

蒙牛打入“乳业世界杯” 16 强的秘密

荷兰合作银行公布世界乳业排名 蒙牛位列世界十六、中国第一

这个夏天，除了世界杯赛场周边宣传板上的中国赞助商外，最让国人心头为之一振的就是成功打入“乳业世界杯”，跻身世界乳业 16 强的中国冠军——蒙牛。近日，在荷兰合作银行总部公布的 2010 世界乳业排名中，蒙牛凭借在绿色低碳方面的出色表现脱颖而出，由去年的第 19 位上升至 16 位，成为“乳业世界杯”中成长最快、最具潜力的新星选手。虽然蒙牛今年新晋“乳业世界杯”16 强，但这支年轻队伍的出场阵容已初显豪门风范。



出身专属牧场、汇聚天地菁华的特仑苏一如卡卡般优雅高贵、气质不凡；获批健字号、开创中国酸奶双功能时代的冠益乳一如梅西般潜力无穷、备受热捧；产品不断升级、中国首款专业儿童牛奶未来星一如厄齐尔般虽是新星，却大放异彩。

蒙牛成为消费者青睐的世界级乳品专家。

仔细阅读世界乳业 20 强的排名，不难发现，大部分排名靠前的国际乳业巨头都位于北纬 40 度—45 度之间。这是世界公认的“黄金奶源带”。正如阿根廷的热土上走出了马拉多纳与梅西这样的足球天才，北纬 40 度—45 度上也坐着拥有天赐优质牧场的蒙牛等优质乳品企业。

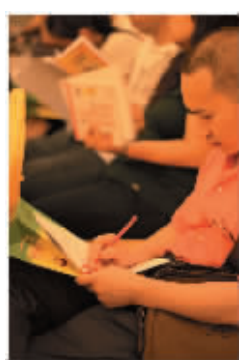
绿色生态草原不仅是乳业持续发展的根基、产品品质的保证，也是消费者信心的源泉。据统计，目前，蒙牛已经参股、建设超大型万头牧场 11 座，并

将在今后投入数十亿元继续建设 20—30 座超大型牧场，这一规模将使蒙牛在很长时间内拥有国内最大奶源优势。

任何成功都建立在汗水与付出的基础上，唯有持之以恒，苦练内功，才能在赛场上完成制胜的一球。对于连续两年打入世界乳业二十强的蒙牛来说，从世界乳业 19 位到 16 位，前进的每一步都源于对品质的持续追求。南非世界杯仍在激战之中，谁将最终捧起大力神杯依然是这个夏天最热的话题。对于更多像蒙牛一样处于成长中的中国乳企来说，冲击“乳业世界杯”的征途也依然充满挑战。

九城市育儿现状大调查 八成父母缺乏育儿知识

近日，中国关心下一代工作委员会公益文化中心与广州王老吉药业股份有限公司举办的“三公仔·爱子有方”育儿大课堂公益活动落下帷幕，讲座结束后，主办方携手妈妈网联合发布了《中国九大城市家庭育儿现状报告》。



专家评价，该报告对于更全面地了解中国新生代父母的育儿状况，推动建设科学的家庭育儿平台，有较强的参考价值。

报告关注城市家庭育儿现状

关工委公益文化中心主任李国强介绍，这次调查的对象主要为 0—6 岁的儿童父母，涉及内容包括对育儿知识的掌握情况、家庭育儿最大的困惑、最关注的问题等。

报告数据显示，接近 80% 的父母认为目前掌握的育儿知识远远不够；分别有 80%、78%、51% 的年轻父母主要通过书籍、网络、长辈了解育儿知识。

他人育儿经验“叫座不叫好”

报告显示，年轻父母了解育儿知识的主要渠道依次为育儿书籍、网络、长辈和朋友，但在“您最信赖的育儿信息渠道”的调查中，选择网络、长辈和朋友的，占比均不超过 20%，而育儿书籍、育儿课堂和儿科医生位居前三位。

“在关注家庭育儿时，建立可信赖的育儿教育平台大有可为。”李国强主任表示，父辈朋友的育儿经验叫座不叫好，另一方面，报告数据反映，每年接触育儿类讲座 4 次以上的父母不足 4%。这提醒全社会要搭建更多、更完善的育儿知识平台，使更多专家学者走到家长们身边，提高科学育儿的水平。

