



## 华硕发布“飞马”4G手机

本报讯 12月23日,华硕在京发布了搭载“省事儿”智能桌面系统的全新品牌“飞马”4G智能手机。华硕全球CEO沈振来表示:“‘飞马’是华硕在4G智能手机领域的重要战略布局,除了传承华硕在硬件领域的极致性能与设计设计的极致美学外,在软件领域也开创性的推出了‘省事儿’智能桌面”。

据了解,“省事儿”智能桌面,是将用户传统的使用APP的搜索、下载、安装、打开、使用五步合一,真正实现了从内容出发的按需所搜、即搜即用,免去了下载等烦恼。同时,“省事儿”智能桌面还可智能创建用户个人最爱的内容列表,不需要切换各种应用,自动分类方便查找,为用户进行私人订制,并提供一键分享功能。可以说,“省事儿”智能桌面的发布,除了展现了华硕自身强大的技术与研发实力,更解开了萦绕业界多日的“不装APP”的猜想。

业内人士认为,此次发布,实现了用户、移动互联网公司到运营商的三赢。唯一不“省事儿”的就是其他智能手机厂商了,毕竟,通过搭载“省事儿”的飞马4G手机的推出,华硕已经率先登上了4G和云应用结合的快车,凭借自身雄厚的技术、研发实力,占领了“软硬兼施”的领跑者位置。据悉,华硕飞马4G手机移动版已于12月23日开始在苏宁易购接受预约,29日正式开始抢购。(书云)

## 普元应用开发平台强势支撑 航空航天IT国产化进程

本报讯 日前,全球领先的企业级软件平台厂商普元应用开发平台EOS Platform率先完成航空航天IT国产化测试工作。作为国内软件交付平台产品市场占有率第一的国产品牌,普元EOS Platform再度强劲发力,经由中国航天科工集团第二研究院100%国产化建构的服务器端和客户端的多维度验证,其性能表现良好,兼容性、运行稳定性等表现均达到“航天级”要求,满足航空航天集中管控与安全需求,在应用系统国产化方面有了新的突破。

据介绍,普元EOS Platform7.3在本次测试过程中表现出对国产化平台良好的兼容性,获得用户方技术人员及相关领导的一致认可。业内人士表示,对航空航天行业来说,采用能够全面国产化对接的普元EOS Platform,对保障国家核心产业的安全性,具有十分重要的意义。普元技术开发团队表示,普元已率先完成国产化,在配合中国航天科工集团及其他各单位的应用系统国产化改造方面,已做好充足准备,力求以技术强势支撑航空航天IT国产化。

据悉,普元凭借多年的实施经验,已在国家安全重要领域积累了良好的客户基础,普元产品已被包括航天科工集团、航天科技集团、兵器工业集团、中航工业集团、中国电子科技集团、中国核工业集团等国家核心单位广泛采用,并获得了一致的认可。此外,普元EOS Platform在政务、制造、能源、交通、医疗等各个行业和领域也有着广泛的应用,并通过与商业伙伴的合作,已成功部署到了亚洲、欧洲、非洲和拉丁美洲的全球各地客户的关键业务系统中。(闫立)

## 专利拍卖招商公告

受专利权人委托,北京金槌宝成国际拍卖有限公司将对下述专利(申请)权进行拍卖,欢迎报名参与竞买。详情可查阅该公司网站www.jcbcpm.com,或致电010-57110083索取详细资料。

1. 手持斜卧前置快速式微耕机(ZL201420401211.1)

本发明耕作平稳、安全,功能和效益突出,能耕深度为30°左右,能跨越深沟、翻越地坎。其结构简单,轻巧灵活,耐久可靠,外观新颖,维修方便,可施肥、浇水、打农药。适用于山区小块平地、梯田、斜坡地、蔬菜地、果园地、花木地、大棚地耕作。市场前景广阔,经济效益可观。

2. 一种高地隙喷药机(ZL201320083419.9)

本发明包括动力机、喷药器、前轮距调节装置和后轮距调节装置,可以和各种拖拉机配套安装。喷药时,安装封闭驾驶室和配套喷药装置,喷药结束时,拆去相应部件,又是一台完整的四轮拖拉机。实现一机多用,满足不同作业及农作要求,可普遍推广,市场前景广阔。

