

2014 西安、武汉热能展会

2014年3月20-22日, 3月26-28日, 我司分别参加了“第16届中国(西安)国际供热采暖与建筑环境技术设备展览会”、“2014第七届武汉国际绿色建筑技术产品博览会”为期六天的两个展会。两个展会均以“绿色、环保、节能”为主题, 卡德智能作为节能型产品的厂商, 响应展会主旨, 展出了包括一体水控机, 分体水控机、一体水表等配套节能产品。通过这两次展会, 发出宣传册200余份, 收集到客户信息一百多个, 在公司团队的努力下, 两次展会参展均取得圆满成功。

西安展会上, 来自北方的建筑工程商、房地产开发商、建筑和暖通设计院、暖通给排水设备经销商以及工程商都早早地到场, 到各个展位参观、了解产品; 许多西安当地的学校、房地产商来到我们的展位咨询水控产品的功能、用途, 通过营销中心华西大区经理对产品的讲解, 加深北方客户对水控产品的认识, 提高节能意识, 宣传卡德智能品牌。华西区域经理同时也邀请了一些一直在联络中的重点客户到展位上来面对面做一些详细的沟通, 通过详细的讲解以及对产品的简单的演示, 让客户加深对我们的产品的了解, 为今后的进一步合作打下了良好的基础。

此次2014年绿色建筑技术产品博览会武汉展会, 主要展示了太阳能设备, 建筑节能设备。由于武汉太阳能产业比较发达, 做太阳能热水器的厂商、工程商都很多, 展会期间, 来展位上咨询产品的人员络绎不绝, 都对我们的节能水控产品表示出了极大的兴趣。因为当地许多工程商以前对卡德智能水控产品有了解或者有正在使用中的项目, 主动要资料, 留名片的客户相对较多, 说明了当地客户对此次展会的重视, 我司参展也取得了良好的效果。

为期六天的展会已经落下帷幕, 通过这两个展会, 展示了“卡德智能”企业品牌形象, 提高了公司的知名度。通过展会提供的信息渠道和网络宣传自己的产品, 在很短的时间内与目标顾客直接沟通, 将产品的信息发送给特定的客户, 并产生来自顾客的即时反应。同时生产商、批发商和分销商进行交流、沟通和贸易的汇聚点, 特别是这种专业性会所代表是所在行业的缩影, 在某种程度上就是一个市场, 我们可以在会展中与供应商、经销商和合作伙伴建立良好的关系, 从而树立企业在整个市场中的整体形象。通过会展期间的调查和观察, 我们收集到有关竞争者、分销商和新老顾客的信息, 能够迅速、准确地了解国内外最新产品和发明的现状与行业发展趋势等, 从而为制定下一步的发展战略以及产品的研发和改进提供依据。



卡德智能

CARDZV® 卡德智能
Card Intelligent

播种与收获

荣誉出品

2014年04月

01 | 总第2期

主办: 企划部
公司传真: 028-85221293

审核: 总经理
公司网址: www.cdcardzn.com

公司电话: 028-66923335 (十八线)
公司邮箱: cdcardzn@126.com

5周年庆典

假如你播种野草, 那一定收获到杂乱无章;
假如你播种稗子, 那你一定收获到一把糟糠;
假如你什么也不播种, 那你会收到一片空白。

——引言



卡德智能五周年的日子里, 我们展望美好的未来! 子里, 我们播种希播种勤奋, 收获辉煌收获成功。春种一子。有播种就会有



年了, 在这个喜回顾走过的岁月, 在过去五年的日里, 收获未来。煌。播种抱负, 粒粟, 秋收万颗收获。

阿拉伯有一句恨将收获罪恶, 播善。”这句话说的什么就将收获什么。对于一个学生来说, 播种辛勤的汗水, 他将收获优异的成绩。对于一个农民来说, 播种优良的种子, 他将收获满仓的果实; 对于一个商人来说, 他若播种诚信, 就能收获丰厚的利润, 若播种假冒伪劣, 将收获到法律的惩罚和社会的抛弃。因此, 卡德智能一直秉承着“品质是金、服务至上”的经营理念。既是对产品的要求, 也是对人品要求。产品质量不稳定, 将收获的是被用户的淘汰; 人品不端正, 将收获的是被社会的遗弃。我们一直努力着, 坚持不懈地追求客户满意度与市场满意度, 也只有做到这一点, 才是卡德智能付出得到的最大收获。

回顾五年, 我们不断地付出, 也不停地收获着。有客户的信任, 员工的期许, 企业的进步与希望。在这个春天, 我们将播种更多的努力、勤奋与希望, 卡德智能将在下一个五年里收获更加美好的明天!

卡通九洲惠万人
德聚华夏普众进
智能商路财广进
能达宇宙步青云
五湖四海升歌舞
周年天共庆悦精神
庆贺华胜景花怒放
连连震乾坤

——藏头诗



礼品中心

产品名称: 32位台式/挂式消费机

产品型号: KD-T24.L、KD-T24、KD-T23.L、KD-T23 (从左至右)

产品用途: 校园、企业、政府机关的食堂, 以及超市、会所、连锁店等场合, 实现交易和结算电子化

32位ARM内核处理器, 跨越8位单片机时代; 为功能升级提供无限潜能, 在处理速度、工作稳定性、功能扩展等方面取得了飞跃式的进步, 互联网数据传输能力使设备的应用范围极大的扩展。可广泛应用于校园、企业、政府机关的食堂, 以及超市、会所、连锁店等场合, 实现交易和结算电子化。

