



品牌报道

波司登：可持续发展加速国际化进程



波司登“拉式”供应链管理打造“共赢”产业链

企业的社会责任,是基于利益相关方参与、利益相关方满意、利益相关方信任的企业可持续发展。在波司登品牌创始人高德康看来,社会责任感是企业家素质的首要因素,履行社会责任是企业公民应尽的义务。民营企业实践社会责任,要从核心价值观和持续发展的理念出发,讲求质量效益和社会责任的统一,促进社会责任与经营管理的有效融合。

作为一家使命感、价值观驱动的优秀企业,波司登从核心价值观和可持续发展的战略思维出发,将社会责任视为现代企业的生存方式和创新发展的机遇,不仅孜孜追求提升客户价值和服务,更关注利益的共享和利

益相关方的诉求,立志做时代的企业、负责任的企业和有远大梦想的企业,在产业链、低碳环保、社会事业等领域积极实践社会责任。

供应链说到底就是“共赢链”,是未来企业最核心的竞争力之一。波司登始终认为:一个企业的成功,不在于你赚了多少钱,而是你善待了多少人。只有创新资源在产业链流动时才能提升价值链,创造更多社会财富。所以,波司登不包办建设自有的垂直产业链,而是利用品牌影响力和规模经营整合优质资源,建立与企业发展战略相适应的相关方关系,与产业上下游共同打造合作共赢的价值链,并以诚信自律和公平正道带动整个产业链健康发展。通过分享利益、共同发展,波司

登6大直属工业园,500多家原辅料供应商和协作工厂,为社会提供就业岗位超过30万。

全球化发展带来的气候问题,使低碳环保成为新的商业伦理。波司登把生态文明和绿色经济纳入发展战略中,把生态责任意识渗透到企业的各个流程中,从技术改进、产品设计、生产包装、物流运输、营销服务等各个方面,实现全过程的“绿色管理”,为社会提供环境友好型的绿色产品。

波司登还积极倡导循环经济,探索产业绿色发展新方式,推动行业健康发展。2013年以来,与江南大学合作设立苏州市羽绒服回收工程技术中心,开展羽绒服的回收、分解及再利用技术(用以制造清扫用品、工业用织布和汽车隔热材料等)方面的研究,对推动中国建立和健全纺织制品回收再利用循环体系工作具有现实意义。2014年6月14日,波司登在北京的12家门店参加了中国纺织工业联合会、中国生态文明研究与促进会主办的“旧衣零抛弃——中国品牌服装企业旧衣回收活动”,探索在服装企业、消费者、慈善组织、研发机构、综合利用企业之间分工合作的闭环体系。这些回收来的旧衣物,符合安全卫生标准的,用于“西部温暖计划”等慈善项目,帮助有需要的困难群众;达不到相关标准的,作为研究再生加工技术的原料。这是我国纺织服装产业资源综合利用和开展社会公益活动相结合的一项创新举措。

波司登一直秉持“企业价值的最大化就是其社会效益的最大化”的质朴理念,积极响应各利益相关方的诉求。公司投资1.3亿

元建成国家级生态村、中国十佳魅力新村、中国十佳小康村——康博村,捐赠5000万元发起成立由中国民政部直属管理的“德康博爱基金会”。多年来,波司登在光彩慈善、科教文卫、扶危救困和公益环保等领域捐款捐物累计接近7亿元,为促进形成互助友爱、融洽和谐的社会环境做出了突出贡献,被中华慈善总会授予第二届“中华慈善突出贡献(单位)奖”。

波司登秉持责任创新、持续发展的理念,致力于将社会责任融入组织运营,加强履责能力建设,提高责任管理水平,全面实践社会责任。公司参照ISO26000标准要求,严格执行中国纺织服装行业CSC9000T各项规定,积极营造公共责任、社会公益、道德行为三位一体的社会责任体系。2014年7月被中国工业经济联合会、联合国工业发展组织授予“中国工业行业履行社会责任五星级企业”称号,代表了行业内先进的管理水平和履责水平。

日前,编制完成的《波司登股份有限公司2014年度社会责任报告》从践行社会责任、创新驱动进步、承载绿色运营、推动劳动和谐、深化社会参与等五个方面阐述企业的履责行动和绩效,并提出以“满足消费者及内外部客户需求”为导向,整合资源打造优质高效的平台型企业,成为全球服装生态链上的新强者。

