

方太VS双立人 乐享厨房大品牌

■文/张洪梅 石章强

一流企业做标准

第74届国际电工委员会(IEC)年会日前在美国西雅图举行,作为中国高端厨电专家与领导者方太获得国家标准化委员会的批准,成为中国吸油烟机行业唯一参会代表,参加国际电工委员会大会并提交对国际标准的修订提案。这是我国吸油烟机行业首次参加国际标准会议,表明中国制造开始向中国“智”造转型,逐步获得国际认可。方太为我国吸油烟机行业争取国际标准制定的“话语权”,对提升我国吸油烟机产业创新能力和吸油烟机及相关产品标准体系建设具有深远的战略意义。

国学创新中国式品牌营销

将国学引入企业的,方太总裁茅忠群不是第一个。但创出一套儒家管理模式的,方太绝对独一无二。方太不仅在企业内部设立孔子堂,对员工进行国学教育。方太只提供专业的有品质的产品,不追求利润和发展速度,每年都做大量的公益活动,对国学进行免费推广。谈到厨具,就不能不说双立人——这个短期内在中国市场快速崛起的国产品牌。每一把刀具,双立人都追求尽善尽美,仅制造工序就多达40道。经过不懈探索,双立人最终研制出一种专利名为“FRIODYR”的特殊冷锻加工工艺。经该工艺处理的刀不仅能保持刀刃特别锋利,而且抗腐蚀能力极强。

出售的是一种生活方式

2011年4月8日,第九届中国国际家居博览会在宁波国际会展中心拉开帷幕。全球200多个品牌云集,高端厨电品牌方太,联合

旗下品牌柏厨组成一个豪华的家居军团,在家博会上展出了系列新品。方太黑标三系独具创意地将国际高级定制成衣的“Black Label 黑标”设计灵感,运用于银色面板之上,高尚气质可随意百搭各式厨房风格,为厨房绽放无限设计美感。

方太一直倡导“让家的感觉更好”,这和双立人倡导的“摩登厨房,引领时尚”,成为“乐享厨房,爱满世界”的大品牌定位不谋而合。从2009年底开始,方太进一步提出了以“顾客感动度”为参照的服务标准,将各项服务水准提升到了一个新的高度。每当回访用户时,方太都会请用户对他们的服务进行打分,满分是10分,而凡是8分以下的服务都被视为“不合格”,公司随后将会对客户提供一个系列的后续服务,直到客户感动。

科技创新与严谨

一个高效的研发管理过程必定是由科学的产品发展战略为引导的,方太始终坚持以“厨房产业化”为核心战略,力争在厨房科技的每个领域都达到国际领先水平。截至2011年4月,方太共获得授权专利360余项,其中发明专利30项,是厨电行业获得专利数量最多的企业。

而且方太还被评为“国家级高新技术企业”,一个明显例子是,绝大多数跨国公司倾向于将其海外生产的产品直接拿到中国售卖,而在双立人,公司在中国的一款最新产品则由德国、中国和比利时三个实验室耗时6年研制成功,在仔细研究中国消费者的烹饪习惯后,公司耗费了大量时间与金钱,在这款新产品中采用了4项专利技术。



让烹调成为一件醉人的美差

在2010年上海世博园“沪上·生态家”三楼,方太集团展示的集科技智能、低碳环保、设计品位于一身的“未来生态厨房”让成千上万的游客流连忘返。特别是独特设计的调料暗格——把厨房里所有的调料都装进这个暗格里,用的时候只需在触摸屏上点几下,调料就会从暗格下方的小孔中流出……这个好看好用更好玩的设计成了女游客“梦幻厨房”中最具诱惑力的细节。与此同时,上海老码头的米其林星级餐厅内,来自德国的米其林厨师正娴熟地烹任着各种美味的菜肴。不过,他并不是在为客人做菜,而是在向双立人的用户们演绎精心烹饪的乐趣。这正是德国高端厨具品牌双立人希望向客户传达的理念。如今,公司在中国的年增长速度达到30%,与美国区并列全球销售第一,单店的年销售额最高达2200万元。不论是方太,还是双立人,他们改变的都不是厨房模式而是乐享厨房的生活方式。

“爱房网”强势启动 第二轮“十城战略”重磅登陆郑州

千场房产团购蓄势待发,让利幅度空前巨大

近日,国内首选互联网房产信息服务商——安居客集团旗下、国内第一专业新房导购信息平台——“爱房网”在首轮十城战略完美布局后,再次强势启动第二轮“十城战略”,全面登陆:南京、合肥、济南、青岛、西安、郑州、大连、佛山、福州、惠州、三亚在内的11个全新城市,使“爱房网”覆盖城市范围扩大到23个,此举也标志着“爱房网”已经完成了中国房产重点城市的全覆盖。同时,“爱房网”宣告将全面升级其明星级房产团购项目——“爱房团”,预计2012年爱房网将携手开发商启动近千场“爱房团”,预计将为消费者节省相当多的购房款。

