



品牌报道

皇明实名质疑太阳能行业潜规则

品牌资讯

吉利英伦 SC3 超高性价比

本报讯 近日,在山东济南某吉利英伦汽车4S店内,有一位从济南章丘地区赶来逛车市的消费者在对SC3经过了一番仔细“考察”后,当场就放弃了考虑其他车型的念头,他说:“SC3尽管是一款小车,但里里外外看着都很精致,最主要从配置上看,我觉得这车的性价比很高。”秉承了吉利英伦汽车注重家庭用车的实用、经济、可靠性的产品特色,吉利英伦SC3上市一个多月便受到消费者热捧,特别是在三四线城市,这款车更显现出了非常高的人气。

凭借吉利汽车多年来形成的务实、经济、耐用等用户口碑,对当地消费者着实有着不小的吸引力。同时,“超高性价比”一直是吉利英伦汽车所强调的,而SC3也的确很好地诠释了这一点,SC3所具备的时尚外型、越级空间、丰富配置和成熟动力都深深打动了消费者。店内很多青睐SC3的消费者也纷纷表达了他们对吉利英伦SC3“超高性价比”的高度认同,同时也表达了对该车在品质感和实用性的赞许。

谈及吉利英伦SC3如此炙手可热原因,该4S店负责人表示:“最主要的原因是英伦汽车品牌在经济型车领域的良好口碑,另外,对于我们这些三四线城市的工薪消费者而言,实用性是最被看重的,SC3省油、配置、空间也能满足一般家庭使用。”(沈海燕)

中法服装和家居时尚创新趋势研讨会举办

本报讯 为了加强北京和巴黎在时尚和设计领域的交流,巴黎大区经济发展局(PREDA)与中国服装设计师协会日前在北京组织了中法服装和家居时尚创新趋势研讨会。本次活动吸引了150多名中法两国专业人士的踊跃参与,与会人士交流了对服装和家居时尚创新大趋势的观点,并对加强两国首都专业人士的合作进行了探讨。

中法专家在交流中指出,中国经济发展30多年,中国市场为高端服装和家居行业提供了极好的机遇,中法在该领域的合作前景日益开阔。(王丽)

尚品网发布2012秋冬新品

本报讯 日前,国内领先的高端时尚和奢侈品购物网站尚品网在北京举办“2012秋冬新品发布鉴赏会”,独家发布、展示近百个国际知名时尚品牌2012年秋冬新品。这是国内购物网站首次举办国际高端时尚品牌荟萃展示活动。

本次鉴赏会展示了尚品网获得官方授权的近百个欧美高端时尚品牌的2012秋冬新品,包括服装、鞋履、箱包、配饰在内的四大时尚品类。Red Valentino、DVF等欧美高端时尚品牌和设计师品牌悉数登场,倾情演绎2012欧美秋冬风尚。(张玲)

山东高青法院刑庭化解社会矛盾

本报讯 山东省高青县人民法院刑事审判庭按照“忠诚、为民、公正、廉洁”的政法干警核心价值观的要求,立足审判实际,高快好省的审理刑事案件,一方面严厉打击危害人民群众利益的刑事犯罪。另一方面积极做好刑事附带民事的调解工作,确立了“调解优先,少判多调”的案件处理原则,全面加强调解工作。最大限度地弥补了被害方的经济损失,缓解了双方当事人间的矛盾,维护了社会的和谐稳定。

(李爱波 张桂林)

快销品行业增添新成员

本报讯 日前,江苏黄埔再生资源利用有限公司、陈光标绿色食品产业股份有限公司董事长陈光标对外宣布,将进军快销品行业,推出“陈光标好人”系列饮料。

据了解,“陈光标好人”系列饮料包括好人暖茶和好人凉茶,其中暖茶由南京中医院专家研发,具有祛湿驱寒、暖心暖胃的功能。陈光标表示,每卖一罐饮料,将捐出2毛钱直接做慈善。所以,百姓每喝一罐陈光标好人牌饮料,就等于为慈善捐了2毛钱。他强调,基本不会拿钱出来为饮料产品做广告,他想更多地让利给消费者,更好地用利润做慈善事业和宣传环保产业。他还强调,“陈光标好人”牌暖茶、凉茶以全国最优惠的政策大力支持青年创业。