3. 室内空气净化隔尘玻璃窗(201310178779.1)

该发明属于室内空气净化隔尘装置。通过内、外导流玻璃与主导流玻璃形成上下锯齿交错气流通道,引导流通空气通向水面并驱动风水轮旋转形成水幕达到水吸收灰尘的目的。在不影响传统玻璃窗功能的情况下,让流向室内的空气尘埃和悬浮物得以净化。

# 未来零售业竞争是“两栖”战,更是体验战

■本报记者 毛雯

10月9日港交所挂牌上市,遍布全国的直营店超过5600家,“双12”线上线下门店单日成交总额突破1.1亿元……一系列不俗的成就,均发生在属于拉夏贝尔的2014年。拉夏贝尔近期的“热”,与传统服装业的“冷”形成强烈反差,在业内掀起不小的波澜。

创建于2001年的拉夏贝尔(La Chapelle),是以快时尚著称的传统线下服饰品牌,被业界誉为“中国ZARA”。虽然近年来许多传统服装品牌纷纷开辟线上渠道,以应对电商对传统渠道的冲击,拉夏贝尔却始终“任凭风吹雨打,我自岿然不动”,并未顺势卷入这些年如火如荼的“线上肉搏”。而业内都在大谈O2O战略的时候,也未见拉夏贝尔发出任何声音。直至2014年,一直以来被视为“落后分子”的拉夏贝尔,不鸣则已,一鸣惊人,凭借“双11”和“双12”中出人意料的表现,点亮业界关注的目光。

### 全渠道就是1+1>2

这两年,一直被看好的快时尚品牌似乎纷纷在走下坡路,很多品牌都在缩减开店计划。据新闻报道,去年11月H&M携手设计师Isabel Marant发售的限量款在北京首次遇冷,率先进入中国市场的MANGO自去年以来,在上海、南京等地频频传出闭店的消息,服装业正面临高开低走的尴尬。

与同行品牌缩减开店计划相反,2014年,拉夏贝尔全国直营店仍在明显扩张,而其在线上的布局也异常“神速”。2014年6月,拉夏贝尔启动全渠道战略,从6月19日会见天猫高层并作出决策,仅40天时间,拉夏贝尔就在“无经验、无团队、无系统”的

“三无”条件下,凭借优秀的执行力,于7月29日上线天猫试运营。8月9日,拉夏贝尔天猫官方旗舰店正式开业,这意味着在阿里巴巴集团的关注和支持下,拉夏贝尔业内首创一步到位跨入电商2.0、进入O2O全渠道时代的商业案例。3个月后,就加入了“双11”的战场。首次参加“双11”,销售额便超过2500万元,全国25个省份的311个门店成为发货主战场,占总发货比例超过70%,且36小时便完成了门店的大部分发货。不少顾客当天就惊呆大赞,盛赞拉夏贝尔是火箭速度的“神物流”。一个月后的“双12”,店铺发货占比更达85%,24小时即完成了90%的订单配送,48小时便完成了全部配送。顾客再次感受到了拉夏贝尔的“雷人”速度,店铺评价一次次被“神速”刷屏。

拉夏贝尔全渠道创造的“神速”,让顾客感受到了一个不一样的“双11”,也让人们对全渠道的价值获得了不同理解。拉夏贝尔执行董事、高级常务副总裁胡刚表示,“传统商业线上线下通常是两个系统甚至两张面孔,这会严重割裂顾客购物体验,影响顾客满意度。拉夏贝尔的全渠道战略的本质有两层含义,对外是实现顾客满意,对内是实现运营升级。电商业务本身跟传统业务会有巨大的区别,如果它能够跟传统商业模式相结合的话,我相信会焕发出更强的生命力,能起到1+1大于2的效果。拉夏贝尔电商独特之处在于电商部不备货、不卖货、不发货,依靠与线下门店的充分互动整合,实现了顾客满意、运营升级并取得明显超出预期的不俗回报。”