波司登从无到有、由弱及强的成长历程,体现了中国品牌传统与现代、本土化与国际化、学习与创新的深度结合。波司登全面推进卓越绩效管理,关注产品质量效益和

消费者权益,开发独有特色的创新型产品。同时,注重品牌培育与塑造,积极探索符合中国品牌的海外扩张之路,从一个优秀的本土品牌发展成为国际知名的中国服装品牌,体现了优秀企业的使命感和企业家的远见。

高德康认为,未来的发展将是考验民营企业总体素质的时期,只有实现了经济效益和社会效应的双赢,才真正体现企业的社会价值。这需要企业家的睿智远见,更需要知行合一、共同努力。波司登将进一步从战略着眼,从细节入手,更加主动地把环境、社会、经济等议题融入企业管理中,持续推进企业社会责任建设和可持续发展,加速品牌国际化进程,打造长久健康和百年传承的卓越企业。

(晓月)



品牌资讯

精品国际酒店发布最新品牌战略

近日,精品国际酒店(Choice Hotels International)这一全球领先的酒店宣布推出公司新的品牌定位。其中包含了新的形象及一系列全面覆盖电视、广播、数字媒体以及移动设备等传播渠道的整合营销策略。这有助于增加精品国际酒店的品牌知名度,更新最新动态以及建立交互性的社交网络。精品国际酒店的网站也经过了全新设计,人们可以更方便地从各种设备中预定酒店、联络交流。新的形象将在公关、社交媒体和战略伙伴的帮助下全面启动,通过各种

传播渠道触及更多潜在客户。这一系列的策略都将服务于酒店的新形象,向客户传达选择精品国际酒店的理由。

全新的品牌定位既包含了精品国际酒店75年的品牌传承,也反映了公司在意识到在商务旅行人群特别是高端商务人群以及年轻群体中的众多机会后新的成长方向。精品国际酒店市场和分销高级副总裁麦克道尔说“我们的目标是不管人们到任何地方旅行,我们都将他们汇集到一起并给每一位客人最好的欢迎。”“我们了解什么对于人

们来说才是真正重要的。旅行不仅仅是目的地游览,我们还将帮你建立与旅途中遇到的人之间的联系。选择去旅行也许不是一个容易的选项,但一定是正确的选择。”

随着科技和社交媒体的快速发展,人们之间的联系变得更容易和方便。但是,根据最近的调查显示,85%的人们认为面对面交流比网上交流更为有效。60%的年轻人(18-34岁之间)认为一场旅行最棒的部分就是同伴以及将要遇到的人,精品国际酒店呼吁美国人与朋友或者家人一起,去出行以

及去与人交流,抓住这个他们很有可能错过的好机会。

麦克道尔说:“我们旗下的酒店品牌跨越多种价格区间,在世界每一个角落为客户提供满足各种住宿需求的选择。Choice Privileges正在寻找选择权限提供奖励和津贴的客人,所以不管你在哪里,你都可以在附近找到一间精品国际酒店。酒店的员工会尊重并满足您的要求,让您感到宾至如归。”

(梦杨)

富士施乐携手杭州电子科技大学举办色彩标准化研讨会

日前,富士施乐携手杭州电子科技大学数字媒体与艺术设计学院成功举行了主题为“标准化的力量”的数码印刷色彩标准化研讨会。这是双方继建成中国首个数码印刷标准化实验室后,首次联手举办标准化的推广活动。中国印刷及设备器材工业协会书刊印刷专业委员会副秘书长薛哲纯、全国印刷标准化技术委员会专家组成员、杭州电子科技大学数字媒体与艺术设计学院院长王强等专家出席了本次研讨会。

现状和未来、色彩标准化管理、富士施乐第五色干墨的新应用等话题发表了主题演讲,探讨了在印刷业转型升级、多元化发展的大背景下,如何通过色彩管理的标准化体系来提升数码印刷水平和生产力,助力中国印刷企业迈向国际化。

富士施乐(中国)有限公司生产型打印系统产品市场部经理、色彩管理专家叶祥以“色彩标准化管理:数码印刷和传统印刷的交融点”为主题,向与会嘉宾和客户讲述了面对数码印刷市场的变化与挑战,如何利用数码印刷标准化实现与胶印一样的品质,并

