

产业资讯

科脉启谋助力深圳北大荒 打造立体营销网络

本报讯 日前,从深圳市科脉技术有限公司传来喜讯:深圳北大荒绿色食品配送有限公司成功上线了科脉启谋管理系统,公司利用信息平台整合了配送、销售、信息网络等业务流程,实现了各个门店和加盟店高效配送及收益翻倍的统一化管理规模。

科脉启谋管理系统帮助北大荒配送公司实现了以下规模效益:系统能支持多家配送中心、区域配送及二次配送,在物流配送管理上能采取自有配送及第三方物流相结合的运输方式,并通过核心加盟连锁店、店中店、社区销售点等形式建立覆盖全省的营销网络终端体系;供应商信息和商品信息得到了有效管理,保证了商品在有效期内的对外销售,同时提供对商品库存的查询,更好地让供应商了解商品的销售情况;解决一品多码、异店异价、一品多商、商品组合拆分等管理中的难点,融合了多业态混合经营管理模式,不仅适用于配送公司单店管理,而且能够满足公司各加盟店连锁经营的需求;强大的报表系统与灵活的自定义报表工具,能保证总部、门店之间信息的通畅。同时通过正确的智能补货处理,总部可以方便及时地查看各部门的销售、毛利、周转等经营数据。

(新 兰)

Compuware发布2013年应用性能管理最佳实践与发展趋势

本报讯 Compuware 公司近日宣布发表其新版《应用性能管理(APM)最佳实践集》的第一卷。该文集题为“2013年 APM 前沿技术与发展趋势”,由 Compuware 公司 APM 卓越中心的顶尖分析师和技术专家共同执笔,全集共含 10 篇论述 2013 年 APM 领域重大技术主题的文章。

文集涉及下述主题:在网络边缘和云端各处控制应用复杂度;营造 APM 文化的 10 大要求;定量分析用户体验不良所产生的财务影响;明辨真实用户监控中的误区与现实;从大数据的实际实施中汲取经验教训。

Compuware 公司 APM 卓越中心负责人说:“这部文集可以帮助 IT 专业人士将最前沿的 APM 实践方法应用到自己的组织中,并让他们为主动改善应用性能找准方向。”

(雪 真)

东方通定制气象行业中间件

现代社会,气象服务在国民经济和社会生活各领域的重要性日益突显,随着人们生活品质的提升和国家对灾害性天气防御工作的重视,气象服务体系优化升级工作势在必行,越来越多的信息技术与产品开始投入到气象领域。作为中国中间件的开拓者和引领者,北京东方通科技股份有限公司(以下简称“东方通”)长期关注、支持气象信息化建设,通过信息化手段带动气象服务水平提升。同时,东方通积极与相关气象部门深入合作,研制专门针对气象信息系统的中间件产品及解决方案,以专业力量促进气象信息网络建设。

东方通在气象信息化建设中拥有丰富的实践经验,早在几年前,东方通就成功参与建设新一代天气雷达信息共享平台。该平台是国家气象方面信息基础性建设的重要工程,内容包括数据收集与分发系统、数据加工处理系统、数据存储管理系统、数据共享服务系统、业务监控系统等五大系统。在平台建设过程中,东方通提供了基于消息中间件 TongLINK/Q 构建的集群方案,为各系统协同运作和数据共享交换提供可靠的公共消息服务网络支撑平台。作为专业的中间件厂商,东方通在长期经验积累的基础上,根据用户需要推出专业的气象专用中间件产品及解决方案,为气象信息系统提供有力的产品支撑,全力推动我国气象信息化建设。

(魏 勇)

“中国包装装潢第一案”开庭在即 红罐之争即将见分晓

■ 本报记者 冉 荷

被称为“中国包装装潢第一案”的王老吉、加多宝凉茶红罐装潢权诉讼官司即将见分晓。据广东省高级人民法院消息,5月8日进行了正式质证,双方对对方提出的证据就其真实性、合法性、关联性以及证明力予以说明和质辩。据悉,经过长达近10个小时的激烈质辩,王老吉、加多宝红罐装潢诉讼案完成了质证,合议庭决定将于5月15日上午9时正式开庭审理。

据了解,质证当天,王老吉提出确凿证据证明凉茶红罐装潢权归属王老吉,而加多宝相关证据却被指真实性、关联性不足。

“质证当天加多宝提交了49份证据,但大部分与红罐诉讼官司没有关联性,加上加多宝无任何充分理由便对王老吉所提供证据加以否定,甚至再次当庭提出新举证期申请。”王老吉代理律师表示。

据王老吉代理律师介绍,早在1995年广药集团与加多宝母公司鸿道集团签订的

《商标使用许可合同》中,明确约定授权鸿道集团生产经营红色罐装和红色瓶装王老吉凉茶。红罐及红瓶王老吉凉茶本身就是广药集团所拥有的王老吉凉茶产品系列中的一部分。

“从广药集团和鸿道集团此前所签订的商标授权许可协议可以看出,加多宝对红罐凉茶包装以及红罐凉茶的市场运营,以及王老吉凉茶知名度的提升,都是在广药的授权之下进行的,加多宝只是被许可人,而不是权利所有人。”王老吉代理律师表示。

