



信赖相伴 分享共赢:爱普生为行业客户创造价值

2010年,精工爱普生集团发布SE15企业发展愿景及发展战略,规划确定了爱普生中长期的发展方向,并明确了为实现这些目标而采取的举措。爱普生的目标是把“省、小、精”技术发挥到极致,并以其作为核心优势,为客户提供不可或缺的产品及服务,形成“强大的业务体系”。

在SE15当中,爱普生还提出了针对包括中国在内的新兴市场进一步拓展市场份额的相关规划。伴随着中国经济2012年的转折破局形势,爱普生于2012年4月召开的面向医疗、金融、制造物流零售行业的行业会议,以及针对行业用户推出的一系列前沿创新技术的解决方案,再一次印证了爱普生为“行业客户创造价值”的企业经营理念。通过面向三大领域的行业经销商会议,与行业客户信赖相伴,分享共赢,为2012年行业市场的进一步深耕,拉开了序幕。

爱普生打造医疗信息化全系统平台

随着国务院正式印发《“十二五”期间深化医药卫生体制改革规划暨实施方案》,中国的医疗改革步入了崭新的阶段,信息技术成为提升医疗机构管理效率和服务水平的重要手段。因此,卫生部一系列信息化投资项目纷纷出台,省市各级政府也都在制定区域信息化规划。作为国内唯一一家在医院各个系统平台下,均有相匹配的外设产品的供应商,爱普生为医疗领域信息化提供了八大应用解决方案以及11个主流机型。

据悉,在过去的一年里,全国4000家二甲以上医院,其中30%的医院已经启动电子病历系统更新,6400家全国县级医院已经实施PACS影像系统更新。爱普生在医疗信息化领域的高速发展也实现了2011年同比增长227%的飙升速度。爱普生从EMR(电子病历系统)、PACS(医疗影像系统)、MIS(管理信息系统)三大领域360度地全面满足了行业客户医疗信息化输出需求。

以EMR(电子病历系统)管理为例,其优异性能完全满足了医院对打印电子处方清晰度、保存性好、速度快、故障率低的需求。在日常的医疗工作中,医院除频繁使用打印设备外,其对病例图像的输出及对图像的质量要求也非常高。爱普生独有的精彩印象激光技术,更是使病理打印报告的效果真实逼真。精细墨点控制技术和分辨率增强技术极大地提高了打印的清晰度。而爱普生很早就已开始关注医疗领域影像输出的应用需求。此外,在医疗中,X光片、超声影像或者其他的影像对诊断结果的判定也很重要。以EMR(电子病历系统)、PACS(医疗影像系统)、MIS(管理信息系统)为三大基石,在不断探索客户的需求,创造客户价值,长期在医疗行业市场的深耕以及卓越表现,使爱普生在医疗领域奠定了其雄厚技术实力和 innovation 专业服务的领先地位。

实时防控金融风险:爱普生智能终端颠覆性业务创新

“十二五”期间的医疗信息化改革为医疗领域IT设备采购提供了巨大的机遇,与此同时,紧锣密鼓的金融机构改革,也使得防控金融风险,金融信息化全面提升提到日程上来。而有效地防控金融风险,解决当前伴随银行业务飞速发展而来的银行业务操作风险已经成为金融领域亟待解决的重要问题。

对于银行等特殊行业来说,每天有大量票据、证件等需要打印、复印、扫描、数据传输,但是所有票据凭证都是在当天业务完成后,将凭证运输到异地进行扫描,预警滞后1天以上,防控风险滞后为金融诈骗提供了可乘之机。为了应对金融风险的实时防控,建立银行临柜风险实时监控与事中督查机制,爱普生提供了完善临柜业务流程,改进后督监管时效性的解决方案。而作为整个业务流程改进的关键环节,EPSON PLQ-22KCSM作为必不可少的硬件设备,起到了整合业务流程,封堵漏洞环节的重要作用。

制造物流零售:好“码”配好鞍 小标签实现大创新

除了在医疗以及金融领域的创新,爱普生在制造、物流、零售领域也提供了其独特的创新与具有针对性的解决方案。但是由于市场竞争多元化,市场流通环节的各类客户对标签需求也逐步个性化,批量化、交货周期更短。因此,标签打印和印刷的短版化、个性化、数字化已成为趋势。而传统标签打印机已远不能满足市场需求,大尺寸黑白标签和全彩色的可变标签打印急需与之匹配的解决方案。

为此,爱普生提供了针对六大行业的全系列标签打印产品线以及解决方案。通过配备8寸工业标签打印机GP-M/C820、超大容量墨盒、大容量标签电动卷纸器以及高品质的喷墨标签纸的一条龙式解决模式,使爱普生从高可靠、高品质、低能耗、低成本、高效率5个维度帮助行业客户实现了优化工作流程,降低综合使用成本、提高工作效率,多元化、个性化的标签打印需求。其专业的打印介质以及超大容量墨盒设计,更是实现了低成本标签打印的需求,而其整机成本也低于同档次Zebra碳带标签打印机。而其与行业客户分享,涵盖服装制造、化工制造、物流快递、网购快递、连锁超市、制造物流六大行业领域的“定制化”解决方案更是充分地体现了爱普生为客户创造环保低能耗、高品质行业应用与价值的宗旨。

