

品牌创新推动红豆集团转型升级

日前,红豆集团携旗下红豆男装、红豆居家、伊迪菲、Zuo°|、轩帝尼五大品牌亮相第二十届中国国际服装服饰博览会,展示红豆集团转型升级成果和品牌风采,成为服博会一道亮丽的风景线。

近几年,中国正加紧从纺织服装大国向纺织服装强国转变。转型升级成为业内外公认的最佳路径。如何转型升级?红豆集团通过做强微笑曲线两端,不断进行品牌创新,使企业的转型升级成效显著。红豆集团总裁周海江表示:“在这个以品牌划分市场和全产业链竞争的时代,一个品牌

是否具有生命力取决于这个品牌是否有好的商业模式和强有力的产业链。”正是在品牌创新这一抓手强有力的驱动下,2008年红豆集团进行转型升级以来,集团的五大服装品牌开设连锁专卖已超过3000家,2011年红豆集团的销售达到351.71亿元,同比增长24.78%,其中服装板块贡献了一半份额,而且在市场上红豆的品牌形象、企业的知名度、美誉度进一步提升。

“好的商业模式是成功的一半。”周海江认为。他表示,未来的竞争已经不是产品或者品牌的竞争,而是品牌商业模式之间的竞争,只有

找到合适的商业模式和商业渠道,依靠商业创新实现品牌的技术价值和品牌文化,中国服装产业才能真正获得国际时尚话语权,健康而可持续地发展。正因为如此,转型升级以来,红豆集团一直都在进行模式上的探索。作为集团五大服装品牌之一的红豆男装从“快时尚模式”到“全托管模式”,进行了认真的剖析和比较,最终选择了“三方共赢”的“全托管模式”。

红豆的品牌创新不仅仅体现在商业模式上,还包括产业链的创新。红豆一直注重打造强有力的全产业链。有竞争力的产品

是品牌的核心要素。面对日益成熟的消费市场,红豆不断提升设计管理水平及产品的科技含量,从全棉针织免烫T恤,到牛奶丝T恤,到碳纤维健康热能服,红豆一直走在科技创新产品前列。加强供应链管理已成为产业链建设最重要的环节。红豆不断加强外协单位管理和规范,把外协单位作为集团的重要战略合作伙伴。

(沈海燕)

品牌资讯



日前,以“冰城”为主题的Cabbeen Chic 2012/2013秋冬系列发布会在北京举办。

李宁授权宽猫咪经营全品类儿童用品

本报讯 日前,“志擎峰赢未来·李宁儿童品牌授权新闻发布会”在北京李宁园区召开。李宁集团将儿童运动市场业务作为未来重点发展方向,大力扶持。李宁集团将在未来10年内,将李宁品牌独家授权给天津市宽猫咪儿童用品有限公司,经营全品类的儿童用品。发布会上,李宁童装不仅发布了全新的品牌标志,全新管理团队,并且公布了未来5-10年的发展规划。此举显示了李宁品牌将在儿童运动领域大显身手,最终成为中国儿童用品行业的领导品牌之一的决心。

贵州黔东南生态农产品亮相京城

本报讯 日前,贵州省黔东南欧福德原生态农产品体验活动暨欧福德北京分公司开业仪式在北京举行。文化部、中国艺术研究院、清华大学等单位的领导及友人近两百人出席了开幕活动。

欧福德北京分公司总经理李长喜表示:此次活动将会拉近北京与贵州的距离,通过北京这个大窗口,吸引更多国内外游客走进黔东南,了解黔东南,认识黔东南,眷恋黔东南;通过北京这个窗口,展示原生态民族文化价值,分享原生态民族保护成果,提升原生态民族文化的地位,提高黔东南原生态民族文化旅游。从而提升公司在国内外的知名度和美誉度,促进黔东南民族文化旅游产品的开发。

