

就任中装协厨卫工程委员会首任会长 厨卫工程委员会成立 欧派姚良松：强化家居业合作， 促进橱柜业发展

12月19日,中国建筑装饰协会厨卫工程委员会在北京举行会议,广州欧派橱柜企业有限公司成为中国建筑装饰协会厨卫工程委员会主任委员单位,并推选欧派董事长姚良松担任中国建筑装饰协会厨卫工程委员会首任会长。

“欧派以50%以上甚至100%的速度增长,整个厨卫产业的发展也同样迅猛,这是巨大的市场容量为厨卫企业提供的发展良机。”姚良松表示,“必须清醒认识快速发展过程中厨卫产业面临的问题,厨卫工程委员会成立的目的,也在于帮助企业共同寻找解决这些问题的方法。”据了解,我国每年基本建设竣工量有12亿平方米,在未来5年里,仅厨卫业

就会有2000亿的市场份额。

家居产业融合大潮

“目前,每个厨卫企业都面临‘大家居’发展潮流的盛行。”对于目前最流行的“整体家居”概念,姚良松做出了解读。“人们消费观念正从单纯的实用消费向品位消费转变,目前‘大家居’正源于此。”姚良松说,“扩大到整个家居产业也是如此,目前人们家居装修都讲求一个整体风格,家居产业的大融合,是大势所趋。”自去年年底以来,欧派厨柜、箭牌卫浴、宏耐地板等就组成了“家居八大件品牌联盟”,通过互动营销等手段,为家居企业的紧密合作,提供了新范本。

机遇与挑战并存

“目前,中国城市居民整

体厨房拥有率只有2%,‘大家居’发展潮流的兴起,提高人们对整体厨房的认识,加快整体橱柜的普及速度。从另一角度上看,‘大家居’产业发展,对企业的运营能力是个考验。”姚良松说。

如何应对挑战?姚良松表示,从短期来看,必须加强与相关企业合作是一个很好的途径;从长期来看,进行适度的相关多元化,则可以增强企业在“大家居”发展潮流中的话语权。据悉,目前,欧派已经相继进军衣柜、卫浴等产业,欧派还在积极筹建集成家居集团,以统筹旗下的橱柜、衣柜、卫浴等相关产业,主动应对迎面而来的“大家居”产业发展潮流。

(段连伟)

才貌双全 物超所值

——索尼爱立信 K530c 高性价比的全能手机

手机早已不再是简单的通讯工具,个性、品味、生活状态,都通过掌中的手机得以展现。索尼爱立信近日推出的新品 K530c 手机,就以时尚精致的外形,高品质设计与工艺,全面丰富的功能及超高性价比受到广泛关注。

【质感外观 和谐色彩】

作为索尼爱立信最新推出的中端手机,K530c 首先以14毫米的纤薄机身彰显优雅,同时机身正面采用真空镀膜技术,令整体视觉充满厚重的金属质感。在色彩上,K530c 手机采用了较为内敛的琥珀银与琉璃黑,机身背面采用独特橡胶涂层材料,避免了指纹、汗渍和污垢的困扰,令人爱不释手。出色的材质与外观,配合圆润顺滑的整体造型设计,K530c 融合当前多种手机外观发展的优

点,不仅舒适耐用,也为中端手机增添了更多雅致。

【拍照新军我的影像工作室】

如果你在寻找一部价格合理,功能全面并非非常“拿的出手”的手机,那 K530c 一定是不二之选。K530c 的200万像素摄像头,K530c 干净利落的快门速度和内置的连环快拍功能,大大加强了影像捕捉的即时性,这在同类产品中表现尤为突出。索尼爱立信 K530c 内置的影像制作工具,特有的照片 DJ™ 功能,能够全方位的让用户为自己喜爱的照片增加多种新奇有趣的特殊效果。

【随身玩伴 享受娱乐每一刻】

作为随身玩伴,手机应当可以满足我们在各个场合的多

种需求。K530c 作为一部性价比很高的全能手机,无论便捷通信的基本功能,还是影音娱乐的综合应用,全面丰富的功能成为其撬动中端市场的利器。K530c 内置的音乐和视频播放器能够播放常见的音频和视频文件,例如 MP3、MP4 等,音质画质均非常出色。借助蓝牙传输技术,图片、音乐以及视频分享可瞬间实现,体验一下最近流行的地铁上用蓝牙交友,一定尽显 K530c 拥有者的个人魅力。与此同时,索尼爱立信手机特有的 TrackID™ (曲目识别)功能和 PlayNow™ (乐酷)功能,配合上市促销期随机附赠的 512M 存储卡,令使用者轻松获取娱乐资源。内置的 FM 收音机和众多 3D 游戏,也可让用户轻松打发空闲时间,丰富你的生活。(鲁静)