提高生产效率,降低生产成本,实现新业务的拓展。

杭州电子科技大学数字媒体与艺术设计学院院长王强表示:“中国的印刷市场正在向数字化、网络化和流程自动化方向发展,数码印刷正在为传统印刷创造更多的价值。杭州电子科技大学将与富士施乐一起推动中国数码印刷的标准化进程,提升数码印刷企业及整个行业的服务水平。”

作为数码印刷领域的领导者,富士施乐不仅拥有诸多尖端数码印刷技术和解决方

案,更具有获得Fogra认证的数码印刷设备、客户体验中心、色彩管理专家,也是中国唯一拥有Fogra和G7两项国际标准认证资质的数码印刷设备供应商以及中国唯一可提供认证服务的企业。

如今,富士施乐已经成功帮助多家中国数码印刷企业通过国际标准化认证。而此次研讨会是富士施乐推广数码印刷标准化的又一有力举措。未来,富士施乐将继续不遗余力的推动数码印刷行业的标准化进程,从而为更多印刷企业创造价值、实现业务的可持续发展。

(梦杨)

代步首选北汽绅宝D20

北汽绅宝D20作为代步车型性价比很高,它车头飞翼式的镀铬格栅与北汽LOGO紧密相连,显示出绅宝家族的独特气质。下进气格栅采用大嘴设计,与竖置造型的雾灯相得益彰,再加上侧身简洁有力的线条,使得整体造型时尚大气。

绅宝D20多功能方向盘、中控彩色大屏等配置不但大大提高了驾驶的便利性,而且科技感十足,还在其他几项配置上做到了人无我有。例如它搭载了车内空气调节/花粉过滤配置,能够随时保持车内空气的清新,这对消费者来说绝对是贴心之举。而且,绅宝D20还配备了防紫外线/隔热玻璃,驾乘者再也不用像乘坐公交时被迫暴露在阳光下了。除此之外,后视镜电动折叠、智能感应雨刷等配置都是助驾利器,对于驾驶新手来说至关重要。

(国香)

皮尔博格开发新产品

德国KSPG所属皮尔博格公司,自2004年起开发的发动机涡轮增压系统关键组件电动式循环空气推力阀,目前已几乎运转在每台增压发动机上,用户覆盖所有主要发动机及涡轮增压机制造商。如今这种阀门已处于第四代批量生产开发阶段,其特点是比前几代产品更小、更轻、更耐用,成本也更低。

皮尔博格最新一代循环空气推力阀产品,进一步提高了增压和温度方面的极限,且结构更加紧凑,重量约降低三分之一,从而在发动机涡轮增压机调节技术和节能减排方面取得了新的突破。

(王莺)

随“芯”所欲“5”所不达

拥有强劲T动力的轿车无疑是满足闲暇出行的最佳搭档,而中高级车型中的佼佼者,东风悦达起亚K系旗舰之作2015款K5,能够将涡轮增压发动机的高性能完全爆发,彻底点燃车主驾驭的欲望,让激情无所不达。

畅享驾驶激情,必须内“芯”强劲。动力强悍的2.0T-GDI涡轮增压发动机是K5的最大亮点,发动机最大输出功率达到245Ps,峰值扭矩达到350N·m,以强劲的动力挑战2000CC极限,为驾驶的每个瞬间添加感动。心向远方,是一种执着的追求,是一种奔向梦想的勇气,借助K5到达更深层次的彼岸。T动力K5的澎湃动力和超凡驾驶感受,不仅代表着领先的造车工艺和尖端科技,更以全新的时代内涵,重新定义了中高端车型的设计风尚,锻造出媲美豪华车的越级动力。

(吴涛涛)

福田汽车携战略新品强势登陆长春

■ 本报记者 梦杨

7月10日,长春车展正式拉开帷幕,福田汽车携旗下伽途、拓陆者、风景G7等重点产品参展,并在东北区域正式发布德系大VAN图雅诺和首款硬派SUV萨瓦纳。与此同时,福田汽车“7心合利”欢乐购车季活动也在东北正式启动,为消费者呈现一系列优惠活动。

