

品牌报道

吉利、工信部、银行三方联手解决供应商融资难问题

本报讯 5月14日,工业和信息化部人才交流中心与浙江吉利控股集团举行了“中小企业服务年”融资活动战略合作签约仪式。吉利集团、工信部人才交流中心、中国民生银行三方将联手共同为吉利供应商提供更广泛的融资途径。

吉利集团作为国内汽车行业十强中的唯一一家民营轿车生产经营企业,近年来发展势头迅猛,市场份额逐年扩大,带动了上游供应商的共同发展。据吉利集团副总裁李东辉介绍,吉利供应商相当一部分集中于江浙沪地区,目前采购规模有130多亿元,随着沃尔沃项目国产化,这个规模会越来越大。近年来,中小企业的发展令人堪忧,吉利的供应商有的也面临融资难的问题,“我们的理念是‘一流的企业,一流的供应商’。2008年开始,吉利就开始与银行合作,对核心供应商提供支持,这次战略合作的达成将为吉利供应商提供更大的支持。这对中小企业,尤其是自主品牌来说,是有里程碑意义的事件,有利于民族品牌做大做强汽车和零部件产业。”

据了解,工信部人才交流中心为此项目组成了业务精干的专业团队,对吉利供应商做了针对性的调研,今年5月份将开展“中小企业服务年系列活动之吉利集团供应商信用融资服务周”活动,选派专家团队前往宁波、杭州、台州等地,针对吉利集团供应商开展现场宣讲、咨询和融资辅导工作。希望以此提供个性化的服务,达成批量合作。年产值在人民币1亿元以上,今年5-6月份资金需求在人民币1000万元以上的吉利优质供应商都可以申请。

2012年是“中小企业服务年”,而接下来的中小企业服务周,是工信部人才交流中心的一项重要工作。工信部人才交流中心人才规划发展处处长白晓说:“中小企业融资是有难度和挑战的工作,应该有新的理念。中心联合民生银行面向中小企业解决其融资问题,与吉利的签约是阶段性的标志事件。近年来吉利发展很快,这带动了其供应商的发展。通过对吉利供应商的服务,将帮助他们跟紧吉利发展的脚步,解决未来信用



融资问题。”

民生银行交通金融事业部汽车业务部副总经理袁林说:“民生银行与吉利集团都是民营企业,可谓同根同源,我们希望站在产业链的角度能为吉利提供更好的服务。”2011年国内汽车产业GDP达到3万亿元,其中一半的份额是零部件,“民生银行有很大的内在动力去做这项工作。这一合作不是针对某个供应商,而是通过对产业链数据的深度挖掘,如供货时间、供货量、结算

数据等,进而分析供应商信用。”袁林介绍,民生银行已经成立了专业化的部门,在全国范围推动这项工作。为了降低融资成本。民生银行还对服务进行创新,在强有力的经济信息管理方法下,供应商可以选择随时还款,这样既解决了融资问题,又不会形成过多的债务。(沈海燕)

自主品牌

欧派橱柜在京销售额逆市增长

质量好不好,消费者是通过口碑传送的。”姚刚表示,在产品质量上的精益求精,使欧派橱柜得到了消费者认可,很多客户都是相互之间口口相传介绍而来的,口碑的力量让欧派橱柜成为厨房装修首选。

二是以创新营销回馈顾客。在姚刚看来,营销就是让消费者感受到品牌的诚意。不断地回馈消费者,就体现出品牌的诚意。欧派橱柜的营销充分体现“先买更实惠”的原则,一个品牌树立起诚信的形象,真心回馈顾客,才能让他们安心、放

心、省心、舒心。

三是以真心服务打动顾客。“好品牌是在员工心中建立,再由员工传递给消费者的。”姚刚总结说,无论是产品、营销还是服务,实际上都是欧派的员工用真心在做,真心融入了每一个环节和细节,所有欧派人的良好精神面貌和团队协作能力都在无声地呈现,让欧派橱柜不仅是产品,而且蕴含着文化、情感,让顾客在拥有产品时产生愉悦感与自豪感。

(沈海燕)