立足于新兴市场机遇,爱普生将积极倾听客户的梦想,信赖相伴、分享共赢、为客户创造价值将成为爱普生一直秉持并追求的目标。回顾2012年第一季度,爱普生频频出击,与中国经济转型步伐同步前进的同时,爱普生将满足行业客户多元化、个性化、创新性需求,用科技与创新,携手创造更大的行业价值。(王欢)

消费资讯

传递伙伴之情——宝骏汽车携手马术运动彰显品牌价值



4月12日,宝骏630 1.5L DVVT+6AT自动挡车型在京正式上市,同期,新体制下的中国国家马术队也正式成立,将以全新的面貌代表中国征战世界赛场。

发布会上,9名英姿飒爽的国家马术队运动员驾驭着9匹骏马围绕着两辆宝骏630 1.5L自动挡车进行马术表演。人、马、车三者形成一幅动与静、力量与机械的纯美景象,至此,宝骏630 1.5L DVVT+6AT自动挡上市发布会的序幕正式拉开。

这已是宝骏汽车与中国马术运动的第五次携手同台亮相。2011年7月,宝骏汽车与

中国国家马术队和中国马术协会正式签约成为战略合作伙伴,开启了宝骏汽车与中国马术运动全方位、战略性合作的帷幕。在随后的“中国成都马术节”、“宝骏汽车2011全国马术场地障碍锦标赛”及“中日韩马术场地障碍赛”三国对抗赛上,宝骏汽车携手中国马术健儿与用户伙伴亲密接触;在倾力赞助的宝骏汽车2011全国马术场地障碍锦标赛上给获奖选手颁发“宝骏骑士”和“宝骏之星”并奖励宝骏630汽车以激励优胜者;同时向中国马术协会捐赠了两辆宝骏630作为公务用车,以示对中国马术运动的大力支持和对马术运动员的鼓励,这在国内马术比赛中尚属首次,在当时的中国马术界激起了一股“宝骏风”。

其实,选择与自身品牌价值相契合的体育运动和赛事合作,借助体育运动的精神传达品牌价值观,可以说是广受推崇的一种企业营销战略。但是为何宝骏汽车会在众多运动项目中,唯独选择了马术?

“宝骏汽车的标识是盾形马首,宝骏汽车与中国马术队和中国马术的合作,看重的是

两者之间精神层面的高度契合”上汽通用五菱销售公司总经理杨杰说。宝骏汽车品牌定位“可靠的伙伴”,力图对那些“在平凡生活之中创造别样精彩的用户”提供最可靠的产品、服务,成为每一个用户事业发展、生活半径延伸的可靠伙伴。而马术运动中所蕴涵的骑手与马之间独有的默契、和谐、信任,正是“可靠的伙伴”的最佳注脚。另外,在人类文明的发展进程之中,马在人类生活、生产中扮演着极为重要的角色,可以说是人类最可靠的伙伴。

正是相同的价值观理念与共同的追求,让马术运动与宝骏汽车之间,涂上了一层无法拆解开的粘合剂——源自“可靠的伙伴”的价值观。很显然,宝骏汽车希望借助马术运动中人与马之间心灵的默契与信任,传递出其与消费者、供应商、经销商和媒体之间的伙伴之情。或许,这就是宝骏汽车品牌理念的最佳诠释——“宝骏汽车希望能够成为用户事业中、生活中最亲密的伙伴,为用户积极追求工作或生活中更高的目标而助力。”上汽通用五菱总经理沈阳曾经如此表达。(李文)

2012开放型经济海西发展论坛即将在榕举行

由国务院台湾事务办公室、中国国际贸易促进委员会、国家海关总署、国家质量监督检验检疫总局和福建省人民政府主办的“2012开放型经济海西发展论坛”将于5月18日在第十四届海峡两岸经贸交易会期间在福州举办。

福州市政府在2012年的政府工作报告中曾提出:努力在对外开放上实现新突破,充

分利用国内国外两个市场、两种资源,推进全方位、高水平的大开放,增创以技术、品牌、质量、服务为核心竞争力的开放新优势。把环境作为对外开放第一竞争力,按国际惯例办事,按国际水平服务,使福州真正成为投资发展的“福地”和“沃土”。

本届论坛将以“开放的力量”为主题,聚焦海西经济战略转型,推进开放型经济的发

展,凝聚海内外共同智慧,努力为广大海内外嘉宾和各界朋友架设起一座扩大开放、增进交流、密切合作、共谋发展的桥梁。论坛将围绕“开放与跨越:福州的新机遇;中国内需市场的增长潜力;资本市场:聚焦海西创业群”等话题展开讨论。届时,来自国家相关部委、国内外著名经济学家和跨国公司高层代表等各界人士将共同参与。(刘玉)

