

波司登借力米兰世博会推广中国品牌

备受瞩目的2015意大利米兰世博会自开幕以来,吸引了全球众多的游客和参观者。来到米兰的参观者们在火车站、机场、地铁站等交通枢纽,以及人流密集的商业中心,都能看到中国服装品牌波司登的时尚大片,体验中国品牌的时尚魅力。

意大利米兰世博会展期共184天,本届世博会以“滋养地球,生命的能源”为主题,聚焦农业、粮食和食品,共有145个国家、3个国际组织和13个非政府组织参展,在为期半年的展期里预计将吸引2000万世界各国观众。波司登作为米兰世博会中国企业联合馆时尚平台官方合作伙伴,正借力米兰世博会向全球推广自主品牌

卡塔尔航空包揽2015世界航空三大奖项

近日,2015年Skytrax世界航空奖正式揭晓,全球五星级航空公司卡塔尔航空公司(以下简称:卡塔尔航空)共折桂三项世界大奖:“年度最佳航空公司”,“最佳商务舱座椅”,“中东最佳航空公司”。这是卡塔尔航空第三次荣膺“年度航空公司”大奖,第八次当选“中东最佳航空公司”。

目前,卡塔尔航空在全球发展迅猛。尤其在过去的十个月间,随着空中客车A380客机的启用,及运营了全球首家A350客机,卡塔尔航空的机队实力迅速增强。

卡塔尔航空集团首席执行官 Akbar Al Baker表示:“能够引领卡塔尔航空不断创新并取得骄人成绩,我深感荣幸。我们的每一位员工,都以自己的工作为荣,并凭借丰富经验为乘客提供服务。员工们的高度责任感和工作热情,让我们在业界屡获大奖,大家的奉献精神让我们始终名列前茅,我在此感谢卡塔尔航空集团的每一位成员。

Al Baker先生还指出“我们始终致力于为旅客提供优质服务,能够受到全球旅客的肯定,赢得 Skytrax 世界航空奖中三项殊荣,我们备受鼓舞。一系列荣誉见证了我们为旅客带来满意的出行服务。全球旅客不仅选择了全球五星级的航空公司,还支持我们第三次当选全球年度最佳航空公司。卡塔尔航空承诺将继续为往返于全球147个目的地的旅客们提供最优质的空中服务。”

近期卡塔尔航空将实现一系列重大发展,包括全球最大的商务舱休息室多哈哈马德国际机场 Al Mourjan 商务舱休息室正式启用;机载娱乐系统 Oryx One 全面更新升级;推出全新的机舱洗漱包;推出全新的客舱菜单;优化登机服务等。

KSPG 推出新产品

日前,德国KSPG公司推出新一代发动机环保电控节气门,可根据驾驶人员的需求随时调整扭矩,以及驾驶性能、急速控制、舒适性、自动车速控制和打滑控制等性能。

KSPG新一代电控节气门的功能集成程度极高,由于其零部件都是整个执行器产品的组建模块,因此节气门的执行器不仅可用于传统的柴油和汽油发动机的新鲜进气管理,而且可用于尾气再处理领域。最新的电控节气门执行器完全利用了组建模块结构的协同潜能,在车辆电气化程度越来越高的情况下,电控节气门能够满足制造商的需求,并在减少排放和噪音方面作出贡献。

寿光农商行开展贷款营销宣传

近日,山东省寿光农商行加大贷款营销力度,满足客户多样化贷款需求,以全面完成全年营销任务为目标,促进贷款业务的健康发展。为了积极响应总行行的“扫街式”贷款营销宣传,山东寿光农村商业银行寒桥支行通过宣传单页、宣传海报、卡片、LED、微信平台、咨询台等多种形式,在辖区内普及贷款营销宣传,让客户更加直观地了解到贷款的方式方法,将贷款知识送入家家户户。

寿光农商行寒桥支行加强对商品市场个人经营性贷款投放,在防控风险的前提下,积极探索推出围绕产业链、客户群、核心企业上下游的特色融资方案。寒桥支行还加强对农村种养殖大户、农村个体经营户调查研究工作,按照该行拓展农村市场的要求,稳步推进农村客户的个人融资业务。

遗失声明

北京阳光田园火锅有限公司不慎遗失北京市地方税务局通用机打发票两张,第一张发票号码:25926150 发票代码:211001360030;第二张发票号码:25926128 发票代码:211001360030 现声明作废。

装品牌。波司登所在的中国企业联合馆占地面积1270平米,场馆共三层,建筑面积2045平米,中国企业联合馆优选中国各行各业最具代表、最能体现中国形象的民族品牌,让参观者能够全方位地了解中国的品牌和市场。

