

# “博士蛙”借力动漫 发力儿童玩具市场 擦亮阿拉丁“神灯效应”是最终理想

□ 吴晨



日前，主打婴童产业的博士蛙国际控股有限公司，与日本玩具厂商株式会社多美(Takara Tomy)签下合作战略，把动漫和游戏玩具相结合，开发更多动漫衍生产品。据悉，通过此次合作，多美的玩具产品将通过博士蛙的销售通路强势进入中国市场。

博士蛙方面称，此次的合作除了产品和渠道相结合，双方提出将共同在中国市场研发和生产适合中国儿童的产品。同时，将在内容产业上进行深度合作。通过和多美的合作，博士蛙可以为其会员设计专属于他们的展示平台，提供符合儿童需求的产品选择。

结合动漫元素是博士蛙攻占中国玩具市场的主要战略。玩具市场迫切需要动漫文化的植入，而动漫文化的未来又

掌握在儿童需求的市场上。博士蛙集团是目前国内儿童消费品行业中商品及渠道首屈一指的儿童消费品企业，作为全球市值最高的儿童消费品开发商和零售商博士蛙，在资金的运作实力上首屈一指，坐拥巨大的消费需求市场。

鉴于儿童消费品市场的大博士蛙集团，几乎同时站在三个产业链的引领位置，拥有拉动儿童相关的各产业链的需求和跨界合作的能量和能力。因此，博士蛙将进一步完善儿童产业链相关的商业运行模式，这不失为对中国动漫产业发展模式的一种新的探索。

早在2005年，博士蛙与动漫展的结缘在上海东亚展览馆，博士蛙董事长钟政用称“我们其实是动漫展上的‘买手’，但我们只对性价比好的动漫产品授权有兴趣。”介入动漫产业并获得丰厚回报后，博士蛙又先后获得了“网球王子”、“巴布工程师”、“托马斯小火车”等动漫品牌形象的授权，印有这些卡通形象的儿童服饰在博士蛙多业态、全覆盖的销售网络中占据着最显眼的位置。在这些动漫品牌深入儿童内心之后，博士蛙成功地让其穿在儿童的身上，拿在儿童手上。

博士蛙旗下品牌的门店遍布全国，主要分布于二、线城市A类商圈的中高档百货商场，通过博士蛙“四网融合”店店为营和互联网数数相通等模式将使博士蛙旗下品牌渠道开拓得更宽更广更高效，更完善的多美(Takara Tomy)系列玩具产品将迅速进入博士蛙的各大销售渠道。

博士蛙高层充满信心地表示，“未来的目标是，父母打开电脑、按动手机、一挥卡片，儿童所需要的一切物品、乐园就会来到身边。如果用动漫的语言来表达，那么阿拉丁神灯的效应就是博士蛙的最终理想。”

## 培育文化传递 打造学习型企业 上汽依维柯红岩公司 红岩汽车学院正式成立



7月18日，红岩汽车学院举行揭牌暨奠基仪式，标志着筹备半年多、受人瞩目的红岩汽车学院正式成立了。依维柯公司副总裁Franco Cirann、上汽培训中心重庆教学点副校长蒋建华、重庆大学机械工程学院副院长朱才朝，以及公司高管等参加了此次揭牌暨奠基仪式，见证这一激动人心的时刻。

公司党委副书记王永良主持仪式，向与会来宾作了热情洋溢的开幕辞。人事执行总监路华在对红岩汽车学院进行介绍时谈到，红岩汽车学院的成立，意在整合、引进各种发展资源，以“百年树人”的精神，坚持不懈地打造有执行力的管理队伍、有创新的研发队伍、有高水平的技术工人队伍，并将为企业文化建设起到积极推进作用。

公司总经理熊伟铭在会上作了讲话。他指出，如今人力资源已是企业竞争力的核心，直接关系到企业的可持续发展。红岩汽车学院的成立必将为公司培养出一批德才兼备、技术过硬的员工队伍，一批具有红岩特色的高竞争力核心人才队伍。熊伟铭先后与上海培训中心副校长蒋建华、重庆大学机械工程学院副院长朱才朝签订了“上汽培训中心重庆教学点合作协议”、“上汽依维柯红岩与重庆大学人才培养合作协议”，同心协力助推学院的快速发展。