喜讯

卡德智能3月21日午间公告，公司于近期获得由中华人民共和国国家版权局颁发的《计算机软件著作权登记证书》（证书号：软著登记第0692314号）。证书相关信息如下：

软件名称：基于云技术的一卡通与物联网融合平台V1.0
著作权人：成都卡德智能科技有限公司
开发完成日期：2013年12月20日
首次发表日期：2013年12月25日
权利取得方式：原始取得
权利范围：全部权利
登记号：2014SR023070

该计算机软件著作权的取得对公司开拓市场及推广产品会产生积极影响，有利于公司进一步完善知识产权保护体系，避免和防止侵权事件发生；能形成持续创新机制，发挥自主知识产权优势，提升公司的市场竞争力。



“基于云技术的一卡通与物联网融合平台”
计算机软件著作权登记证书

员工风采

我从12年进入卡德智能这个大家庭，转眼间已经两年时间了。回顾这两年期间，在领导的关心指导和同事的支持与帮助下，熟悉了行政人事等方面的工作内容及工作责任。在工作中，既有不少收获，也有很多的感悟。在实践中，对自我认识有了很大的提高，更明确了自己前进的方向。在此，非常感谢公司对我的栽培以及信任。在后面的工作中，我会更加努力学习，更加努力的工作，为卡德智能提供自己的微薄之力，共创卡德智能美好的明天！



大家好，我叫Chris
爱看书，跳舞，旅游。

人生格言：
希望是附丽于存在的，
有存在，便有望，
有希望，便是光明。

大家好，我叫Roger
爱好看小说、运动、看电影。



人生格言：
播种生活，收获习惯。
播种习惯，收获性格。
播种性格，收获命运。

我于12年初加入卡德智能，目前在公司担任软件研发工作。在加入卡德前我是做“汽车产业链协作平台”，对一卡通行业可以说是完全不了解。

一卡通系统是通过一张卡实现多种不同功能的智能管理，一张卡上可供很多设备使用。随着科学技术的推广运用和发展。现在社会几乎各个行业都有应用IC卡智能管理系统。根据市场现状，实施一卡通，已经成必然。

我公司目前已推出WEB版一卡通管理系统。用户只需要有浏览器即可，不需要再安装其他软件。更有效的管理控制“门禁、消费、水控、考勤等”各个子系统。

在这两年的时间里，我对公司主营产品都有深入了解，同时我将不断的努力学习、成长，为卡德智能一卡通品牌推向全国做一份贡献。

第一季度生日会

“祝你生日快乐，祝你生日快乐，……”，伴随着熟悉的生日歌声，第一季度的各位“寿星”们切开了精心订制的蛋糕，顿时，掌声热烈，一张张年轻的脸庞在相互的祝福中绽开了笑容……大家向每位过生日的“寿星”们送上了真诚的祝福。品尝着香甜的蛋糕，共同分享着生日的喜悦，感受着家的温馨。公司对员工的关爱之情，使员工增强了归属感，同时也增进了彼此的沟通和了解。

为弘扬公司企业文化，让每位员工感受到集体的温暖与关怀，卡德智能每个季度为员工举行一次生日聚会已经成为公司的一个传统。在一个季度结束的日子里，选择一个合适的时间精心为员工送去生日的祝福！生日蛋糕、鲜花气球、歌声和祝福声，在这特别的日子里，企业对员工长期以来的辛勤工作给予了肯定和感谢，也表达公司对员工的点滴关怀。塑造优良的人性化管理，促进员工对企业的信任，推动企业良性健康发展。“以人为本”是现代企业文化的竞争核心力，一个优秀的企业应该具有内涵丰富、底蕴深厚的企业文化。企业人字为头，亲情管理，人性化管理是企业必不可少的一部分，不断熏陶员工的工作精神及个人情操，营造轻松和谐的工作环境与人际关系，进一步增强员工的集体荣誉感、责任感和使命感，培养员工坦诚友好的工作态度和作风。卡德智能的领导着重抓“以人为本”的经营理念，调动员工的积极性、提高劳动效率、减少人员流失、尊重人、重用人、培养人、关心人、增强企业凝聚力，培养企业团队精神，塑造良好的企业形象，全面营造一种“理解员工、关心员工”的文化氛围，为公司实现发展战略目标提供强大的文化支持、精神动力和力量源泉！



行业新闻

价格战博弈 第三方支付市场竞争火药味浓厚

前段时间由“嘀嘀打车”和“快的打车”点燃的“价格战”已蔓延至线下支付领域。日前被市场称为“刷卡派”的拉卡拉在上海召开“手机收款宝”上市发布会，推出了售价仅为299元的升级版POS。“我们把这款手机收款宝定价在299元，准备以不赚硬件的方式来推广产品。”拉卡拉集团董事长兼总裁孙陶然说。就在拉卡拉手机收款宝面市3天之后，支付企业“盒子支付”，宣布其一款手机POS——“钱盒商户通”，面向6000万中小微商户免费赠送，盒子支付投入资金2亿元，与拉卡拉展开了一场贴身肉搏。

价格战让人嗅到了第三方支付市场竞争的火药味。截至目前，中国人民银行共发放250张第三方支付牌照，支付机构当中前20家占了90%多的市场份额。2013年中国第三方支付市场移动支付业务交易额显示，支付宝、拉卡拉、财付通分别以69.6%、17.8%和3.3%位居市场前三位。“与2012年的数据相比，行业集中度再次增强，行业洗牌期正在临近。”

有关专家表示，易观智库的中国第三方支付市场AMC模型显示，经历了2011年至2014年的市场高速发展期，2015年将进入应用成熟期，行业整合将进入集中期。

除了价格战外，支付服务的目标客户也在“下沉”。上述几家支付企业均提出了新产品的细分市场主要在于小微客户或是“三农”领域，如个体店主、物流和直销企业工作人员，甚至是家教人员和钟点工