12月9日,继首轮十城战略完美布局后,“爱房网”宣布启动“第二轮十城战略”,并宣告新十城布局已经完成,已经全面登陆南京、合肥、济南、青岛、西安、郑州、大连、佛

山、福州、惠州、三亚在内的11个全新城市。为了助力第二轮十城战略,“爱房网”重磅推出了权威房地产在线营销及数据分析系统——“房易通”。该系统为房地产企业提供一站式、可评估、互动式网络营销平台。其涵盖了从营销推广、商机管理到决策支持的营销全过程,帮助房地产企业实现营销效果最大化,开创房地产精准营销领域的先河。在第二轮十城战略,还有一个购房者最关心的亮点,就是爱房网明星级产品“爱房团”,在新一轮十城战略中,爱房网将全面升级“爱房团”,并加大“爱房团”的力度,预计2012年一年将携手开发商启动近千场“爱房团”,预计将为消费者节省近十亿的购房款项。



图右:安居客集团首席执行官兼董事长梁伟平
图左:安居客集团副总裁、新房事业部总经理徐瑞

陕汽重卡2012年 再掀价值飓风

12月18日,陕汽重卡2012商务年会在杭州隆重召开,陕西省副省长吴登昌、交通运输协会常务副会长王德荣、潍柴动力董事长兼CEO陕西重汽董事长谭旭光等政企领导共同发布“天行健车联网”服务及新款产品。谭旭光董事长讲话,潍柴动力执行总裁、陕西重汽副总董事长方卫红致辞,会议由陕汽集团总经理、陕西重汽常务副总经理袁宏明主持。2011年下半年,随着中国重卡市场消费趋势放缓,及国外市场份额不断增加,在产品与服务同质化的重卡产业,创新是企业寻求突破的唯一途径。陕汽重卡在树立“驰久版”重卡产品市场发展风向标的同时,在本届年会上又重磅推出新品德龙M3000和2012“驰久版II代”精装版,标志着其拿到了率先打开了2012年重卡市场的钥匙。

中国平安蝉联“香港上市公司管治卓越奖”

2011年12月8日,香港上市公司商会和香港浸会大学公司治理与金融政策研究中心联合举办的“2011年度香港上市公司管治卓越奖”颁奖典礼在香港隆重揭晓。中国平安凭借过去一年高标准的公司管治、商业道德及董事专业精神备受市场及专业人士嘉许,荣膺并蝉联“香港上市公司管治卓越奖”。

香港上市公司管治卓越奖至今已举办第五届,评奖过程由提交报告、初选、现场答辩、复选和专家评委评定几部分组成。评奖委员会一致表示中国平安作为一家以保险

业务为核心,融合多元化业务为一体的综合性金融集团。作为大奖获得者,平安代表集团副主席财务执行官袁伟林先生坦言:“非常荣幸能够连续两年获得香港上市公司管治卓越奖。中国平安在过去两年持续的业绩增长,正是有赖其高效的管治模式和风险管控机制,在保持强劲增长势头的时候,亦不忘维护其高效的管治架构。”

据了解,中国平安多年来一直致力于改善公司的治理架构,其不仅是中国国内第一家实现资本结构国际化,率先大规模引入海

外高级管理人才,按照国际标准经营管理的国内金融机构,更是从开业之初就实行规范的法人治理结构,建立并持续完善股东大会、董事会、监事会的“三会”制度。

去年,平安在原有的审计与风险管理委员会、薪酬委员会及提名委员会基础上,新加设了战略与投资决策委员会,以便更有效管理投资项目,以进一步提升风险管理水平。多元化股权结构、高度负责的监事会、国际化的董事会,以及完善的决策机制,为公司持续稳定的发展提供了保障。

完美超越 福美来冠军品质深度体验营第二季启动在即

日前,从海马汽车获悉,继海马汽车“福美来冠军品质深度体验营第一季”活动圆满落幕后,“冠军传奇 完美超越——福美来冠军品质深度体验营第二季”活动于12月17-18日在南京、重庆两地重燃赛车激情。体验营活动还将陆续走进昆明、东莞两地,为福美来三代全年的体验营销画上完美句号。在刚刚结束的2011CTCC中国房车锦标赛中,海马福美来车队力克合资对手,首次拿下量产车组年度总冠军,创造了这一赛事的“自主品牌第一冠”的神话。

为了让消费者体验冠军车的品质,海马汽车在济南、长沙、天津相继开展“福美来冠军品质深度体验营”活动,并在当地吸引了众多消费者的热情参与。为了让越来越多

的消费者体验福美来三代的产品性能,海马汽车更是倾力启动了“福美来冠军品质深度体验营第二季”活动。

在“福美来冠军品质深度体验营第二季”活动中,海马汽车将通过CTCC巡展、深度试驾等活动,为消费者打造一场全方位、立体化的互动体验盛宴。到场的消费者不仅可以领略福美来三代的冠军风采、观赏特技车手的精湛表演、更将有机会与海马福美来车队CTCC冠军车手零距离互动;而海马汽车全力赞助的“海马汽车2011MusicRadio我要上学”公益活动也将在现场进行“我要上学”活动的花絮图片展示。

