的北京韩建集团投资开发的精品住宅项目，“名校+名企”相得益彰，令双方品牌价值最大化。

而另一层原因则是品牌企业楼盘在建筑的空间上和建筑的形态上，更注重住宅项目的人文氛围营造，符合办学气质，名校也愿意接受其抛来的“橄榄枝”。以瑞雪春堂为例，其在社区内不仅设计有体育健身、医疗卫生场所，还设有童趣嬉沙园、晨运太极广场、亲子乐园、雕塑广场、音乐喷泉广场等文化休闲设施，社区环境和规划符合办校需求，同时，瑞雪春堂并未将社区居住文化的塑造孤立于区域之外，而是与大学城的文化氛围协同考虑，以此构建比肩世界知名大学城的新兴文化生活区。

“名校的引进过程实际上是学校和项目双方的一个相互的选择。”陈云峰认为，品牌楼盘首先具备承办实现引进学校的能力，同时对整个社区的规划，统筹，包括方方面面社会资源的协调有着普通房企所不具备的优势，因此更容易获得名校认可。名校资源的频频入驻极大的丰富房山的教育配套，这也令市场对区域楼盘价值极为看好，而引进名校的楼盘则更是市场重点关注对象。瑞雪春堂便因其“学院派”的独特气质，赢得城市精英群体的广泛认可。 （李 洋）

品牌人物

LG“全3D”智能手机全新上市

在2011年的MWC移动通信世界大会上，LG的展台可谓出尽风头。其中最为聚焦的即为全球首款裸眼3D手机——LG Optimus擎天3D。其最大的亮点在于第一次真正意义上将全3D体验移植入手机终端，让消费者可以近距离接触3D，实现3D拍摄、3D欣赏、3D分享一条龙的完美服务。该款手机内置了LG独家的Tri-Dual三双设计，即双核、双通道、双内存。

本月，这款备受瞩目的新款智能旗舰手机LG Optimus擎天3D已经正式在国内上市。作为LG电子在2011年下半年推出的首款智能机型，擎天3D具有着非凡的意义：首先，它延续并进一步证明了LG智能手机策略在国内取得的成功；其次，它丰富了LG Optimus擎天系列，为消费者多增添了一份选择；再其次，最重要的在于擎天3D手机的出现，为广大消费者带来耳目一新的视觉体验，掀开了手机终端发展史的又一新篇章。

此前，消费者或许已经了解到市场上出现的一些3D手机产品，而此次LG Optimus擎天3D则是通过“全3D”这一概念，让3D技术从一个单纯的科技词汇变成真正走进人们生活中的实用工具。通过擎天3D，用户可以轻松使用高清3D模式拍摄身边的精彩瞬间，自制真实的3D内容；无需佩戴沉重的眼镜便可裸眼观看3D视频，并可通过HDMI高清视频输出端口与3D电视、3D显示屏等相连接，和更多的人一起分享3D视觉盛宴。

LG Optimus擎天3D所拥有的“三双”性能，是保证其拥有舒适流畅3D效果的根基。以往的智能手机，即便是拥有双核配置，也会在实际操作中暴露出单通道固有的缺陷。而“三双”技术的采用，使操作进程中的信息数据在双核与双存储中同步进行，其运行期间表现的流畅性与效率的提高程度毋庸置疑。

在2011年之春，LG电子在上海召开了全产品发布会。其中，手机新品以Optimus擎天系列全部亮相，“重磅出击”。LG电子致力于针对不同类型消费者需求打造个性多样、功能丰富、性能优质的智能手机产品。

在采用了目前市场主流的安卓智能手机操作系的基础之上，Optimus擎天系列每款手机产品都有着自己的特色：采用了NVIDIA Tegra 2的全球首款双核智能手机Optimus 2X擎天双核，以其高速的网络浏览及多任务处理性能取得了英国吉尼斯世界大全的认证，被称为“世界第一款搭载双核处理器的智能手机”；Optimus Black擎天璀璨手机，也因其轻薄机身设计及NOVA亮屏而成为时尚达人的宠儿，黑白两色堪称经典搭配；针对年轻人特别推出的一系列社交手机Optimus Me擎天风靡、Optimus Chat擎天慧聊等也成为“校园街机”，充分满足了时尚男女爱社交爱聊天的性格特征。下半年，以Optimus擎天3D为首的新一批智能手机产品即将一一展现在消费者面前，势必会掀起又一阵擎天智能旋风。