另据记者了解,陈光标在黑龙江承包的近百万亩农田种植的“陈光标好人”系列有机食品也即将上市。他表示,将以全国有机食品中的最低价位让更多贫困家庭获得实惠。同时他还承诺,将一如既往地拿出净利润的50%做公益慈善事业。(郝仁)



今年6月1日,太阳能热水器首次被纳入到节能产品惠民工程之中。这意味着,国家将拨付近40亿元补贴入围的太阳能企业。然而,根据节能产品惠民工程办公室的通知,从通知到申报区4天时间,让绝大多数太阳能企业措手不及。

按照要求,首次申报的太阳能热水器要进行能效标准检测和耐压、耐冻、过热保护等方面的质量检测。“测试能效系数和产品型式检验检测周期至少是5-7天,正常要10天左右。然而,6月中旬,当第一批入围企业和产品型号名单出炉后,在4天内,江苏省企业就提交了300多个型号。究竟如何

能在短短几天拿出如此多的检验报告?日前,皇明公司董事长黄鸣在太阳谷再次曝行业潜规则,公开质疑江苏省产品质量监督检验研究院,并向工信部、财政部、行业协会等相关机构投书,质疑40亿元节能惠民补贴存舞弊行为。

2012年5月23日,国务院召开常务会议首次确定了太阳能热水器列入节能产品惠民工程中。当日,全国各地的太阳能企业代表被召集到北京进行商讨。据当日参会的皇明公司技术总监张立峰介绍,让到场企业高兴的是,将有40亿元的资金补贴入围的企业,如何制定入围标准,大家却莫衷一是。6月1日(星期五),节能产品惠民工程办公室突然通知,要求企业在6月4日(次周一)进行申报,并提交能效检测报告、节能认证证书等15项文本资料。惠民工程补贴金额按照产品所达到的能效等级和水箱容积来确定。

能效标准一直被家电行业采用,纳入惠民工程的家电企业只要把以前做好的能效检测报告汇总一下即可提交。然而,太阳能国家标准委员会是2011年9月29日发布这一标准,今年8月1日才正式实施。太阳能企业在毫无准备的情况下,均感措手不及。

“要不是皇明公司此前曾做过两台太阳能热水器的型材检验报告,第一轮惠民工程的申报就要挂零了。”皇明公司技术总监张立峰表示,一般来说,即使天公作美,要完成一个型号的全部检测时间至少要在5-7天。要在短短4天内完成一

个产品的型号检测根本不可能。根据节能产品惠民工程高晓太阳能热水器推广入围目录(第一批),皇明公司只申报了2个型号,其他18家公司中多数上报数量不足10个、最多的也31个,甚至许多省份没有一家企业来得及上报。

2011年9月29日,《家用太阳能热水系统能效限定值及能效等级》刚刚颁布,9月1日才正式实施。而且,送检费用高达8000至1万元,没有企业会主动积极地大批量送检。只是惠民工程把补贴金额与能效级别挂钩,才出现了大量企业集中送检的现象。”张立峰表示。

由于错过了第一批申报,皇明公司不得不立即准备第二批45个型号的申报。为了能及时拿到45个型号的产品能效检测报告,皇明公司分别将产品送往北京、武汉、山东三地检测中心同时检测,直到7月底才全部完成。张立峰解释道,检测一台太阳能热水器耗时至少要5-7天,正常是10天左右,因为太阳能热水器能效等级检测必须将热水器连续照射太阳光8小时,且辐射量要在17兆焦以上,多云天气都很难达到这一检测要求。所以,检测报告不是任何人加班加点就能完成的。(王玲)

品牌传真

纪念聂耳诞辰100周年图片巡回展在京举办

近日,纪念聂耳诞辰100周年——聂耳图片全国巡回展·北京展在北京吴东魁艺术馆隆重开幕,展览展出了与聂耳相关的图片百余幅,以图片展的形式缅怀这位伟大的人民音乐家。

中国文联副主席徐沛东宣布展会开幕,并向吴东魁艺术馆赠送《聂耳全集》、《百年聂耳》书籍。国画大师、慈善大使、吴东魁艺术馆名誉馆长吴东魁,北京市东城区区委书记杨柳荫,玉溪市委、市委宣传部长董文献在开幕式上致辞。