“沿海”重智力“内陆”重健康

笔者从报告中了解到，在“在育儿方面，您最希望了解什么知识？”的调查中，广州、深圳等沿海城市的年轻父母中，优先选择智力开发的占到了八成以上，而成都、武汉等内陆城市，九成以上家庭倾向于疾病预防，半数父母对于诸如三公仔小儿七星茶这类关乎孩子疾病防治的产品非常关注。

华硕全球首款 SMART3 智能导航手机 M10 上市

2010 年 6 月 29 日，华硕集团副总裁林宗樑先生亲自主持了华硕全球首款 Smart3 智能导航手机 M10 在大陆上市仪式。华硕公司此次上市的 SMART3 智能导航手机 M10 是以 SMART PHONE, SMART NAVIGATION, SMART LIFESTYLE (睿手机、睿导航、睿生活) 为核心理念，以更快、更高、更强的姿态将智能手机与专业导航进行到底，全面超越了同类智能导航手机产品。

华硕 M10 采用了 Qualcomm 7227 600MHz 处理器，同时配备了 L2 Cache，所以比同类产品普遍采用的 Qualcomm 7200 528MHz 处理器更快。M10 同时支持 GSM 与 WCDMA 两种网络，高达 7.2Mbps 的 3G 网络下载速率，将让您体验极速上网。此外，M10 还是为数不多的支持 WiFi 无线上网的智能手机之一。更值得期待的是，M10 的导航能力竟然相当于享有盛誉的 GARMIN 1455 专业导航仪！

王朝联姻海航打造“王朝酒业号”

近日，王朝酒业与海航集团的战略合作签约仪式在天津隆重举行，双方首度牵手共同打造国内首家酒业航班“DYNASTY 王朝酒业号”，将往返中国及顶级葡萄酒国度法国，让外国人也能喝到中国生产的葡萄酒。

据介绍，“王朝酒业号”采用海航空客 330 机型，首航仪式将于下半年举行。王朝酒业和海航合作后，王朝集团根据

海航集团要求专门研发、设计和生产海航专供高、中和低三种系列葡萄酒，海航集团旗下所有酒店及外事接待都全部选用王朝葡萄酒；王朝集团对海航集团全面开放生产车间、基地、酒窖和酒庄，作为海航集团高端会员主要活动基地。

王朝作为中国中外合资的企业，通过与世界顶级葡萄酒企业人头马 30 年的合作，成为国内葡萄酒业的领袖企业。此

次王朝酒业与海航集团将就专属航班打造、酒店整体资源运用、品牌营销合作、海航专供葡萄酒、双方资源共享、海运合作、海航产品使用等七个不同层面展开合作。

王朝酒业成立于 1980 年的，在乘风破浪 30 载迎来而立年之际，王朝酒业以庆生的方式选择在此揭开 30 年庆典系列活动的神秘面纱，用一场华丽的盛宴演绎 30 年修炼之盛



果，足以让众人陶醉我们期待王朝的下一个惊喜，相信一个成熟的领袖企业不会让大家失望。

涂料高峰论坛暨涂料十佳品牌颁奖盛典在北京举行

中国北京消息，“创新、和谐、责任、影响力”涂料高峰论坛暨 2009 年度第四届涂料十佳品牌评选颁奖盛典近期在北京钓鱼台国宾馆举行。

一年一度的“中国涂料行业十佳品牌评选”是由慧聪涂料网主办的权威评选活动，2009 年度十佳成品评选中，三

棵树、经典漆、都芳漆、多乐士、立邦获得十佳家居墙面漆品牌。SKK、STO、亚士、固克、大象、三银等获得十佳工程建筑涂料品牌。华润、紫荆花、大象、立邦等获得十佳家居木器漆品牌。大宝、展辰、长润发等获得十佳家具涂料品牌。湘江、大桥、长江、双虎、阿克苏诺贝尔、

PPG、宣伟等 20 家企业获得十佳工业涂料民族和国外品牌。洪杰、包天雄、曾兆敏、郭宽、李金钟、王文彬等将十大风云人物等奖项囊获手中。

在颁奖盛典同期举行的“创新、和谐、责任、影响力中国涂料高峰论坛”吸引了来自全国乃至全球涂料行业的目

光。据慧聪网化学品事业群总经理郭喜鸿介绍，由慧聪涂料网主办的年度高峰论坛希望搭建一个平台，让国内外知名涂料企业核心精英思维碰撞、经验分享，通力联手共同把中国涂料行业做大做强。