随着企业的进一步发展，企业对员工的要求也在逐渐提高，部分员工现有的知识也不适应当前企业的需求，急需对他们进行培训和提升。今年年初，熊伟铭总经理在公司中干大会上首次提出了成立红岩汽车学院的构想，旨在通过企业培训机构的全面培训，打造学习型组织，提升员工的业务水平，增强企业和产品的核心竞争力。在借鉴上汽培训中心运行成功经验的基础上，公司结合企业实际，进行了深入分析，提出了红岩汽车学院筹备方案，明确了组织架构、人员配置，以及红岩汽车学院成立的意义、愿景和核心价值观。

红岩汽车学院下设四个教学部，即领导力与管理教学部、工程技术教学部、技术工人教学部和党群教学部。其中，领导力与管理教学部包含40+4培训、管理论坛、销售网络、售后服务、安全等培训项目，工程技术教学部包含技术论坛、“PSST”质量工具和专业软件培训项目，技术工人教学部包含技师论坛、冲焊培训岛、特种作业人员培训岛、劳务人员培训、职业技能鉴定等培训项目，党群教学部包含党校和团校培训项目。

红岩汽车学院旨在整合公司现有各种培训和发展资源，有效引进股东方和社会各类资源，以“百年树人”的精神，坚持不懈地打造公司三支人才队伍——有执行力的管理队伍、有创新的研发队伍、有高水平的技术工人队伍，同时也将为上汽依维柯红岩公司文化建设起到积极推进作用。学院愿景是，培养具有红岩特色的高竞争力核心人才队伍，铸就商用车领域成功企业大学的典范；核心价值观是，专业、创新、客户、执着。

(杨春燕)

## 家家迎请 平安得福

### 108岁高僧 108颗佛珠

## 传世藏品龙纹玛瑙佛珠隆重现市

佛智長老  
生于1906年  
中国当代高僧  
成都唐天寺主持



### 受名人尊敬的高僧

佛智长老，唐天寺住持，虚岁108岁高龄。佛智长老籍贯成都，于1919年6月，因战乱七岁出家，二十岁到成都昭觉寺受戒，留寺修行，二十四岁时方丈衣钵，后任住持。历任：教务主任达十年之久（经他教授过的知名高僧有：清定法师、海山法师、济世法师等人）。佛智长老与经常出入寺院的社会名流如梁漱溟、陈鹤园、徐悲鸿、张大千等相交甚密，特别是近代著名寺外的书画大师张大千在距唐寺住了4年，一直与佛智长老相处一室，日夜谈禅论道，感情甚深。