作为纪念聂耳诞辰100周年大型文化系列活动的重要组成部分,纪念聂耳诞辰100周年图片全国巡回展北京展通过一幅幅珍贵的图片,展示了聂耳不平凡的一生和聂耳为中华民族解放事业所做出的突出贡献,真实还原了一个勤奋努力、向往光明与进步的热血青年所走过的艰苦奋斗历程,全方位展现聂耳家乡玉溪的生态美、文化美、和谐美,大力弘扬聂耳以爱国主义为核心的民族精神和以改革创新为核心的时代精神,进一步激发广大干部群众团结奋斗的精神力量,谱

写云南与北京交流与合作的新篇章,以优异的成绩向党的十八大献礼。

此次活动由中国音乐家协会、中共云南省委宣传部,中共玉溪市委、玉溪市人民政府主办,由中共玉溪市委、市委宣传部、吴东魁艺术馆、玉溪市文化局、玉溪市博物馆承办,旨在弘扬聂耳以爱国主义为核心的民族精神和艺术创新精神,加强社会主义核心价值体系建设,推介云南、推介玉溪,为迎接党的第十八次代表大会胜利召开营造良好的文化氛围。

玉溪市委常委、市委宣传部长董文献表示:近年来,玉溪市委、市政府坚定不移地实施“文化和市”战略,修建了聂耳音乐广场、聂耳纪念馆、聂耳大剧院等一大批标志性文化设施,成立了聂耳音乐基金会,设立了“聂耳纪念日”,开展了一系



徐沛东(右一)向吴东魁艺术馆赠送《聂耳全集》、《百年聂耳》书籍,国画大师吴东魁(右二)代为接收

列“弘扬聂耳时代精神”为主题的文化活动。并在北京先后举办了首届聂耳音乐合唱周开幕式晚会《前进颂》纪念聂耳诞辰100周年(北京)音乐会、聂耳铜像陈列展等一系列文化活动,聂耳以爱国主义为核心的民族精神和艺术创新精神,已经融入了北京这座具有悠久历史的文化之都,融入了“北京精神”。聂耳文化品牌已成为玉溪、成为云南、成为全中国的一张亮丽名片。(梦杨)

“中国企业榜样丛书”首发式暨“红豆道路”研讨会召开

日前,“由中国社会科学院民营经济研究中心与社会科学院出版社主办的中国企业榜样丛书”首发式暨“红豆道路”研讨会在中国社会科学院举行。“中国企业榜样丛书”的开山之作《红豆道路?》,因其详细解读红豆的发展道路,总结其成功经验,揭示了中国民营企业生存与发展的黄金法则,对广大民营企业具有启发意义和借鉴价值而备受关注。

《红豆道路?》作为“中国企业榜样丛书”的开山之作,不仅代表广大民营企业企业家为迎接党的十八大交上了一份新的答卷,也为关心中国

企业成长、重视中国企业管理和发展的广大读者提供了优质精神食粮。

中国民企如何转型升级?如何实现可持续发展?为何搞党建?被称为中国民企三大挑战。《红豆道路?》通过“红豆为什么活得好”、“为什么走得远”、“为什么重党建”三部分生动讲述了红豆集团成功应对上述三大挑战的故事,揭示了中国民营企业生存与发展的黄金法则。该书还阐释了红豆集团开辟了一条把企业的发展与中国经济的发展、社会的发展紧密结合的中国企业发展之

路,即现代企业制度+企业党建+社会责任”的“红豆模式”,做到了中国传统文化与现代企业价值观的有机结合,实现了把党建优势转化为企业的发展优势等五大转化,走出了一条生态发展、幸福红豆、回馈社会和经济民主的社会和谐与可持续发展之路。为打造“中国第一文化品牌”和缔造跨国百年企业奠定了良好的基础。专家们认为,该书总结的红豆经验,尤其是在转型升级、企业文化和企业党建方面,具有重要的启发意义和借鉴价值。(小敏)

冰洁羽绒服“4张王牌”成就领先奇迹

天气刚降温,冰洁羽绒服就拉开了旺销的帷幕。冰洁近年来市场占有率与销售总额持续攀升,不断书写销售奇迹。日前,在北京举行的“冰洁品牌新闻发布会”上,冰洁服饰总经理王道成与媒体分享了冰洁的4张品牌策略“王牌”。