漫步者 M360 打造你的专属音乐厅

M360 是漫步者一台一体化迷你音响，虽然个头小巧，但却比以往任何一台音响都要复杂。所占面积比一本杂志略大，你可以随意摆放在客厅、书房、卧室、床头、厨房甚至浴室。时尚的外观，可以完美融入任何环境；典雅稳重的气质，在哪里也不会显得突兀张扬；优美的音质，会令它所在的每一个地方都成为你的专属音乐厅。

近年来，漫步者屡屡摘获国际顶级设计大奖，从美国的 CES、德国的红点、日本的 Good Design 等都不乏漫步者产品的身影，是全球用户对漫步者设计理念的褒奖，也是对漫步者设计团队的肯定。M360 正是出自这个顶尖团队，它融入了西方美学中的简约与东方

美学中的宁静，使之看上去有着一种大度与高雅的气质。

M360 集成了 CD 播放器，能播放音乐光盘和记录了 MP3、WMA 的数据 CD，是漫步者第一款真正意义上的独立音响产品，无需外接音源即可实现音乐播放。集成的 CD 播放器采用吸入式机芯，光盘放入碟机入口会自动吸入，使用简单。之所以没有使用 DVD 机芯，并非成本原因（实际上，CD 机芯的成本更高），而是因为 DVD 碟机读速过高，不利于产品的音质表现。这一点，也体现出漫步者始终如一坚持卓越音质的产品理念。此外，为了防止吸入式机芯进入灰尘，漫步者还细心的加设了舱口防尘条。另外，它也能播放

SD 卡中的音乐，并支持最常用的 U 盘、MP3 等 USB 接口音频产品的直接播放，可以为您带来最方便的音乐享受，让您的音乐空间更为自由。仅有这些还不足够，M360 还能支持流行的 iPod 播放器（shuffle 除外）和 iPhone 手机，在播放音乐的同时，还能为您的 iPod/iPhone 充满电。如果您的 iPod 还能播放视频的话，M360 还能将视频信号送到大屏幕电视机上观赏。

虽然 M360 还没小到可以随身携带，但它却非常适合在户内移动。比方说：早晨 9 点到 10 点，您在阳台晒太阳，一边喝着茶一边听 M360 播放数字广播。10 点后您需要看书了，您可以把 M360 带到书房，放点背



景音乐……到了夜里，您还可以把 M360 带到床头，插个 U 盘听一点私藏的音乐……换做以前的设备，要做到这样的移动，需要大量的连线工作，但移动 M360，您需要做的只是插拔一下插头并拎走而已。

M360 采用了感应式全触摸技术，除了硬开机按钮之外，其他操作都使用了感应式按键，还引入了灵动飞轮的操作模式，您可以轻触红色光环内侧并作环形旋转，实现快速操作。例如调节音量，做顺时针旋转时增加音量，而做逆时针旋转则衰减音量，这比单纯去按按键要更方便快捷。

三网融合一触即发，国际金融巨头“疯狂”保护无线品牌资产

日前，笔者获悉，全球最大保险集团安盛 (AXA) 为首的国际金融巨头疯狂注册数百个无线网址，构建起三网合一时代的无线品牌资源“防护墙”，有关专家表示，与域名、商标一样，无线网址也是企业品牌资产重要组成部分，此次国际巨头的前瞻行动势必将现“蝴蝶效应”，新一轮的无线品牌保护大战即将掀起。

据悉，此次国际金融巨头疯狂之举，仅安盛集团就注册了近百个关键词，涉及其品牌名称、业务范畴、产品品类等，如“安盛保险”、“安盛理财”、“axa 集团”、“瑞士尊贵”等。无独有偶，另一个全球投资界龙头基金奥氏资本更是从 2008 年开始的两年间陆续注册了“奥氏”、“ochziff”、“奥氏对冲基金”等 50 多个无线网址关键词，在无线平台构建了坚实的品牌保护壁垒。

据介绍，无线网址作为一种关键词寻址技术，能够实现移动终端设备快捷访问手机网络，精准直达目标 wap 网页。手机用户只要登陆 wap.cn 网站输入关键词，如“世博会”，就可以直达世博手机网站。

面对即将到来无线浪潮，安盛等国际金融巨头对无线资产的疯狂保护给企业提供了很大的借鉴意义：除了保护性注册与商标、品牌相关的关键词

之外，企业还应该将产品品牌、业务种类注册下来，以备进行针对性的 Wap 营销和宣传。这种全面的保护做法能防止竞争对手或其他恶意利用。

胡钢建议，不妨学学国际金融巨头的这种“疯狂”。或许正是有了这种疯狂，才避免了将来不可估量的形象与经济损失，才使得企业在无线互联网市场上走的更远。