据波司登意大利负责人介绍,在世博会期间,波司登从5月24日开始在米兰中央车站前的奥斯达公爵广场同步进行品牌推广,展示波司登意大利系列品牌形象,展出将持续到十月底。该负责人表示:“波司登将充分利用好国家‘一带一路’战略建设的机遇中,将中国服饰文化及原创设计与国际接轨,米兰是国际时尚之都,借助米兰世博会

老记茶业打造具有国际影响力的茶品牌

6月19日,2015年北京国际茶业展在北京展览馆盛大启幕。老记茶业受邀参加了本次茶业盛会,并推出岩派大红袍、暖香大红袍以及故宫贡茶系列茗品。“老记大红袍”荣膺2015北京国际茶业展“名优茶评比推介活动”金奖。展会期间,老记大红袍展位门庭若市,泡台前座无虚席,不少对老记大红袍感兴趣的茶友们都前来展位咨询并了解更多品牌动态。

茶叶诞生于中华大地,在数千年的历史长河里不断在对外贸易中扮演重要角色,茶业的发展打通了古代中西方的对话渠道。在现代国际竞争环境下,依靠传统农耕作坊的茶产业已不足以承担这样的对话渠道,一个具有国际性影响力的茶品牌将成为新时代中西交融的渠道。“老记茶业”就是致力于打造这样的知名茶叶品牌,并积极履行承接东西方文化交流的重要渠道。

作为一个国际性的重大赛事,中网历来对合作伙伴都有严格要求,赞助商必须具有品牌实力,能够担负中国文化走向世界历史使命。中国老记茶业集团是中网公开赛最为认可的茶叶品牌,老记大红袍作为国茶的代表,是这项赛事向世界传播中华文化的有力依靠。

新航打造“食全时美”机上中式餐食新概念



日前,新加坡航空公司在北京举行的新闻发布会上推出“食全时美”全新机上中式餐食概念,自8月1日起,搭乘新航头等舱从北京和上海出发的乘客将有机会品尝到中国名厨朱俊先生打造的九道中式经典菜肴,刷新云端美食新体验。

此次“食全时美”全新机上中式餐食由新航国际烹饪顾问团(ICP)成员、“苏浙汇”集团副总裁兼首席技术官朱俊先生亲自创制。为了更好地搭配全新的中餐概念,新航还将推出全新中国茶饮,其中包括毛峰、铁观音、正山小种和普洱四款常规茶品以及四款随季节和菜单变换的时令茶品,并于今年8月起将首推适

■ 本报记者 梦杨

809.36亿元、行业第一、连续十一年……这几个关键词来自于世界品牌实验室近日在京颁布的2015年《中国500最具品牌价值》排行榜。福田汽车以809.36亿元的品牌价值,名列总排名第34位,在汽车行业稳居第4位,商用车行业第一,连续十一年持续领航中国商用车市场发展,续写福田汽车书写品牌传奇。

打造具有互联网特质汽车。摒弃以往工程师为导向的思维路径,福田汽车以大数据挖掘为前提,以用户为中心,在产品研发设计、生产制造和营销推广等全产业链上贴合消费者的个性化需求,让消费者自主决定车辆功能及配置。2015年上海国际车展上,福田汽车推出的两款个性化定制车型——用户众筹定制的“萨瓦纳”和行业定制的“图雅诺”,标志着福田汽车正用互联网思维和工具逐步深度变革企业全价值链,深度满足消费者个性需求。

这个平台,让波司登这颗‘中国种子’在米兰、意大利乃至整个欧洲生根发芽。”

始创于1976年的波司登是中国最大的羽绒服品牌商,已20年蝉联国内市场冠军。公司在全球68个国家和地区注册了“波司登”商标,产品成功进入英国、德国、美国等国家。2012年伦敦奥运前夕,波司登在英国开设旗舰店。2014年,波司登全新开发意大利系列产品,全系列所有设计均由意大利团队完成,再由拥有40多年生产经验、技术精良的波司登总部生产。目前,产品已在包括德国、意大利、法国、西班牙、俄罗斯等在内的8个欧洲国家400多家中高端品牌集合店中进行销售。



“老记茶业”成为中网官方唯一指定茶叶供应商,是老记茶业品牌实力的体现,是老记大红袍走向世界的重要环节。“老记茶业”将与中网共同传递中国文化,打造中国软实力,助力和提升中国网球公开赛在国际网球赛事的影响力。同时,在国际范围内打造中国茶叶的代表性品牌,不仅让中国茶叶