佛智长老潜心研读佛教经论及儒家典籍，对佛法妙理有极深造诣，并在书画诗画上有很大成就，其受到邓小平及中国佛教协会会长赵朴初、全国人大副委员长班禅大师等接见。

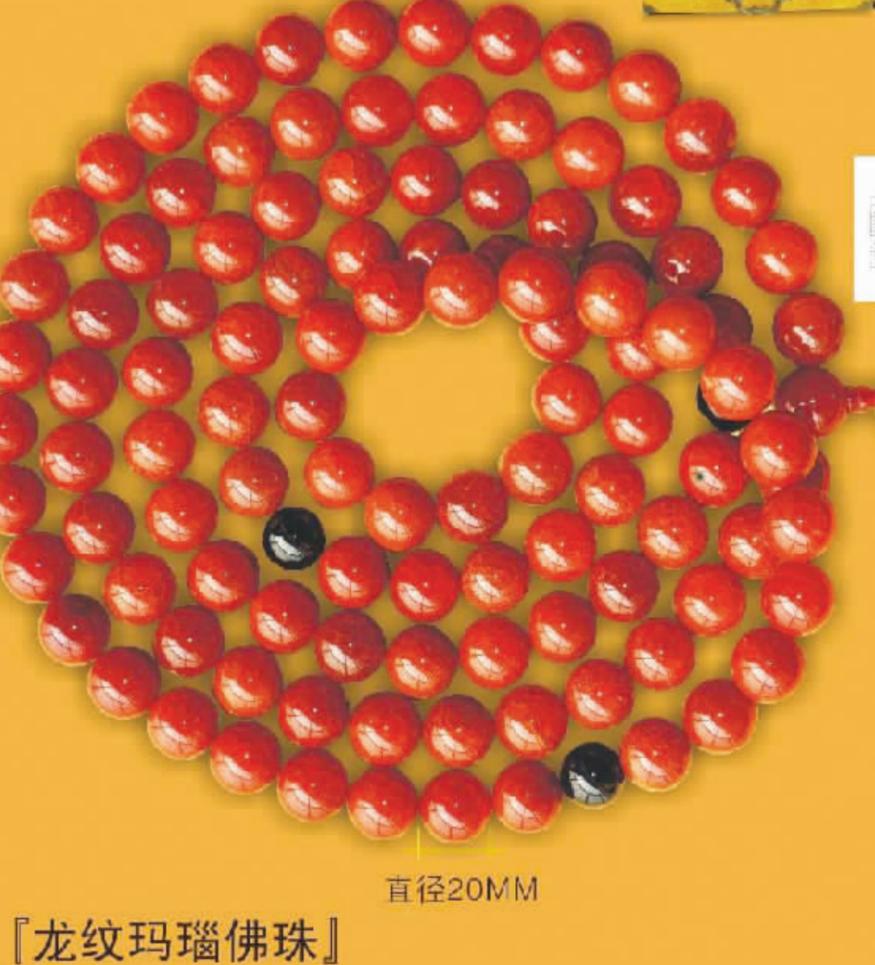
唐天寺坐落成都市牧马山麓，始建于南朝梁天监年间，大盛于唐，宋、虽历经战乱，但从未弃其故地，绵延不绝，已千余年。唐天寺之名，是唐僧宗幸蜀时辟于此而得。

### 龙纹天然极品玛瑙

- 选用国内罕见的巴西进口龙纹天然极品玛瑙
- 藏品开光后，蕴藏的暗物质能显出诸多奇特现象
- 高僧加持开光加持

世界非物质文化遗产“金版刻印雕刻技艺”印刷，中国当代高僧开光

《金瓶梅》是佛教著名经典之一，每本经书皆世界非物质文化遗产“金版刻印雕刻技艺”印刷，并由佛智长老开光加持。



直径20MM

『龙纹玛瑙佛珠』

市场迎请价：¥12800元 [藏品规格]佛珠总长：2234mm，佛珠直径20mm\*108；黑玛瑙隔珠18mm\*3；佛头珠直径20mm\*1颗

本报读者特惠迎请价：¥12800元

感恩广大读者多年来厚爱本报 请立即拨打全国迎请热线 028—87343363 87344621

13679088888

## 百度凤巢全面升级 搜索营销迎来简单化革命

日前，全球最大中文搜索引擎百度宣布，在经过长达一年多的研发和反复测试后，百度“新凤巢”系统正式全面对外开放。这是百度推广专业版“凤巢”自2009年12月替代原有“竞价排名”系统以来，规模最大的一次升级行动。升级后的“新凤巢”将为企业带来更加便捷、智能化、人性化的搜索营销体验。这也标志着作为当下网络营销首选的搜索引擎营销，在管理功能和使用体验上迈上了一个新的台阶，中小企业搜索营销将迎来一场简单化的革命。

目前，我国中小企业已普遍实现了互联网接入，但是对于网络营销的认知和应用水平仍然有限，专业人才也显示出严重匮乏。对于发展中的中小企业而言，百度搜索推广这次全面升级，将大大简化百度搜索推广账户的操作步骤，降低客户的操作复杂度，并增设了许多批量操作功能，设置了悬浮式工具栏，为企业带来更加人性化的智能便捷操作体验，这将是中小企业搜索营销效率的一次全方位提升。据了解，为了帮助中小企业推动搜索营销业务的可持续发展，全面提升搜索营销效果，升级后的凤巢系统数据交叉分析能力也显著提高，企业依托全新升级的凤巢平台将获得更加直观的营销效果与数据参考依据。

参与升级评测的一位中小企业老板对此深有感触：“新的平台让我这个外行人也能一目了然，大大提升了工作效率。”业内分析人士认为，此举也必将成为百度推广业务在步入下一个十年之际的一项重要竞争力，推动百度搜索营销业务在中小企业长尾市场领域的深入发展，这也势必推动搜索营销及网络信息化的加速应用。

(新浪网)