华夏文化助残龙泽爱心项目签约仪式举行

近日,2012伦敦残奥会中国代表团唯一指定用水暨华夏文化助残系列工程龙泽爱心项目签约仪式在京举行。根据吉林龙泽矿泉饮品有限公司与中国残奥委员会、中国残联华夏文化集团签署的协议,该公司将向伦敦残奥会中国代表团赞助价值550多万元的饮用水,其东方神泉牌长白山天然麦饭石山泉水被中国残奥委员会指定为2012年伦敦残奥会中国代表团唯一指定用水,用于中国代表团的训练、比赛和相关活动。

另外,据吉林龙泽矿泉饮品有限公司与中国残联华夏文化集团签署的有关协议,该公司将从每瓶水的销售收入中捐出0.20元,设立“华夏文化助残系列工程龙泽爱心项目”,长期支持中国残疾人文化事业发展。先期将要启动的主要项目有:

一是在全国部分省市捐建一批“华夏爱心书屋”,逐步扩大范围,同时为华夏文化集团已建书屋增添图书品种;二是为各地的“温馨家园”、“阳光之家”等残疾人托养机构捐赠残疾人杂志、报纸等书报用品;三是为残疾人“康复站”捐赠文体、康复器具等。在以上项目基础上,逐步扩充文化助残的内容,打造文化助残品牌。

据介绍,吉林龙泽矿泉饮品有限公司出品的东方神泉牌长白山天然麦饭石山泉水,产自吉林省白山市长白山麦饭石山泉水保护区,该地是国际饮水资源保护组织公认的中国第一个优质矿泉水源地。经地下2000多米的麦饭石岩层自然渗透形成的原生态天然矿泉水,矿物质含量全面、均衡、协调,能有效补充人体必需的20多

贵州仁怀市打造全国酱香型白酒销售平台

经营,鼓励发展酒类流通行业”等文件精神,为贯彻落实贵州省委、省政府“把‘茅台酒’打造成‘世界蒸馏酒第一品牌’、把‘茅台镇’打造成‘中国国酒之心’、把‘仁怀市’打造成‘中国国酒文化之都’,努力实现‘未来十年,中国白酒看贵州!’”的战略要求,仁怀市在大力发展酱香型白酒产业的同时,进一步整顿和规范市场秩序,积极探索白酒营销新模式,通过建立酱香型白酒全国销售平台,科学整合地方白酒资源,规范整顿市场秩序,集中打造规范化、品牌化和国际化的全国连锁销售平台。

贵州仁怀中酱酒业集团是在贵州省、市两级政府高度重视和大力支持下,由政府支持创办的一家集中销售酱香型白酒的大型



日前,主题为“光之城”的皮尔·卡丹2012年时装发布会在北京水立方举办。
时璇 摄影报道

中国高端木地板研发中心落户北京

本报讯 近日,由中国木材与木制品流通协会木地板流通专业委员会指导的“中国高端木地板研发中心”授牌仪式在北京顺义区举行,该研发中心正式成立,落户北京牛师傅木业有限责任公司。

牛师傅木业公司负责人吴文奎表示,中国高端木地板研发中心将致力于持续研制更高端的拼花地板与马赛克制品,并广泛应用于世界顶级房车、飞机、游轮、豪华酒店、火车等项目中。几年来,牛师傅在服务过的高端客户群体中,赢得了比较好的口碑,产品主要应用于别墅、酒店、高档会所及寺庙等项目工程,同时远销欧美与中东地区,并有自己专业的工程安装队伍常驻国外。谈及未来的发展方向,吴文奎表示,牛师傅将继续走高端之路,研制出更高端的拼花地板与马赛克制品,以强劲的研发实力,为我国木业设计能力提升做贡献。(李文)

腾讯参加2012 GMIC

本报讯 日前,第四届GMIC全球移动互联网大会在北京开幕,腾讯举办的“万千慧聚绽变于心”solomo+专场体验会吸引了众人的眼球。会上腾讯提出“万千慧聚,绽变于心”的口号,并携手机QQ、手机QQ浏览器、腾讯微博3款产品共同亮相,展示其服务用户的能力。这三款产品,都提出“只为服务用户”的口号,并且在产品功能上结合SoLoMo、云计算等先进技术,实现了服务用户、服务合作伙伴的目标,已从产品提供商转变为服务提供商。(张洋)