目前,我国整体车市趋于平稳,而随着一线城市市场开始饱和,各车企纷纷将目光锁定二线城市市场,而以黑龙江、吉林、辽宁为代表的东三省中的城市更是车企锁定的重点发展市场之一。根据相关统计显示,目前东北地区的汽车保有量在全国范围尚处于较低水平,具有巨大的提升潜力。本次福田汽车以中国“智”造的理念融合全球智慧打造的多款重磅产品,集体亮相长春车展,足见其对东北市场志在必得。

打造三强鼎立格局 图雅诺诠释大范儿

由中美德三方联合打造的德系大VAN图雅诺,定位高端欧系轻客市场,是一款可商乘两用的城市商务运输车型。其整车设计由德国斯图加特研发中心进行开发,已通过德国TUV莱茵认证,达到进入欧洲市场的技术标准。在当前欧系产品重技术,日系产品重舒适性的高端VAN类领域,图雅诺独辟蹊径,凭借其纯正的德系血统、链合全球

的德国品质,及其最新搭载的世界康明斯ISF卓越动力和引入的德国质量管理体系,必将对中国大VAN市场带来前所未有的冲击,进而在欧系轻客市场上逐渐形成图雅诺、全顺和上汽三强鼎立的竞争格局。它整合欧系、美系和日系的优势,产品兼具动力性、舒适性和大空间;秉承德国精良品质,具备世界级动力、超靓时尚外观、超大载货空间、超低使用成本和超长质保服务5大卖点,在为用户提供高端商务接待服务与客货两用用途的同时,也以卓越品质向客户提供全行业定制解决方案。

据了解,本次车展上市的图雅诺商运版和商旅版,配备福田康明斯ISF2.8发动机,最大功率120KW/3600rpm,最大扭矩360N·m/1800-3600rpm,百公里油耗仅为9.0升,定价分别为13.58万元和18.58万元。

萨瓦纳震撼登场 福田伽途惊艳关东

萨瓦纳源自北美,是为越野而生的大SUV。通过美系越野文化的导入,以大切诺基的粗犷、畅快设计为标尺升级外观设计,融合力量感的肌肉造型,动感流畅的美式线条,视觉冲击强劲,彰显与生俱来的美系基因。在动力方面,萨瓦纳分别配备了福田汽车与美国康明斯联手为其量身定制的ISF高效柴油发动机以及德国斯图加特研发中心开发的TGD1动力。其中柴油版动力最大功率120KW,最大扭矩360N·m,百公里油



福田汽车“7心合利”欢乐购车季活动正式启动

耗仅为8升;而配备TGD1动力的汽油版车型采用国际先进的涡轮增压缸内直喷技术,发动机最大功率可达160KW,排放最高可达欧VI标准。同时,萨瓦纳秉承互联网思维,其众筹定制版在天猫旗舰店火热开启预定。

福田汽车在长春车展上亮相的第三款重磅产品“福田伽途”,拥有纯正的德国血统,发动机诞生自福斯图加特技术中心,集合欧洲新技术开发的小型发动机产品。该发动机使用了TPD多气阀控制、电控EGR控制、智能优化MPI多点电喷等多项节油技术,能效比国际同类发动机产品高8%,整体油耗有效降低6%。源自大众赛车级的双置顶凸轮轴技术和低摩擦曲轴连杆设计,使它在拥有转速高、加速快的性能前提下,进一步提升了发动机的可靠性和使用寿命。

纵观本次车展,图雅诺、萨瓦纳、伽途可谓

是一支惊艳四方的“新军”,定能在不久的将来改变高端轻客、SUV、微客市场的竞争格局,并将成为福田汽车提升其整体竞争力的利器。

启动“七彩书屋”第二季 全系促销火热进行

作为国内大型车企,福田汽车不仅在此次车展为广大消费者提供了一个体验卓越新品的平台,也切实履行了企业责任,做出一系列回馈社会的举动。

车展现场,福田汽车启动了“七彩书屋”第二季公益中国行活动,旨在为贫困地区的孩子们送去书籍和知识。本季“七彩书屋”的一大创新,就是将图雅诺打造成为“移动书屋”,以移动图书馆的形式,满载书籍,运送到东北各省市、县区,运送到渴求知识的贫困儿童手中,为孩子们搭建起通往知识殿堂的彩虹桥。