新航打造“食全时美”机上中式餐食新概念

合夏季饮用的白茶。

新加坡航空中国区总经理卜小雄(Pok Siau Heong)先生表示:“‘食全时美’最新中式机上餐食的推出,旨在进一步兑现新航‘用心创新,服务中国’的承诺。新航进入中国30年来,一直致力于为中国市场及中国乘客打造高品质的机上飞行体验,这一次次的变化和创新,都显示出我们新航对中国市场的用心。而这次新航以中国传统美食文化为核心,主打‘应季、时令’菜概念,为乘客打造全新精致菜肴。希望更多的乘客选乘新航,感受我们的每一次用心创新。”

全新“食全时美”中式餐食概念启发于中国古代饮食文化传统,孔子曰:“不时,不食”,即“不合时令的食物,不吃”。所以新航此次对头等舱菜单进行革新,结合传统食材生长周期的季节性特点,精心挑选应季时令食材,再配合中国传统烹饪手法,打造出独一无二的经典中式佳肴。最新“食全时美”菜单包括三道开胃冷食、一道炖汤、四道主菜及一道甜点。

福田汽车连续书写品牌传奇

科技创新引领发动机新高度。依托互联网思维,以用户为中心,福田汽车打造出一款款符合甚至引领消费者需求的产品,而支撑其实现的,是福田汽车强大的科技创新能力。比如在汽车最为关键的动力总成领域,福田汽车链合全球最大的独立发动机制造商康明斯,不断突破创新,为中国商用车注入了全新的“动力心脏”。

目前福田汽车配备的ISF轻型和ISG重型发动机平台都是针对中国市场量身开发的产品,两个平台的开发过程是由包括100多名美国工程技术人员组成的跨国团队协同作业,充分利用康明斯的全球技术优势和市场经验研发而成。尤其是其下线不久的ISG大排量发动机,实现了燃油经济性、操控性和可靠性的完美融合,可以说引领了大排量柴油发动机的新高度。

整合资源 跨越发展 引领品牌。福田汽

此次参展2015米兰世博会,对波司登来说是国际化征途上的又一重要举措。米兰世博会是一个双向交流的平台,能够和国际时尚界增进交流,促进东西方服装文化理念的融,能够让更多的消费者了解波司登、了解中国的服装品牌。从开设伦敦旗舰店,到参展米兰世博会,波司登的国际化发展稳健布局,向“令世人尊敬的、世界知名综合服装品牌运营商”迈进。

(沈海燕)

创新品牌

走出国门,还要让中国茶品牌走向世界。

可以说,“老记茶业”与中国网球公开赛的合作是一种双赢的强强结合,相信两者的合作,将为全世界的观众和来宾呈现一场精彩纷呈而又极富文化底蕴的盛大赛事,让世界看到一个中国国茶品牌所能呈现的深刻内涵与无限可能。

(李玲)

新航打造“食全时美”机上中式餐食新概念

新航国际烹饪顾问团成员朱俊先生表示:“此次为新航打造的机上中式餐食有别于以往,我们这次推出的所有菜品完全基于中国饮食文化传统之本源。比如考虑到中国南北菜系风格的差异,新航特地为北京和上海两地出发的航班分别准备了两套不同的菜单,以满足不同乘客的口味。我们对食材搭配和做法均进行了细致严谨的研究,选取最新鲜、最具当地特色的时令食材,并竭力遵循传统烹制手法的精髓,为每一位乘客打造出返朴归真的中式菜系之精华。我非常高兴能够有此机会,向全世界展示中国传统饮食文化,也期望能为乘客带来更多美味佳肴。”

新航始终推崇中国文化,并积极从中汲取灵感,为乘客提供最佳空中服务。此次在中国区菜单的食材推荐及茶品甄选过程中,美食评论家沈宏非先生也为新航提供了自己多年来对于美食与中国传统文化的见解。新航此举加强了以往机上餐食概念与中国文化的结合,旨在进一步弘扬中国博大精深且历史悠久的美食文化传统,把乘客的美食体验推上了更高的层次。同时,新航也在努力提高商务舱与经济舱乘客的餐饮体验。

(梦杨)

车以自身深厚的品牌积淀和领先的科研技术能力为基础,外部链合全球顶尖产业链资源,打造高科技、创新型、世界级汽车品牌。当强者遇到强者,会擦出怎样的火花?