### 全直营爆发O2O神力

曾被视为神话的电商还会是传统零售业的救命稻草吗?消费者选择网购的原因

在于,选择范围广,易于搜索,价格实惠,便于比较,购物非常方便。然而它无法替代实体店的服务体验,顾客不能触摸、试穿试用,还要受到“慢递”的困扰。正因为此,拉夏贝尔的全渠道将打造无缝式“全渠道”体验,为顾客提供全新的购物体验,作为全渠道的终极目标。

近几年来,传统零售业纷纷触电,电商已成大势所趋,然而在电商最火的时期,拉夏贝尔并未匆忙实行电商战略,而是埋头修炼内功。当同行纷纷转战线上时,拉夏贝尔却将精力放在直营门店的扩张上,不断抢占线下份额,优化门店服务,甫一登陆天猫商城,便在短短8天内成为“百万富翁”,3个月迈入“千万俱乐部”,“双11”在线下品牌电商排名第二;“双12”则一举跻身TOP10,在线下品牌电商排名第三,仅次于优衣库与波司登。

“两双”业绩远超预期,让阿里巴巴也倍感惊喜,相关负责人特发来邮件祝贺,称赞“少见快速突破”。这时人们才注意到这个一直低调的传统零售品牌在线上取得了不俗表现。其实,这一切并非偶然,要知道全直营的商业基因早就奠定了拉夏贝尔O2O初战告捷的基础。事实上,拉夏贝尔对于全渠道的理解和策略与其他服装品牌并不相同,且充满了前瞻预见性。

全国几千家直营连锁门店,线上线下同步上新、同步活动,同款同价,总仓、门店仓库共享,全国门店相当于网店的仓库,为拉夏贝尔扬长避短、一步到位实现全渠道业务奠定了先天优势。仅仅打通线上线下库存,就为顾客带来了更好的物流体验,并且在2014年实现了明显超出预期的销售净利率,这仅仅是拉夏贝尔战略实施的第一步,在未来,拉夏贝尔着眼于推进全渠道

业务,创造更畅通、自由的购物体验模式。

### 未来零售业竞争 不拼价格拼体验

目前,拉夏贝尔实现了线上线下商品、库存、流量的打通,为线上购物的顾客提供了更优质的服务。而在其全渠道的蓝图中,线上、线下两拨消费者将不再泾渭分明,而更像“两栖生物”,这就要求品牌去打通所有的购物场景,不断优化购物体验,用互联网思维去挖掘顾客的需求和痛点,提供三维立体服务,将线上、线下营销的优势进行融合、创新。

按照拉夏贝尔的计划,当顾客挑选单件衣服后,常常会面临搭配的问题,这也是很多女性购物者普遍苦恼的问题,而店铺的“搭配顾问”可以提供相应的搭配建议,并将搭配方案直接通过平板展示给消费者。除了可以为消费者提供搭配参考外,还可以完成线上支付。消费者如果看中了搭配顾问提供的搭配,线下试穿满意,又懒于排队结账,可以直接通过门店的移动终端完成扫描支付。在未来的计划中,解决店铺内服装缺货断码的难题,也将是拉夏贝尔需要去逐步完善的方面,例如,消费者在一家店铺看好的衣服如果缺货,店铺导购可以通过移动终端从另一家店调货寄送或上门送到消费者家中,这样既提升消费者购物体验,又减少了销量流失。

“未来零售业的竞争,是购物体验的竞争。谁能更好满足顾客需求,谁才能保持长久竞争优势。今后,拉夏贝尔将全渠道业务重点聚焦在以顾客购物场景为中心的商品、库存、流量、会员、支付等五大方面的业务打通上,我们希望使顾客来拉夏贝尔购物时就像邻里做客一样亲切,像朋友交往一样愉悦,充满更多乐趣和便利。”拉夏贝尔执行董事、高级常务副总裁胡刚如是说。

## 老挝开泰银行正式开业 首年贷款业务目标2500亿基普

开泰银行在老挝人民民主共和国注册成立的当地法人银行日前正式开业,成为首家在老挝注册的泰资银行。老挝开泰银行注册资金为3000亿基普(约合12亿泰铢),宗旨是扩大分行和电子银行网络,以全方位的产品和服务满足企业客户和个人客户的需求。