首届“颐和杯”中国旅游电视歌曲大赛在羊城颁奖

近日,由中国旅游电视委员会和颐和地产集团联合主办的首届“颐和杯”中国旅游电视歌曲大赛颁奖盛典在广州市天河体育中心东南广场隆重举行。

业内人士表示,此次大赛借助政府平台的资源配置和媒体平台的舆论效应,极大地吸引了社会公众参与,增加了地方旅游的“曝光率”和社会关注度,对一些新兴景区和旅游

产业提升知名度和美誉度有很大帮助,为活跃地方旅游市场,拉动省内旅游消费作出了积极贡献。

(杜威)

“3D自由风”震撼亮相 海尔商用空调抢占2013冷年市场先机

日前,颠覆商用空调传统概念的“3D自由风”系列商用空调产品在海尔中央空调正式诞生。“3D自由风”商用空调是外观清新、能效升级、满足个性需求的创新产品,代表了商用空调行业领先的设计潮流。专家预测,“3D自由风”的上市将在行业刮起一股时尚潮流之风,海尔商用空调将在2013冷年到来之前赢得市场先机。

七大系列明星产品豪华亮相

以海尔“3D自由风”系列为首的2013年产品阵容是海尔商用空调发布的最豪华的全明星产品阵容,产品包括从普通能效到3级能效再到2级能效的5匹柜机、新10HP柜机以及全部达到国家2、3级能效的嵌入式七大系列。“丰富的产品阵容可以满足不同客户的个性需求,大部分产品成功入围政府节能采购清单。”海尔商用空调负责人表示。

海尔商用空调七大系列明星产品几乎都实现了外观创新和内涵突破的全面结合,是海尔全球研发实力的再次验证。作为第一家全球化家电品牌的中国企业,海尔在全球范围内拥有6个综合研发中心、8个设计中心、16个信息中心,最近更是在日本建立了最大、最专业的变频研发中心,开创了中国空调品牌在日本建立研发中心的先河。

“3D自由风”系列产品全面升级

“海尔的这款产品与传统同类产品最



不同的地方就是多角度送风。”海尔相关负责人介绍。据了解,“3D自由风”的命名来源于其最独到的控制系统,用户可以自由设定上、下、左、右4个方向的摆风角度,感受到最大范围的送风体验,身体舒适感达到最高。该产品实现从外观到能效、从控制到静音的全面升级,创造了多项优于行业同类产品的新指标。通过优化室内设计结构使得内机更薄、占地面积更小、节省了12%的占地面积,为用户创造了不少的增值空间。

据海尔商用空调负责人表示,“3D自由风”系列产品是整合全国研发资源,联合中、日、韩三国技术专家、工艺专家,历时一年研发,集最新科技、最优工艺于一体的全新产品。行业专家认为,海尔“3D自由风”的上市,是以用户需求为中心的技术创新,将掀起新一轮商用空调产品研发上的变革。

(雅婧)

威能推出壁挂炉买赠活动 促住宅采暖升级



部的倾情回馈和积分超值赠送。根据南北区域不同的供暖条件和家居装修特点,威能推出不同的优惠礼包,各地用户可根据实际需求做出选择。

据威能相关负责人表示,5月至10月这段时间,正是新家装修和旧房二次装修的高潮,威能及时跟进消费者的需求,让消费者早做冬季采暖打算,结合家庭装修计划安装壁挂炉,一次性解决冬季家庭供暖的需要,而不必在寒冬再做复杂繁琐的设备安装。

据了解,许多二次装修的用户考虑给房子做采暖明装,但明装工艺复杂,且不能破坏房子的现有装修,稍有不慎就会造成采暖不成、装修破坏的恶果,一般的采暖公司难以胜任。而作为行业领袖的威能集团,拥有德国制定全球统一的采暖设计施工标准,确保授权代理商具备相应的工程施工能力,可根据用户实际情况,进行完美的系统设计和精准的施工;此外,威能壁挂炉、散热器、温控器等采暖设备除了具备行业顶级品质,外观设计更是上乘考究,与整体室内装修搭配得宜,反而为用户家居增添不少亮色。不少消费者纷纷表示,买威能就是买放心,大品牌能有这么大的活动力度,确属罕见。

继华东之后,威能的此次活动将逐渐在全国各大区展开,全国近30个城市的消费者将享受到威能送出的“温暖”套餐,活动将在全国持续4个月,消费者在享受大幅优惠的同时,还能享受到威能最优异的品牌售后保障。

(杜威)

祝福为伴 星愿成真 ——周末福“福星宝宝10周年”

幸福在眼前,10年若初见——福星宝宝10岁啦!历经10年,从首款寓意健康的福星宝宝到日益壮大的福星宝宝家族,感动一直陪伴你左右;铭记10年,周末福真诚推出“福星宝宝旅行限量版”全钻吊坠及

2012年福星宝宝家族新品,带你领略别样的精彩。祝福为伴,星愿成真——福星宝宝期待你我的精彩。更多福星宝宝信息请登录周末福网络旗舰店www.ctfeshop.com。

(张凡)