根据我国反不正当竞争法规定,知名商品拥有的特有装潢权属于知名商品的合法经营者,并可随商品在不同的合法经营者之间转移。王老吉相关负责人表示,广药集团现收回红罐王老吉凉茶的生产经营权后,其特有红罐装潢权也随知名商品王老吉凉茶生产经营权一并转移至广药集团。

王老吉代理律师指出,具体来说,“王老吉”红罐凉茶的包装装潢其主体部分由红底色和黄色、特定字体的“王老吉”三个

字组成,其中,给消费者留下深刻印象、具有识别作用的,主要是“王老吉”三个字。作为装潢组成部分的“王老吉”三个字无论颜色还是字体与作为注册商标的“王老吉”完全一致。该装潢的知名度和区别商品来源的功能是通过将红罐与黄色“王老吉”结合使用产生和积累起来的,如果没有“王老吉”,仅红色罐,因为缺乏显著性,很难在消费者中建立起知名度。

更为重要的是,装潢既有王老吉凉茶特有名称又有王老吉注册商标,按我国《商标法》规定,未经商标注册人同意,是不能擅自使用的。王老吉属著名商标,未经许可谁也不能将其作为外观设计图案或字样。本案装潢的特殊性在于设计装潢是为王老吉凉茶专用,服务于王老吉,归属于王老吉,不可分离。

知识产权专家认为,包装、装潢作为一种可识别标志,根据 TRIPS 协议和我国反不正当竞争法的规定,只要具有特有性就可以受到保护,同时具有显著性,也可以作为商标受到保护。根据既定事实,作为“王老吉”凉茶商品的包装装潢,红罐包装的显

著性是建立在“王老吉”商标的许可使用基础上的,在长期的使用过程中与“王老吉”凉茶无法分离。

据了解,质证当天加多宝提供的第一项证据是梁世和个人声明的公证材料,证明加多宝在获得广药商标授权之前,在1992年就已经委托梁世和(广东南方饮料厂)生产红色包装,当时并没有王老吉三个字。

“梁世和并没有出庭接受质询,其证言不能被采信”,王老吉代理律师表示,根据加多宝提交的8号证据佛山市中级人民法院判决书第9页“东莞鸿道公司于1995年9月19日成立,1998年8月31日注销”,梁世和凭什么证明一个尚未成立的公司能提早三年零二个月委托他们生产清凉茶?

王老吉代理律师表示,加多宝提供的第6号证据外观设计专利证与其第7号证据自相矛盾。

产业亮点

东风标致308携手陈坤重走青春路 畅想驾驭乐趣



身,超越同级别的6安全气囊+安全气帘设计,将被动安全性全方位提升,符合12年防腐要求的双重镀锌钢板,更将其耐用性和安全性合二为一。对于一向严苛的308设计团队来说,作为2.0L车型更标配了

ESP电子行车稳定系统,堪称极致的主动安全配备,让你操控更加稳健。不仅如此,308 2013款更全系标配性能出众的固特异轮胎,使其抓地性更强,行进过程更稳健。

东风标致308 2013款新增白色为主推颜色,吸收标致品牌200年品质精华,回归出色的起点,纯净洁白,致雅激情。C型LED光导带技术,带来无可匹敌的视觉效果,更具有极强的辨识性。超大的后视视野集成转向灯设计,助以自动折叠,并且添加了LED及加热除霜功能,双手不离方向盘,便可以处理所需的一切,实用又具有时尚感。

精致舒适性,同样为308 2013款所重视,兼顾头,肩,背,肘,膝,腿,脚的人性化空间布局,营造更加宽式的驾乘感受,根据人体感知工学原理把躯干调节增加到27度,带来完美的乘坐体验,精选软硬度最舒适的材质,打造独具环抱式包裹感。

在车市微增长的背景下,原本竞争激烈的中级车市场早已进入红海时代,随之而来的是各品牌纷纷针对年轻人推出各种战略。而308 2013款始终把脉新生代消费者,凭借“308乐行动”第二季吸引更多消费者的眼光,通过“音乐互动微电影”招募剧本和演员等一系列活动,实现了全民互动。相信,好口碑加上强大的产品实力,308 2013款在2013年定会刷新销售纪录。

(魏 勇)

智能手机战果颇丰 LG 高端战略见成效

略实施的深化,手机业务有望创新高。

在从功能手机向智能手机战略转型过程中,LG因起步较晚而一度处于被动。而凭借全球研发优势以及对消费者的深入洞察,LG迅速调整市场策略,推出其高端智能手机Optimus G系列,逐步令LG手机业务得到复苏。

G以及LG Optimus G Pro系列在韩国本土以及欧美市场的销售都十分抢眼。据了解,Optimus G Pro自2月份登陆韩国市场以来,仅开售40天,便突破了50万台的好成绩,这也是LG电子推出的历代手机中最快达到50万台销售量的手机产品。专家分析,LG手机颓势的扭转得益于其高端战