“彩虹中国”整形志愿援助活动拉开帷幕

本报讯 日前,由中华慈善总会志愿者工作委员会与中国青少年发展基金会莲花爱心基金共同举办的“彩虹中国”整形志愿援助活动的新闻发布会在京举办。据悉,“彩虹中国”是一项以志愿服务性质为主的长期性公益活动。本活动并非以捐赠款、物为主的慈善捐赠活动,而是为整形医生实现人生价值,为相貌有问题的贫困人群提供无偿帮助的公益服务活动。“彩虹中国”援助对象有四种:唇腭裂、上睑下垂、招风耳等先天外貌缺陷者;因见义勇为而毁容者;整形手术失败者;因外貌不佳备受歧视给生活工作造成困扰者。

世友“净醛E0”实木复合地板上市

本报讯 日前,世友地板在实木复合地板生产领域参考国家胶合板的最高级标准E0级,全面升级产品环保性能,推出“净醛E0”实木复合地板。该产品全面采用E0级的环保基材,成品的甲醛释放量≤0.5mg/L,只有国家现行最高标准E1级(≤1.5mg/L)的1/3,是目前实木复合地板中环保性能优越的产品。该产品的推出迎合了市场的发展趋势,满足消费者的主流需求,促进行业良性发展,引领着行业产品升级与转型风向,这对地板行业来说具有重大的标杆意义。可以预见,在不久的将来,甲醛释放量达到E0级标准的实木复合地板将成为市场消费的主流。

世友优秀的产品技术、创新能力和完善的生产流程控制体系及检测体系,确保产品品质的稳定性表现。世友“净醛E0”实木复合地板,集合科技与管理、品牌与社会责任等表现,将加速产业化洗牌过程。



日前,浙江海明实业有限公司旗下的女性时尚品牌avvn,由中国首席名模王诗文领衔,用一场精致唯美的“银色芬兰”秋冬时装周发布秀,带领现场观众远离都市喧嚣,投入大自然的怀抱。

经典汉酱惊四座

朋友张先生是酱香酒的拥趸。提到“汉酱”,兴奋的语气仿佛是找回了一个多年未见的故知。2011年的中国酒市,被一则消息搅动:贵州茅台潜心数年,精心打造的酱香力作“汉酱”酒在北京高调亮相。

张先生喜欢饮酱香,对茅台旗下的酒可谓如数家珍。按照张先生的说法,一瓶好的白酒,要分“四香”:首先,打开一瓶白酒的瓶盖,一股浓烈的酒气冲出,鼻子闻着啧啧香,这叫“喷香”;然后,酒倒进酒杯后不久,屋子里飘溢着酒的香味,这叫“溢香”;第三道“香”,则是端起杯子把酒喝到肚子里,少倾打个嗝,酒气倒回来是香的,这叫“回香”;最后的“香”,是杯子里的酒喝完了,良久之后杯中还散发着酒香,这就是“空杯留香”。在他心目中,除了国酒茅台而外,汉酱酒可说是酱香型白酒“四香”最有力的代言人。

作为茅台家族的新成员,“汉酱”属于千呼万唤始出来的高端酱香作品,其酒瓶外观端庄典雅,堪为大将之风。酒体醇厚、酱香独特,回味悠长,空杯留香,不刺不辣。贵州茅台对于“汉酱”酒的推出可谓煞费苦心。在中国酒界最具科研实力的团队经过长达数年的准备,精心打造了51度的经典“汉酱”:“微黄透明、酱香突出,典雅细腻、醇厚绵软、回味悠长、空杯留香持久”——甫一面世,即引起专家的一致好评。市场的反应也印证了专家的判断:从2011年5月汉酱酒重装上市,仅仅经过几个月,就出现了市场短缺,洛阳纸贵的行情。