工程合同管理师 职业岗位培训将开始

本报讯 根据国家人力资源与社会保障部CETTIC资格培训考试认证项目决定,由北京百高建筑科学研究院负责独家组织试点的“工程合同管理师”职业岗位培训工作即将开展。

参加“工程合同管理师”职业岗位培训合格的人员将获得“工程合同管理师职业资格证书”,该证书是国家指定从事此行业的就业凭证,资格证书由人社部中国就业培训技术指导中心核发,考试结束两个月后在考生所在地人力资源与社会保障部职业鉴定中心领取。“工程合同管理师”今后将每年举行两次考试。依据专业知识水平、职业技能和实际工作能力的从低到高,“工程合同管理师”分为初级工程合同管理师、中级工程合同管理师和高级工程合同管理师三个级别。(李炜)

近日,“贵州仁怀市酱香型白酒全国连锁销售平台启动仪式”在北京人民大会堂举行。这标志着仁怀市开始打造全国酱香型白酒销售平台、重塑中国酒都品牌形象、开创我国酱香型白酒连锁销售新局面。本次启动仪式由仁怀市人民政府、仁怀市中酱酒业连锁集团有限公司联合主办。

根据《国务院关于进一步促进贵州经济社会又快又好发展的若干意见》(国发[2012]2号)“利用赤水河流域资源和技术优势,适度发展名优白酒,确保产品质量,维护品牌声誉,推动建设全国重要的白酒生产基地”和商务部《关于“十二五”期间加强酒类流通管理的指导意见》,“我国将推进酒类流通管理的连锁化、专业化、信息化

土地真空区向北京四环蔓延 中堂·紫熙台前景看好

日前,北京市国土局公布了2012年首批经营性用地拟供应项目信息,信息显示,本批商品住宅用地中,四环内仅有两地入市,仅占本批次的1.2%,这一数据背后是北京核心区土地供应见底的不争事实,而四环有望成为继三环之后的新的土地真空区,在这一背景下,该区域以中堂·紫熙台为代表的在售楼盘稀缺价值急速放大,前景被普遍看好。

从2008年开始,四环内土地供应已明显后继乏力,数据显示,2008年至今,北京供应的四环内住宅用地只有10块左右,受其影响,开发商对区域土地争夺呈白热化。截至目前,四环内在售楼盘仅10个左右,西四环内更是仅有中堂·紫熙台一盘在售,整个四环区域周均供应仅410套左右,且这一数据呈逐月下降之势。

受“面粉”供应短缺因素影响,四环内楼盘成为北京价格最为坚挺的区域。根据伟业我爱我家统计数据显示,与2011

年三季度相比,2012年一季度三四环之间均价仅下降0.3%,三环以内房价还上涨5%,成为全市价格相对稳定的区域;而其他区域房价均出现明显下降,其中四四环之间、五四环之间房价平均分别下降25.6%、20.2%,为全市下降幅度最大的区域。

尽管价格持续坚挺,但仍难挡市场购买热情,在当前楼市成交低迷情况下,中堂、金茂府等高端项目始终保持热销状态,以西四环中堂为例,截至2012年3月26日项目1、2、8号楼310套房源,已销售221套,签约率达到71%,在当前市场环境下实为不易,目前该项目即将推出大户型新品中堂·紫熙台的消息一经披露,便引起了广泛关注,到访客户与日俱增。

城市优质核心资源的独占性是支持四环内高端项目热销的主要原因。根据中堂项目负责人透露,80%的客户是冲着项目的稀缺城市资源而来的。据了解,中堂地处北京西三环与四环之间,被金融街、中关村、丽

酒业连锁销售企业。中酱酒业以“中国酒都”贵州仁怀为基地,打造中国酱香型白酒旗舰连锁企业,开创“产业政策导向、科学创新发展、企业保值生产、连锁打造平台、安全规范销售、政府扶植把关”六位一体的销售模式,达到整合资源,规范市场,统一推广,集中销售,确保质量,平抑价格,放心消费的目的。中酱年内将在深圳、贵阳、上海、北京、沈阳、西安建立6家旗舰店样板示范店,200至300家专卖店,实现在2至3年内全国建立20家旗舰店、2000家专卖店的目标,让仁怀市的上百家酒类企业、上千个品牌酱香型白酒进驻连锁店直销,直接覆盖全国28个省、市、自治区,让广大消费者能够购买到优质、安全的酱香型白酒。(梦杨)