随着海马汽车“冠军荣耀·亿元钜献——海马汽车新年倾情回馈季”行动的火热开展,

海马福美来的新老车主还将享有不同的回馈,真正实现一体化的购车享受。海马汽车相关负责人表示,透过CTCC赛事,2011年海马汽车相继开展了一系列体验式营销活动,从“我为冠军来—福美来CTCC冠军挑战赛”的竞技体验,再到目前“福美来冠军品质深度体验营”的赛事互动体验,海马一直在体验形式上不断创新、不断深化,让越来越多的消费者多方位、多渠道了解福美来的品牌与产品的双重价值。

而此次“福美来冠军品质深度体验营第二季”活动的开展,更是海马汽车对体验式营销的再一次深度挖掘,希望通过这种立体化体验营销模式,再次掀起年终汽车赛事的最后狂欢。

郑州成电商示范市中搜合作经营顺应需求

近日,国家相关部门联合发出《关于同意北京市等21个城市创建国家电子商务示范城市的复函》。郑州市凭借“国民经济和社会发展规划第十一个五年规划”的制定以来积极引进云计算平台,利用如中搜等第三方电商平台使企业电子商务普及率快速提升,电子商务合作体系趋于完善等,同北京、上海等共同获得了该荣誉称号。

据了解,我市获批成为电子商务示范城市,将会扭转我国电子商务发展呈现的典型块状经济特征,引领中部地区快速发展电子商务,力争与东南沿海电子商务发达地区携手共进。届时,中搜独特的合作经营模式,将会为我市搭建出合作经营模式的平台供企业转型,将平台技术优势最大化普及,让区域缺陷规避到最小化,转变我国电子商务区域内外差距。

据笔者在第十七届郑交会中搜展台上了解到,自从中搜在本市设立了分公司不到一年的时间以来,对本市传统企业转型提供了很大的帮助,正是依托了中搜微件技术,解决了企业建站技术复杂,成本不可估算的缺憾,让企业轻松自如的融合了自身传统企业特点,通过中搜微件技术以及搜索引擎技术轻松地建立了企业网络销售平台,规避了对建站复杂、人才缺陷、高额成本以及网站维护与更新涉及的问题,实现了企业主品牌宣传及网络营销的需求。

本市与中搜成功合作的不同类型企业表示,中搜的介入,不仅为企业提供了平台技术完成建站,还通过其自身经验分享以及一站式服务体系为企业提供了后期运营服务。成功荣获电子商务示范城市称号,标志着我市开展电子商务经济模式的又一新篇章,为传统行业的企业积极探索新模式,从自身要求上追求改观,提供了更广阔的空间,通过与中搜等第三方电商平台服务提供商的一体化助推,让企业在电子商务领域上得到良好的施展,促进了本市经济的增长,为国家电子商务发展协调性。

消费升级,健康升温 保健酒领跑节日礼品市场

眼瞅着新春佳节日益临近,又到了送礼的时节。面对市场上包装精美、花样繁多的礼品,你的选择是什么?随着健康理念的深入人心,现在很多人的送礼观念也有了质的提升,“送礼送健康”成为了一种新时尚、新追求。在一家商超市场,有位消费者正仔细打量手中的保健酒。他表示,经过对比,最终打算买劲酒作为过年礼品。问及缘由,他说,首先劲酒是国内保健酒中的大品牌;其次劲酒汲取泰山甘泉自酿生态原酒,药材来自全国十二大药材直供基地,数字提取现代化技术萃取药材精华,品质有保障。

自己饮用多年,有四个明显感受:一是全身持续性均匀发热,通体舒泰;二是明显感到精力充沛,不易疲劳;三是劲酒有温补肾阳的功效,能改善中老年消费者频繁起夜的现象;四是能改善、提高睡眠质量。一份健康的礼品,送出的不仅是一份节日祝福,更有一份暖暖的关爱之情。当你拎着保健酒送礼时,别忘了说句“春节团聚,少喝一点,为健康!”的温馨话。

方正金泉友 灵活配置正在发行

方正证券第四只集合理财产品——方正金泉友灵活配置集合资产管理计划正在发行中,投资者可通过建设银行以及方正证券各营业部参与该集合计划。作为方正证券强势打造的首只运用创新投资理念、紧跟“十二五”时代脉搏的集合理财产品,“方正金泉友灵活配置”的推出可谓顺时应市占尽先机。“十二五规划”是延续三十年改革开放经济增长模式后面临的真正转型机遇期,是中国新经济发展模式的开端。“方正金泉友灵活配置”赶在“十二五”规划全面实施前做好投资布局,为投资者在合适的时机搭上投资顺风车,“布局谋篇”掘金节能环保、新兴信息产业、生物产业、新能源、新能源汽车、高端装备制造和新材料这七大战略新兴产业。