世界上最优良的酒,都离不开原产地这个限制条件。红酒有享誉世界的波尔多地区,而酱香型白酒就是神秘悠远的赤水河谷地带。汉酱酒诞生于具有极特殊的自然环境和气候条件的酒都——茅台镇,酿制汉酱酒的用水主要是赤水河的水。赤水河水质甚好,用这种入口微甜、无溶解杂质的水,经过蒸馏酿出的酒特别甘美。故清代诗人曾写下“集灵泉于一身,汇秀水东下”的诗句称颂赤水河的得天独厚。

与茅台酒一样,汉酱酒同样做到了“三高三长”工艺。即生产工艺的高温制曲、高温堆积发酵、高温馏酒。基酒生产周期长;大曲贮存时间长;汉酱酒基酒酒龄长。汉酱酒基酒生产周期同样长达一年,须二次投料、九次蒸馏、八次发酵、七次取酒,历经春、夏、秋、冬。

“江山如画,一时多少豪杰”,近年来,随着茅台酒国酒影响力的逐步扩大,酱香型白酒的消费者呈几何级增加,各家酒厂趋之若鹜。真正具有茅台酒独特风味的产品却供不应求,茅台家族频频遭遇断货困扰。汉酱酒的出现,让高端商务消费领域中,增加了一位重量级的“豪杰”,填补了茅台酒逐年涨价让位出来的部分高端消费市场,完善了茅台家族的市场分布。汉酱酒,将会成为酱香白酒市场上经久不衰的一个话题,成为白酒爱好者心目中的另一个现实传奇。(闻熙 钟越)

天猫品牌启用新LOGO

日前,随着天猫新LOGO及品牌形象在北京亮相,这一中国领先的B2C购物网站终于有了清晰完整的品牌形象。阿里巴巴集团首席市场官王帅表示,无论用户心中天猫是什么样子,有这个LOGO出现的地方,消费者便能享受到有品质的商品和便捷高质的服务。天猫LOGO背后品质、服务、物流方面的标准,最终体现了整个购物行业的标准。艾瑞咨询集团的资料显示,天猫占全国B2C网上零售市场超过50%的份额。汇集了来自5万个商家共7万个国际和本地的品牌,2011年的销售额超过1000亿元。

今年1月11日,阿里巴巴集团对外宣布,淘宝商城更名为天猫,并向全球征集

新加坡航空正式告别波音747飞机

4月6日,新航在新加坡-香港航线上运营特殊纪念航班,正式告别从客机机队中退役的波音747型飞机。

在新加坡樟宜机场第三航站楼B7登机口举行系列纪念活动之后,由新加坡出发的航班SQ747,于上午8时30分左右飞离樟宜机场。此航班由编号为‘9V-SPQ’的飞机执飞,它也是新航于2001年接收的最后一架波音747-400飞机。350多名乘客、机组人员、媒体和嘉宾,一同搭乘航班

智能手机普及先锋联想 A366t上市

日前,联想与中国移动再度合作推出新一代智能手机普及先锋——联想A366t。它将时尚、智能、分享融为一体。近期,联想集团副总裁、运营业务总经理冯幸在介绍全新推出的定制智能手机联想A366t时表示,中国移动拥有庞大的客户资源、增值业务、资费补贴。联想在中国移动的各项标准的基础上结合产品的定位,推出具备特色化、个性化的智能终端产品。

此次发布的联想A366t整体外观设计蕴含简约、纯粹的美感,正面机身整齐分布着三枚按键,配合科技感十足的Lenovo标志。屏幕上方除了富有质感的G3标志,还“点缀”着一个30万像素的摄像头。该手机采用3.5英寸320 X 480的HVGA高分辨率大屏,配合支持多点触控的电容触摸屏,不但拥有完美细腻的画面显示,而且能

汇碳成林 福田走出平衡之路

■ 本报记者 梦杨

2012年4月6日,“绿动足尖·汇碳成林”门头沟首都碳汇林启动仪式在北京门头沟举行。北京市副市长夏占义等政府领导以及福田汽车等企业代表出席了活动。在本次活动中,福田汽车作为首批10家企业之一与门头沟政府签署了合作意向书,并决定出资认购不低于1000亩土地,用于碳汇林种植。