08奥运决战在即

国家跳水、游泳队备战揭秘

随着奥运热潮的不断升温,除了为奥运奖牌日夜奋战的运动健儿,社会各界也都纷纷加入备战行列。无论是百姓市民还是工厂企业,大家都拥有一个明确的目标,就是要为奥运健儿的金牌之路扫清障碍。

各地市民踊跃加入“迎奥运、树新风”各项活动中。一些深具社会责任感的企业,则用他们的方式表达了自己的奥运情结。7日,作为国家体育总局游泳运动管理中心战略合作伙伴

的美的集团下属美的整体厨卫事业部,特意为跳水队和游泳队送来一批“恒温”热水器和“阳光”浴霸。这些产品都是经过严格挑选的,出水温度恒定,保暖性非常好,防止运动员在寒冷天气中训练后,冲洗时忽冷忽热导致感冒生病,影响正常训练休息。

捐赠方美的整体厨卫事业部的市场总监顾定勇也表示,“奥运健儿为祖国争光,是令全国人民激动不已的大事。能让我

们的奥运‘蛟龙’们,在健康卫浴环境下得到最好的休息与恢复,这是我们为奥运奉献出力所能及的一分力量!”场内场外,齐心协力备战奥运的场景,让现场观众热血沸腾。

距离奥运会开幕还有不到9个月的时间。在此期间,中国水军正抓紧一切的实战机会进行备战练兵。争取让队员们尽早进入良好的赛前状态,实现奥运的飞跃。

(鲁静)

阿里巴巴荣获“中国营销盛典最佳企业网络营销产品奖” 创新营销 中小企业“诚信”通财富

业的匹配与达成,从而更加安全、快捷、高效的帮助中小企业实现快速发展。“诚信通”可以创造性地让会员在网上市场独立享受买家信息,可以主动与买家交流;有独立的企业网站,行情信息和产品图片无限量发布;发布的信息在网站上优先展示,在卖家中脱颖而出;有第三方独立机构对企业资格的认证,企业交易信用被长期记载

和积累,更容易得到买家信任。随着其自身产品和服务的持续提升,帮助了中国数千万中小企业通过互联网把生意做到全国乃至全球,让中小企业和企业一样,在互联网时代拥有营销发言权。

“B2B 电子商务的出现为商人打开了新的成功之路。”一位互联网分析师表示:阿里巴巴“诚信通”便捷的产品展示

格兰仕引领岁末大戏 微波炉市场奏响“消费三重唱”

日前,岁末家电市场再次烧起了“冬天里的一把火”。微波炉的消费特征呈现出功能、外观、品牌齐头并进的“三重唱”局面,代表了这股“消费三重唱”格局的格兰仕微波炉表现尤其抢眼。

一重唱：功能上“全能”胜“专才”

各大家电连锁卖场销售显示,与以往不同,包含炖、烤、煮、煎、蒸等多种功能的“全能”型微波炉受到了更多消费者的青睐。

在苏宁电器有一款格兰仕“中国红”微波炉,购买这种“全能”型微波炉的顾客还是以家庭需求和中高档公寓使用为主,满足多种口味的需求成为了格兰仕微波炉的优势所在。比如煮饺子功能满足了东北人;清蒸全鱼、老火炖汤则

是南方人的嗜好;东坡肉又贴合了江浙口味,如此各富特色的菜肴,“全能”型微波炉都能够轻松完成,时间比明火操作还要快捷,同时独创的杀菌技术、儿童保险锁技术,提供了更多贴心的选择和安全保障。

二重唱：外观注入时尚元素

就在功能唱主调的同时,微波炉外观在今年也有新看点,其中最值得关注的就是国际化时尚元素不断植入到产品中。

在各大卖场,一改往年流行的“黑白配”,格兰仕以一股“红色风暴”主导了今年的微波炉“着装”,对于“红色”,自然与民族源远流长的喜庆文化联系在一起,特别是08奥运年已在眼前,格兰仕微波炉“红”系列将民族文化所包含的吉祥、热情展现的一览无余。这

种外观设计在年尾又十分适合亲朋好友之间馈赠的需要。

三重唱：龙头品牌一枝独秀

据了解,微波炉与其他家电的一个不同的是,消费者对以格兰仕为代表的国产品牌的评价明显高于洋品牌,在最新的一份消费者品牌认知度调查中,格兰仕继续以93%的认知度遥遥领先于其他品牌,绝大部分消费者表示在选购时会首选格兰仕这一行业龙头品牌。