“作为Optimus擎天系列的全新产品，我们希望LG Optimus擎天3D能给那些喜欢新鲜事物的数码玩家以及3D粉丝们带来更多精彩体验。”LG移动通信公司总裁兼CEO，Jong-seok Park博士表示。（梦 杨）

NE·TIGER华服震撼米兰豪门

——NE·TIGER闪耀意大利超级杯慈善晚宴暨娃娃足球基金成立仪式举办

“惊叹！震撼！”刺绣、云锦、缂丝。

2011年8月3日，当运用这些拥有着千年历史工艺织造的NE·TIGER“华服”出现在“意大利超级杯慈善晚会”的时候，也同时出现在AC米兰、国际米兰这些早已熟视奢侈品的国际巨星眼前，他们甚至有着比在场的中国嘉宾更多的崇敬和欣赏，因为对于他们大多数人而言，这是他们第一次感受中国式的时尚，第一次体验这个千年国度的顶级“奢侈”。

“奢侈”这个词，今夜让两大豪门的巨星们有了新的诠释。虽然，米兰是国际时尚之都；虽然，这两大豪门的巨星中的坎比亚索、加图索、因扎吉等甚至是“Prada”、“D&G”、“Gucci”等等这些顶级奢侈品品牌的代言人；虽然，即将成为AC米兰俱乐部主席的芭芭拉·贝卢斯科尼来自意大利第一家族，豪门名媛的身份让她流连于全球的各类奢侈品之间，但当他们第一眼看到模特们穿着优雅的华服在眼前经过之时，当他们知道中国传统的“云锦”专为皇家使用，并被誉为“寸锦寸金”；当他们知道，“NE·TIGER华服”都是一针一线纯手工缝制的时候，他们无不为之叹服。

叹服！不仅仅在于华服的奢侈，更在于NE·TIGER所代表的那深厚的中国千年文化底蕴。特别是在晚宴上当NE·TIGER创始人张志峰先生向两大豪门赠送由NE·TIGER工艺师手工绣制队徽的时候，作为两个俱乐部的代表，国际米兰队长萨内蒂，世界杯冠军、AC米兰球员加图索他们更是惊呼“伟大”、“神奇”。而AC米兰的加利亚尼副主席当场就表示，翌日要去NE·TIGER的高级定制会所，为家人和朋友带去这真正的“中国奢侈品”。

“复兴中国奢侈品文明，新兴中国奢侈品品牌”这也正是NE·TIGER多年以来所坚持的。作为中国第一奢侈品品牌，作为中国传统文化的守护者、传承者，NE·TIGER一直坚持在中国五千年的历史里挖掘和创新，才让刺绣、云锦、缂丝这些千年工艺在现代社会再次闪耀，才让这“中国式奢侈”在今夜震撼了来自欧洲的两大豪门。

造就能震撼意大利豪门的华服，是因为NE·TIGER背靠着中国5000年历史的传承，5000年文化的积淀。有过去，更要有未来。正如作为娃娃基金成立仪式嘉宾的张志峰先生所言：“未来NE·TIGER的发展，必须建立在国家强大，形象提升的基础上，而体育，特别是足球水平的提高无疑是一个提升国家形象良好的途径，所以，‘娃娃足球基金’的成立，我肯定支持，因为这个基金着眼未来，是为中国的青少年足球的发展提供帮助的。”

张志峰与AC米兰、国际米兰球员、华服秀模特合影 左起加图索、西多夫、博阿滕、张志峰、萨内蒂、科尔多巴、拉诺基亚

“做我所说的，说我所做的”，在随后的“娃娃足球基金”成立慈善拍卖会上，张志峰先生便先后拍得AC米兰全体球员签名球衣及国际米兰全体球员签名球衣，款项全部捐助给“娃娃足球基金”。随后，张志峰表示：“捐赠未来，因为我们相信未来，相信中国足球的未来；另一方面，我相信未来中国肯定会举办世界杯，我希望，同时也会努力让NE·TIGER在世界杯开幕式时进行一场大规模的‘华服秀’，再次为我们的国家形象提升助力。” （海 燕）

品牌传真