开泰银行总裁披第·导财表示,老挝开泰银行将注重为在老挝投资的泰国以及东盟三国国家的企业客户和个人客户提供金融和非金融服务,同时强调开拓老挝的高净值客户和富裕客户,主要业务包括基普、泰铢和美元商业贷款和存款,进出口融资,以及国际国内汇款服务。同时,老挝开泰银行还推出财智贵宾服务(THE WISDOM),从全方位卓越金融服务和品质生活至尊特权两个方面满足客户需求,例如,财智贵宾服务中心的贵宾客户服务体验和符合国际标准的保险箱服务等。此外,老挝开泰银行还提供老挝经济产业信息和投资法规等贸易投资咨询服务。

在此之前,已有不少老挝客户经常过境到泰国的廊开、乌汶和乌隆他尼府使用开泰银行的服务,因此,在老挝设立当地法人银行使得开泰银行能向老挝的企业和个人客户提供更多满足其需求的产品和服务。老挝开泰银行的经营目标是2015年内在老挝市场发放贷款约2500亿基普(约合10亿泰铢),吸收存款750亿基普(约合3亿泰铢),并计划2016年内在老挝境内增设一家分行。

披第总裁指出,老挝的经济发展潜力极大,近几年经济平均增长速度达7%至9%。2013年老挝国内生产总值达111.41亿美元,增长8.1%,增速在东盟成员国中位居第一。此外,老挝拥有与



老挝开泰银行正式开业

开泰银行总裁披第·导财先生(中)、老挝人民民主共和国银行行长颂抛·法伊西博士(左二)。

泰国相似的中心地理位置,并与泰国北部和东北部有共同边界,还与中国、越南、缅甸和柬埔寨接壤。老挝是泰国的第22大贸易伙伴和在东盟的第7大贸易伙伴,两国边境贸易快速增长,成为日益重要的贸易渠道。老挝还有“亚洲蓄电池”的美称,向泰国等邻国大量输出电力。目前,泰国与老挝的边贸总值约32.5万亿基普(1300亿泰铢),占两国贸易总值的90%。泰国还是老挝第三大外商直接投资来源国,仅次于中国和越南。

披第总裁最后表示,开泰银行的重要战略是努力在东盟加三区域市场扩大本行服务的覆盖面和分支机构网络,更好地满足客户海外业务的金融需求。目前,开泰银行在海外设有14家分支机构和子银行,除老挝开泰银行外,开泰银行还设有洛杉矶分行、香港分行、开曼群岛分行、深圳分行、成都分行、深圳龙岗支行、北京代表处、上海代表处、昆明代表处、东京代表处、仰光代表处、河内代表处和胡志明市代表处,此外金边代表处和雅加达代表处正在筹备当中。(文轩)

## 打造大数据时代的“泛”终端管理

——北信源参加第七届信息主管年会精彩演讲引共鸣

本报讯 近日,由中国电子信息

产业发展研究院主办,中国信息化周报、中国信息主管网、中国信息化推进联盟CIO专委会联合承办的2014第七届中国信息主管年会在北京举办。北信源安全顾问李鹏应邀在会上以“大数据时代的‘泛’终端安全”为主题做了精彩演讲,其深度剖析了大数据时代泛终端的演进及未来发展趋势,引起参会者的强烈共鸣。在本次大会上,北信源还凭借其在行业内的专业能力以及行业影响力,一举摘取了“2014年度信息化解决方案优秀供应商”的桂冠,再次用实力验证了北信源在行业的领军地位。

在大数据时代,泛终端是大数据的重要输入输出,一方面,大数据的需求推动泛终端的演进,另一方面,泛终端的演进也促进大数据应用的发展。同时,随着云计算和虚拟化技术的发展,终端通过承载管道逐步

向云端延伸,将复杂的大数据计算、庞大的大数据存储等都移向云端来处理,终端“瘦”下去了,云端数据变“大”了,同时也提高用户体验,因此,泛终端与云计算和大数据的深度结合将是趋势,预计未来几年内,将有更多的泛终端应用将基于云端提供,为大数据的应用提供天然的便利条件。