与戴姆勒奔驰的合资合作,成功提升了重卡产品的整车开发能力,建立起了世界标准的产品开发体系。与康明斯的合资合作,福田汽车实现了在“动力系统开发、测试、验证、生产制造和质量系统”等方面的全面升级。在管理创新方面,通过与IBM的深度合作,福田汽车建立起了全球领先的OTD订单管理系统,能够最大程度及时满足用户多样化的订单需求,提升福田汽车的整体运营能力。

作为已连续十一蝉联“中国商用车第一品牌”的福田汽车,凭借内在发展思维的创新性转变和外在链合全球顶尖产业链资源的双拳策略,驰骋在企业持续稳定发展的快车道上。由内而外的链合创新,将助力福田汽车朝着成为世界级汽车领导品牌的目标稳步迈进。

品牌资讯

北京(BJ)40彰显越野风范

在相当长的时期内,北汽出产的北京212系列一直是大多数人心中越野车的代名词。从上世纪80年代开始,北汽与美国克莱斯勒合资,陆续生产了切诺基和大切诺基,而后又与三菱汽车合资生产欧蓝德和速跑。北汽拥有相当深厚的越野车生产经验,这也决定了从这座工厂里驶出的北京(BJ)40,天生就有一副越野的好身板。

北京(BJ)40采用非承载式车身,还在车顶和侧面安装了大尺寸的金属防滚架,这种设计只有在专业赛车上才能见到。该设计虽然牺牲了一定的乘员舱空间,但车辆一旦在野外遇到车身翻滚时,能有效保证车厢的完整性和车内乘员安全,是极限越野玩家眼中的宝贝。而且北京(BJ)40有极高的车身刚性,车辆在实际行驶中不会出现异响。

绅宝X65以性能立威市场

以“高性能休旅”为主要卖点的绅宝X65上市三个月来,凭借着10万元2.0T的黄金动力、同级唯一的全景天窗、全景影像等核心优势已然完成入市、破局的重担,而“立威”也将随着市场对性能的追求而水到渠成。

在中国品牌SUV市场中,绅宝X65凭借全系搭载2.0T大功率发动机上位,在SUV市场变革的浪潮中直切性能需求的关键,成了这场变革中“低价高性能”SUV车型的爆发点。它源于SAAB,拥有与生俱来的性能血统,同时又结合中国实际路况全新设计、优化调校。绅宝X65的C-NCAP五星安全设计,继承了SAAB安全理念和设计标准,高强度钢的使用比例达到64%。还有360度全景影像、预紧限力安全带、胎压监测、ESP等一系列主/被动安全保护,全面保证驾乘人员安全。

(林国光)

北京(BJ)40:合格的代步工具

面对满大街跑的SUV车型,要想自己的爱车脱颖而出,造型方面必须别出心裁。北京(BJ)40方正的车头和五孔进气格栅以及随处可见的直角线条,配合粗壮的黑色硬塑料轮眉与侧裙,越野范十足。而且北京(BJ)40的车顶、前挡风玻璃可随意拆卸,随时变身“敞篷吉普”。

不仅如此,北京(BJ)40远行版还搭载了日间行车灯,提高车辆安全性和锐气;门把手、油箱盖等细微之处采用了哑光金属材质,在粗犷中增加了些许精致,同时起到了防腐防锈的功能。作为合格的城市代步工具,造型拉风只是基本要求,还要在实用性上达标。北京(BJ)40配备了大尺寸中央显示屏,集多媒体信息、导航和倒车影像显示功能于一身,时尚与实用性兼备。

兄弟(中国)为防治沙漠化做贡献

2015年6月17日是第二十一个“世界防治荒漠化和干旱日”。日前,兄弟(中国)第四届内蒙古防沙漠化项目植树活动的志愿者再次深入内蒙古阿拉善地区。此次兄弟(中国)组织了上海交大的老师和学生、陕西师范大学学生、媒体及内蒙古当地的小学生与兄弟(中国)的志愿者员工,以及Brother在中国华南工厂的员工一起为阿拉善种下希望的树苗,为当地人打井,还围起了1200多米的鹈鹕栅栏。

阿拉善地区曾是水草丰美的牧场,近几十年来,土地沙漠化不断加剧。兄弟(中国)作为环境友好型企业,将持之以恒地为预防沙漠化做出更多贡献,并将持续扩大志愿者范围,希望能够吸引更多的环保人士加入将沙漠变为绿洲的绿色之行。

(李玲)

寿光农商行助力社保卡发放

为配合人力资源和社会保障局的工作安排,日前,山东寿光农村商业银行召开了为当地所辖村庄发放社保卡的动员会议后,作为试点单位的寿光农商行寒桥支行结合辖内实际,将学习、宣传有效结合,为社保卡发放工作打开了一道“方便之门”。

寿光农商行寒桥支行确定工作重点之后,明确分工,落实人员,做好员工的思想动员和业务培训,并组织员工认真学习社保卡知识及发放流程,使每一位工作人员成为业务能手,在发放工作中可以准确无误地解答咨询和操作业务。该银行员工为了尽快将社保卡发放到村民手里,利用晚上下班后和休息日时间加班加点,在行总部规定的时间内提前完成了发卡任务,受到该行总部的表扬。据统计,其辖内所属村庄50个,共发放社保卡22011个。

(崔根贤)