品牌资讯

海欣丽宁·武学凯2012/2013 秋冬发布会举办

本报讯 日前,海欣丽宁·武学凯2012/2013秋冬发布会在北京举行。此次发布会主题为“关于你的爱”。用对比的方式解构纷繁的世界,不同的材质、肌理对比配合立体的剪裁传递出生活新主张。

发布会充分运用海欣丽宁MAGIC FUR人造皮草与日本可耐可龙LUSTROUS FUR新专利技术贯穿主题系列设计,展示了人造皮草新风尚、新价值,“享受皮草,没有伤害”的品牌理念也诠释了人造皮草未来的时尚方向。(时璇)

SNOWIMAGE回归国内市场

本报讯 日前,东尚服装股份有限公司旗下在欧美最畅销的时尚羽绒服品牌SNOWIMAGE男、女装和童装随中国国际服装服饰博览会正式亮相中国。

东尚股份领导层将未来十年定位于国内市场。东尚股份运营副总裁周志海表示:如今,国内年轻人追求时尚,注重高品质生活。SNOWIMAGE与国内专业羽绒服品牌相比更有品位和品质,与国内系列化品牌相比,更有专业外套的供应链体系保障和更加物超所值;与国际专业外套品牌相比,更具本土化运营能力。SNOWIMAGE将“时尚”与“品质”结合得恰到好处,在中国市场将非常有竞争力。(王颖)

FORESUN 展示 2012/2013 秋冬新品

本报讯 日前,来自英国的户外时尚男装品牌FORESUN在CHIC2012上展示了2012/2013秋冬的新品,共分为2个系列。第一系列是品牌风格的风向,蕴含了FORESUN强烈的可识别信息。第二系列则让品牌的军装风格更加生活化,更加贴近城市生活环境,让穿着者既保持了独特的个性,又不显得突兀。

2012年,FORESUN品牌将适应全新发展战略,实现品牌规范化、规模化迅速扩张效益,全面实现时尚品牌标准化运作管理操作模式,市场终端店提升至200家,成为在中国具有军装魅力的时尚户外休闲品牌的领先代表。(王颖)

“清华·时尚”校友会成立

本报讯 日前,“清华·时尚”校友会在清华正式成立。成立仪式由清华大学经济管理学院主办、清华校友赞助。它是“清华高级时尚与奢侈品管理课程第六期学员毕业典礼”暨“清华时尚管理论坛·论道中国:时尚与奢侈品的春天””的收尾之笔。

毕业典礼后,清华时尚管理论坛正式开坛。论坛就中国奢侈品品牌的市场定位、品牌搭建,及新环境下创新型营销策略两大主要论题展开主题演讲和嘉宾讨论。(李凌)

百合网举办京沪视频相亲会

本报讯 5月20日,中国实名婚恋网开创者——百合网在京沪双城海底捞火锅店举办异地同时视频相亲。

百合网开启了众多相亲模式的尝试,除了在全国各地影响颇大的万人相亲会,主题相亲活动也深受欢迎。对于本次相亲会,百合网联合创始人兼副总裁蔡岩表示:我们完全可以把这种相亲模式理解作为一种创新的情感沙龙或爱情课堂,紧紧围绕时下最热的感情话题,让当事人和专家同时交流,更直接更有效让人们抓住情感问题的本质。(婷婷)

山东高青法院完善执行工作体制

本报讯 山东高青法院在工作中把握“以当事人为本”的理念,尊重、依靠、关心当事人,不断完善执行工作体制,维护了当事人的合法权益。

高青法院在执行前考虑周到。在审理阶段主要把握诉前、诉中、诉后三个环节。执行中,充分发挥当事人的作用,用尽、用全、用活各项执行措施。执行后,认真做好执行回访制度。努力争取当事人的理解、信任和支持,实现案结、事了、人和。(胡延安)

凤仪轩感恩母亲节活动举行

本报讯 母亲节前夕,由北京市西城区妇联、凤仪轩美联集团主办的“献给三八红旗手母亲的爱”暨凤仪轩感恩母亲节活动在京举行。此次活动主要是宣传女性乳房正确健康的保养知识,并为15名西城区“三八红旗手母亲”做乳腺的检测和胸部保养。凤仪轩积极承担关爱母亲的企业社会责任,捐赠“粉红丝带·爱心卡”,用实际行动关爱女性。(张芳)

品牌传真