此前,北信源首席战略官胡建斌在首届国家网络安全宣传周上接受记者采访时说:“北信源最先提出‘终端安全’这个概念,在这个市场,随着整个信息安全产业的发展,每一个细分市场都被放大、膨胀。所以,我们现在提出了大数据时代的‘泛终端安全管理’理念。与此同时,对终端的范围、内涵和外延进行拓展,引入新的技术去强化自身已有的优势,这就是大数据时代的泛终端安全。”

(张强)

## 首届700网晚报杯全国业余围棋网络公开赛 全国业余象棋网络公开赛正式拉开战幕

本报讯 万众期待的“首届700网晚报杯全国业余围棋网络公开赛”、“首届700网晚报杯全国业余象棋网络公开赛”于日前正式拉开帷幕。

“晚报杯全国业余围棋网络公开赛”在中晚棋业官网700网(www.ce700.com)和弈城围棋网上报名举行。“晚报杯全国业余象棋网络公开赛”在700网和联众游戏网上报名举行。随后,象棋比赛还先行在中国联通(沃商店)移动手机平台进行,移动赛区开赛日期将定在2015年1月初,具体日期另行公布。

根据全国晚报体育新闻学会2013年与中国围棋协会、中国象棋协会签订的协定,网络赛围棋冠军授予专业初段(25岁以下)或业余7段称号,并优先代表中国参加国际性业余赛事;前16名授予业余6段和一级运动员称号,前128名授予业余5段和二级运动员称号。网络赛象棋冠军授予国家大师称号,第3名至第20名授予国家棋协大师称号,第21名至第50名授予地方棋协大师称号。

两项赛事总奖金超过500万元,并根据在线参赛人数的不断增加,奖金总额适当上浮。两项网络赛

公开组的冠军奖均70万元起步,前128名除获得不同额度奖金外,还将获得相应的等级称号。围棋高级组冠军奖金为15万元,前50名均有不同额度的奖金,并授予业余5段和二级运动员称号。高级组奖金也同样根据在线参赛人数的增加,适度上浮奖金。凡报名参加两项网络赛事者,均分别奖励“弈城围棋”和“联众游戏”会员资格。此外,每个组别还特设胜负奖。普及组也有相应的奖励,并根据胜率和积分授予不同的段位等级称号。

两项赛事均分为网络选拔赛和落地总决赛两大阶段,其中围棋分为公开组、高级组和普及组3个组别;象棋分为公开组和普及组两个组别。网络选拔赛赛期为6个月。网络赛区分别选拔出围棋公开组118名和高级组80名、象棋240名(包括手机赛区100名)优胜者进入落地总决赛。落地赛采取单循环赛制,最终排定名次。

两项赛事的竞赛规程和奖励细则将在700网、“联众游戏”和“弈城围棋”上刊出。欢迎广大爱好者,熟悉规则,积极参赛,磨练棋艺,共同推动我国棋类群众运动的发展。(晓月)

## 关于新版《商标注册证》样式的公告

二、新版《商标注册证》样式

1.新版《商标注册证》继续使用A4纸张打印,保留烫金国徽和塑封。正面顶部左侧保留注册证条形码,右侧保留商标注册号。《商标注册证》正面底部左侧为“局长”及商标局局长签字,右侧为“发证机关”及商标局印章。《商标注册证》背面及附页顶部左侧设置注册证条形码,右侧设置商标注册号,附页底部标

注页码“(附页\*)”,附页正反面打印。

2.新版《商标注册证》正面打印商标图样、“注册人”、“注册人地址”、“注册日期”及“有效期至”。注册证背面打印“核定使用商品/服务项目”,仍打印不完的,另行设置附页,注册证主页上提示“(见附页,共\*页)”。如共有商标注册证,则商标注册证正面项目调整为“注册代表人”、“注册代表人地址”,“共有人”项目及内容打印在注册证背面“核定使用商品/服务项目”后。

北京市工商局朝阳分局办



工商之窗