一是精准定位。冰洁作为波司登旗下的主力品牌,从诞生伊始,就精准定位于“青春、时尚、活力、潮流”,在行业中引领了“时

尚羽绒服”的风尚。品牌形象、产品风格、终端形象、广告活动等,都围绕“新时尚我主张”的品牌口号,深得年轻人追捧。

二是潮流设计。冰洁坚持做羽绒服中的“潮流”,轻薄亲肤的面料,炫耀百搭的色彩、青春动感的风格,保持着比潮流领先一步的敏锐度。

三是明星效应。与人气火爆的杨幂签约之后,冰洁的明星策略更是创意十足。杨幂现

在不仅是冰洁的代言人,更成为时尚顾问,今年推出了两组“杨幂2012设计款”,“轻时尚”的鲜明风格一上市就掀起了“幂时尚”热潮。

四是互动推广。针对年轻人的特点,冰洁的娱乐营销、网络推广、微博互动等一系列活动不断推出,每阶段都有新热点。其中,冰洁歌友会,成为每年冬季的王牌推广活动。本次发布会上,还正式启动了《时尚耀出彩 冰洁好声音》歌友会全国巡演活动。(沈海燕)

设计大赛成为中国国际时装周亮点

日前,梅赛德斯-奔驰中国国际时装周(2013春夏系列)在北京举办。为期十天的时装周中举办了44场时装发布,5项设计大赛总决赛以及时尚论坛、专题讲座、新闻发布等专业活动共计60余项。其中的设计大赛成为了时装周中的亮点。

欧迪芬杯·2012中国内衣设计大赛

本次内衣设计大赛的主题为“绿动曲线”,让方寸之间的设计不仅有时尚魅力,更兼具中国文化与自然环保理念。这也是欧迪芬国际集团第八年牵手中国服装设计师协会所引领的中国内衣设计最新方向。八年间,从关注女性时尚体会,到深挖时尚内涵,继承、保护、创新中华文化,再扩展到保护地球关爱世界环境,推动人文设计理念。主题的不断拓宽,视野的不断延伸,将大赛的社会价值逐步放大,也传递出欧迪芬所倡导的关爱文化理念的不断升级与完整。

“乔丹杯”第七届中国运动装备设计大赛总决赛

由中国服装设计师协会和乔丹体育股份有限公司共同主办的“乔丹杯”第七届中国运动装备设计大赛总决赛在751D·PARK 751罐举行。开赛前举行的乔丹“觉醒”2013春夏流行趋势发布会,以现代科技感为背景,浪漫的花卉以及对未知生命的探索为铺垫,通过一刚一柔产生碰撞,花朵的绽放象征着生命科技的觉醒,从而体现生命科技对于运动装趋势的影响。发布会作品主要由乔丹体育服装设计师赵子瑞主导设计。

“应大杯”第四届中国时尚皮装设计大赛总决赛

由天津应大股份有限公司、中国服装设计师协会联合主办的“应大杯”第四届中国时尚皮装设计大赛总决赛在北京饭店举行。重塑皮装廓形、丰富皮草的装饰手段、树立着装者

的形象成为了此次大赛的几大看点,更契合了本次设计大赛“臻美·超越”的主题。应大公司举办该赛事的宗旨是为中国皮装行业搭建一个圆梦的舞台,使更多优秀设计师通过展示自身才华,吸引更多的时尚设计人才投身到时尚皮装设计事业中。

2013“圣得西杯”中国时尚商务男装设计大赛

2013“圣得西杯”中国时尚商务男装设计大赛新闻发布会在北京举办。大赛获奖选手将有机会远赴法国向圣得西签约的法国时尚大师丹尼·法莱取经,并将参与圣得西品牌旗下产品的创意研发。通过对服装设计、工艺、版型和面料等方面的改良,满足男士着装需求,重新激发他们的生活热情,达到身体舒展和心灵自由自在的至高境界,这正是2013“圣得西杯”中国时尚商务男装设计大赛主题“型动自如”的由来。(沈海燕)



日前,Cabbeen 15周年庆典暨2013春夏系列发布会在北京举办,活动还举办了《枫树街33号》首映式。时尚 摄影报道