北京市“十二五”规划中,积极倡导开展万亩大造林项目。碳汇造林对营造绿色北京、倡导绿色GDP有着极为重要的意义。通过建造碳汇林等森林保护与经营活动,可以大量吸收和固定大气中的二氧化碳,减少二氧化碳排放过多造成的温室效应等气候问题。门头沟山地面积占98.5%,是北京市唯一的纯山区。因此,北京市致力在门头沟打造北京最大的碳汇林项目。

作为中国商用车第一品牌,福田汽车在企业发展的同时已将公益融入企业经营血脉之中,将社会责任作为企业的长期发展战略之一。“福田碳汇林”项目,仅是福田汽车致力于公益事业的一部分。

2008年汶川地震,福田汽车累计捐款捐物超过500余万元;2009年,福田汽车将用于国庆60周年游行庆典的42辆由福田生产的彩车底盘拍卖,所得的350余万元全部捐赠给了中国医药卫生发展基金会等社会公益组织;2009年秋季,我国西南五省的特大旱灾,福田汽车捐款150余万元;2010年4月,福田汽车向友成基金会捐赠了总价值逾80万元的福田风景轻客共计10辆,主要用于四川贫困地区农村流动电影放映工作用车;此外,近年来,福田汽车一直参与“流动医院”项目,使内蒙古、西藏、青海等边远山区能够享用到流动医院

SQ747,以纪念波音747飞机在新航服役38年。乘客中包括新航的首位波音747飞行员、已退休的机长Kenneth Toft先生,新航著名的品酒顾问团成员之一、知名品酒专家李志延女士。来自新加坡朝阳特殊学校的20名学生及他们的监护人也将搭乘此航班,大部分学生是第一次乘坐飞机。

新航商务副总裁麦瑞华先生负责组织纪念活动,并一同搭乘SQ747与SQ748航班,他表示:“波音747飞机是新航机队近

40年来的宝贵财富。如果没有1972年的重大决定去购买这一系列标志性喷气式客机,新航就不会成为今天这样世界级的航空公司。”新航1972年签订首批波音747飞机订单,1973年接收了首批飞机。1994年,随着第23架波音747-400飞机的交付使用,新航成为了世界上最大的波音747-400运营商。截至2003年,新航创纪录地拥有51架波音747-400飞机,包括39架客机和12架货机。

业的兼容测试,确保用户完美体验智能应用的乐趣。联想A366t已经预置中国移动多项定制业务,音乐随身听、飞信、移动门户、号簿管家等定制软件一应俱全,充分满足用户特色化需求。

一直以来,联想手机以个性化、智能化的终端驰骋于通信行业。近几年与国内运营商的合作范围不断扩大,在未来的日子里,联想希望与用户需求变化相适应研发更具特色的智能终端。至此,相信联想A366t必将掀起3G智能手机普及新浪潮。

(刘玲)

医疗用车,提升了当地的医疗水平。

不仅如此,福田汽车联合世界冠军联合会和国内重点媒体发起成立了FMG公益组织,不断为特教学校、国际儿童村等弱势群体和组织送去温暖。

碳汇林的根本目的是抵消碳排放,而作为汽车企业,福田汽车除了赞助碳汇林项目之外,一直致力于从源头上降低碳排放,持续加大绿色清洁能源汽车的研发和推广力度,并取得了卓越成果。福田汽车是国内新能源领域最早实现产业化的企业,福田新能源汽车迄今已投放市场5000多辆,其中北京超过2000辆。目前,已有超过1084辆福田纯电动环卫车,50辆福田纯电动出租车,1000余辆福田混合动力公交车,50辆福田LNG(液化天然气)公交车运行在北京街头,为降低北京的PM2.5(可入肺颗粒物)、减少灰霾天气、打造绿色北京做出贡献。