金山发布中国首个捕捉定向攻击的安全系统——金山私有云

日前,金山安全系统公司宣布:正式发布金山私有云安全系统,协助中国企业级用户构建专属的安全城堡,捕捉定向攻击。“金山捕获过多个定向攻击木马。”金山安全系统公司副总裁张旭东说:“这些木马如工蜂一样,持续将国家级的、商业机密级的数据源源不断向外部传输。数字化环境中的攻与防,攻的烈、防的慢,已严重失衡。”

据中国国家互联网应急中心的数据显

示:2012年,中国境内1400余万台主机遭受攻击,3.8万个网站遭受远程控制。“如果说病毒毒力强盗,木马像小偷,那么定向攻击(APT)就是一种具有精准打击能力的核武器!”张旭东指出:“目前实施过的全球或局部攻击的APT,都具有藏得深、隐得久、攻得狠、逃得快的特点。”

“金山私有云安全系统是为解决APT问题而生的。”金山安全系统公司私有云产

品高级总监林凯透漏,金山私有云安全系统,从模型、原理、规则到基于原型客户的开发,历时两年多。该系统在技术架构、应用模型、白名单库的覆盖面、鉴定器的效能等多个方面具有领先性,并已得到客户的检验和成功应用”。

“我们相当于给企业级客户的数字化环境中的所有文件建立了一个身份证系统。并对其行为进行严密跟踪、监控。”林

凯说,金山的私有云安全系统,可以帮助用户实现对高级威胁的有效捕捉,让用户的数字化环境的变化“看得见”,未知威胁“找得到”,APT“防得住”,幕后黑手“跑不掉”。

据悉,在金山私有云安全系统之下,已形成四个解决方案,分别是:专用设备白名单管控解决方案、APT捕捉与防护解决方案、虚拟化环境专用解决方案、文件审计防护解决方案。

(冉 荷)

团购三年共为京消费者节省14亿元 移动电子优惠券流行

随着互联网科技对生活的不断渗透,消费者的生活消费理念和方式也在发生变化。人们青睐通过团购、下载电子优惠券等消费方式获取优惠。5月6日,大众点评发布《中国城市生活消费十年变迁(2003-2013)》显示,自2010年大众点评开通团购业务以来,团购消费在北京持续火爆。截至2013年第一季度,大众点评在北京的团购销售总券数超过1100万份。2010年以来,大众点评团购以平均每单3-4折的优惠,为北京消费者节省支出超过14亿元。

此外,获取电子优惠券也成为北京消费者寻找优惠的主流方式。2012年2月-2013年3月,平均每天有超过2万张大众点评电子优惠券被北京消费者下载。随着智能移动终端的普及,越来越多消费者通过手机随时随地获取消费优惠。最近一年中,北京消费者通过移动端下载大众点

评电子优惠券的比例超过80%,平均2秒钟就1张优惠券被手机下载。

小吃快餐类美食团购、电影院类休闲娱乐团购最热卖

《中国城市生活消费十年变迁(2003-2013)》显示,自2010年以来,在大众点评北京美食类团购中,小吃快餐、火锅和西餐类别的团购券最热卖。大众点评小吃快餐类团购券共计销售超过128万张,火锅类团购券售出约100万张,西餐类团购券销售约90万张。

在休闲娱乐类团购中,电影院、KTV和游乐游艺类团购最热销。其中,大众点评电影院类团购券共销售近400万张,KTV团购券总计售出超过50万张,游乐游艺类团购券卖出超过25万张。

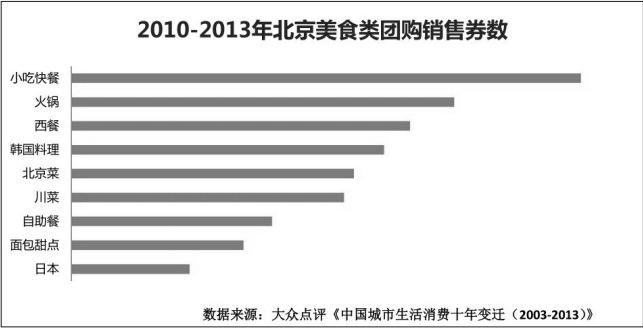
报告显示,“大鸭梨烤鸭店”的代金券居北京美食类团购券单笔销量榜首,共售出超过4万份;单笔团购销售券数最高的

休闲娱乐类商户为“星美国际影城”,单笔售出团购券近7万份。“新影联华谊兄弟影院”和“昌平保利影剧院”单笔团购销量也领先于其他商户,单笔销售分别为6万份和5万份。

美容美发类团购券最受欢迎,平均2秒就有1张优惠券被手机下载

在丽人类团购中,美容/spa、美发和美甲的团购券最受欢迎。大众点评北京美容/spa和美发类团购券共销售约30万张。

除了团购,获取电子优惠券也成为北京消费者寻找优惠的主流方式。2012年2月-2013年3月,平均每天有超过2万张大众点评电子优惠券被北京消费者下载。随



着智能移动终端的普及,越来越多消费者通过手机随时随地获取消费优惠。最近一年中,北京消费者通过移动端下载大众点评电子优惠券的比例超过80%,平均2秒钟就1张优惠券被手机下载。

(魏 勇)

产业平台