而就在11月底海关数据表明,今年以格兰仕为龙头的国产微波炉出口量有望接近或超过5000万台,将再创历史新高,占到了全球微波炉出口量90%以上份额,龙头品牌一枝独秀的局面非常明显。

(邵孝朋)

东芝 XF300 点燃 外资品牌液晶电视“超规格”战火

2007年,是中国液晶电视市场从“价格战”向“规格战”转变的关键一年。从下半年开始,包括夏普、东芝、索尼等在内的国际一线品牌都加快了中国市场产品更新换代的步伐。今年12月,随着东芝“睿智”REGZA XF300系列的正式推出,外资品牌高端产

品“低规格”宿命将被彻底终结,一场外资品牌液晶电视“超规格”大战即将爆发。

东芝“睿智”XF300代表了2007年中国液晶彩电市场的高水平。1920×1080p液晶屏、日本市场的REGZA RF350所不具备的倍频瞬映PAL100Hz技术结

合Meta Brain Pro100升级版“数字新头脑”图像处理引擎,确保任何场景的清晰再现,真实再现“全方位”的全高清画面。

我们有理由相信,随着XF300的上市,2007年——2008年中国液晶彩电市场必将迎来一场由内而外的“超规格”大战。

“中国本色,精彩由我”

本月方正科技在北京召开“中国本色,精彩由我”的新闻发布会。会议发布了2008年方正笔记本发展策略,宣布启用一线明星——被舆论称为“优质偶像”王力宏担任方正笔记本形象代言人。此外,方正科技还在发布会上发布6款笔记本新品。

本次发布会是继方正笔记本6月誓师大会、9月与英特尔中国战略合作升级大会、11月全国笔记本代理商大会后的又一次大型活动。在产品差异

化创新方面,方正科技将抓住引领性产品和竞争性产品两大核心。结合区域消费特征,确保高端笔记本产品引领主流价格、引领主流配置、引领主流应用、引流主流工业设计。同时确保主流笔记本产品在性价比、易用性、产品品质等方面首屈一指。

“中国本色,精彩由我”是对方正科技“民族性、科技性、创新性”三大品牌定位的最好诠释。方正的品牌理念,成就了方正科技在企业市场的

份额与责任。为了将不断变化的用户需求与沉稳的品牌形象顺利衔接,需要深入挖掘“科技”元素来诠释“时尚”数字生活。

方正科技将笔记本的目标消费者主要聚焦在18-35岁,他们个性、自我、时尚、张扬,而方正笔记本秉承方正集团“世界在变,创新不变”的品牌理念,恰到好处向年轻用户展示出民族品牌精彩自信的一面。

(段连伟)

艺通网倾力打造艺人明星制造站 开通网上艺术视频教育 提供各类考试资讯

提供专业的考前辅导视频教程和考试资讯,开设“教授现场”版块,为广大学生提供专业培训、学校选择、就业择业全方位服务—16日,国内首家综合

艺术专业网站艺通网 www.etoote.com 在京试行,制定各种有效的奖励措施,免费代理符合条件的学员报考工作;完成艺通网单项课程的全程学习

者,并且是艺通网学员中报考(中戏,北影,上戏)高考单科分数最高者,艺通网免费提供一年学费。

(段连伟)

“中国营销盛典”是由中国专业营销杂志《销售与市场》联合权威媒体、国内外学术机构发起的年度大型巅峰交流平台,是中国营销界的顶级盛会,颁发“中国企业营销创新奖”被业界称为国内营销领域的最高奖项。阿里巴巴“诚信通”此前在网上投票环节中,其一路高票领先,是第二名得票数的3倍多。

中国企业营销创新奖旨在奖励那些在产品、技术或经营模式上不断创新,有效地争取客户,改变竞争格局,来提高企业盈利能力与水平的优秀企

业。阿里巴巴“诚信通”此次获得年度“最佳企业网络营销产品奖”,是因为它具有强大功能和优质服务,可以帮助企业实现快速发展。据悉,“诚信通”是阿里巴巴基于诚信打造的多功能网上贸易产品,专为中国数千万的中小企业量身定做。2002年推出后,因切实帮助企业实现商机的获取与筛选,企业的品牌推广与产品推荐,交

模版的商铺免费升级为企业网站,同时特别开放部分黄金展位名额(阿里巴巴网站的一个收费推广服务)。值得一提的是,诚信通会员免费获得的企业网站,除了具备独立域名、无限量空间等基础服务,还增加了业界领先的DIY(Do It Yourself)功能,这意味着网站维护、界面更换和布局等自主权,重新交还给了企业自身。据相关负责人介绍,“企业网站+品牌推广”的一体化概念和服务升级,可以让众多中小企业全方位提升营销战斗力。

(鲁静)