

旨在解决媒体资源有限、用户精准定位难、营销活动运营成本高等复杂问题 一站式全链营销解决方案 “腾讯汇赢”发布

■ 李近源

10月12日,“赢响——腾讯区域营销解决方案战略发布会暨招商会”在重庆隆重举行,腾讯网络媒体事业群副总裁、广告客户部总经理栾娜女士,腾讯网络媒体事业群区域拓展部总经理赵强先生,CTR总裁助理、媒介智讯总经理、媒介融合研究院执行副院长赵梅女士出席会议,500余位营销大咖与行业精英莅临现场。我国区域经济发展已进入新的活跃时期,随着区域市场的持续升温,区域品牌力求突破走向全国市场,与此同时,活跃于一二线城市的大中型企业也纷纷寻求下沉之道,因此区域市场的企业不仅要在产品的品质上保持水准,还要在营销方式上求新求变。

以互联网为主的数字化传播渠道已成为新时代品牌力的主要展现渠道,然而目前区域企业在品牌营销的实操中却常要面对媒体资源有限、用户精准定位难、营销活动运营成本高高等诸多复杂问题。

“腾讯汇赢”的推出旨在让品牌更轻松解决这些阻碍,作为腾讯全力打造的自助营销服务平台,腾讯汇赢整合腾讯全媒体优质资源,依托腾讯大数据深耕区域市场,支持跨媒体、跨终端多广告形式灵活投放,可实现多场景营销,成为助力区域品牌的一站式全链营销解决方案。

在腾讯营销平台全用户、全场景、强社交的独有优势下,腾讯汇赢将为企业带来以下四个方面的支持:

品牌曝光——优质的高曝光资源

腾讯汇赢整合优质资源向目标用户发声,通过腾讯资讯、娱乐、社交等顶级资源强势聚合,为品牌实现跨媒体跨屏连投,打通线上线下,帮助品牌形象全方位、多角度地触及用户。

精准投放——海量用户大数据精准定向

腾讯覆盖98%的中国网民,依托腾讯大数据,腾讯汇赢可根据基础属性、媒体兴趣、

15个城市 技能高手同台竞技 首届汉江流域 职业技能大赛开战

■ 田伯韬 耿元斌

9月29日晚,为期3天的“首届汉江流域职业技能大赛”在湖北襄阳技师学院降下战幕,来自湖北、陕西和河南3省15个城市的126名选手,同台比拼数控车工、焊工、维修电工、中式烹调师4个工种的技艺。国家人社部党组成员、副部长汤涛,人社部职业能力建设司副司长李京梅,湖北省委常委、襄阳市委书记李乐成,省委组织部副部长、省人社厅党组书记、厅长肖菊华,襄阳市委副书记、市长秦军,省人社厅党组成员、副厅长曾向阳,市委常委、秘书长王忠运,副市长陈清泉出席闭幕式,并为优胜选手颁奖。

本次大赛搭建了跨省域职业技能人才同台竞技和交流的舞台,并探索建立优胜者职业资格等级晋升的“绿色通道”。大赛设数控车工、维修电工、焊工、中式烹饪等4个竞赛专业(工种)。由于参赛选手较多,除中式烹调师外,其他3个竞赛工种的比赛分别将选手分成4个小组先后进行,然后将各竞赛工种选手的成绩由高到低排序,最高者即为相关竞赛工种冠军。大赛共评出各竞赛工种一等奖1名,二等奖2名,三等奖3名。对各竞赛工种获得第1名的选手授予“汉江流域职业技能大赛一等奖”称号,并给予奖金2万元;对各竞赛工种获得第2名和第3名的选手授予“汉江流域职业技能大赛二等奖”称号,并分别给予奖金1万元、5000元。大赛期间,还同时举办了技能人才与产业发展研讨会、技能人才建设暨“襄阳制造”成果展和襄阳部分国家级、省、市级非物质文化遗产现场展示。汉江流域8所技工院校现场签署了职业技能培训联盟。

为达到以赛促训、以赛选才的目的,此次职业技能大赛参照国际竞赛的技术标准实施。为保证大赛的公平、公正,大赛裁判从省级职业技能大赛专家库中选出,每个竞赛工种都专门设置了加密裁判。

本次活动由湖北省人力资源和社会保障厅、襄阳市人民政府主办,襄阳市人力资源和社会保障局、市总工会、共青团襄阳市委承办。人社部职业能力建设司、湖北省人社厅相关负责人,陕西、河南、湖北各地市人社部门相关代表,以及3省部分技工院校负责人参加活动。

经过紧张角逐,武汉选手卢闪闪、襄阳选手郝锐、荆门选手尹东、武汉选手付承钢分别获得数控车工、维修电工、中式烹调师、焊工4个工种的冠军。



商业兴趣等六大类4000+标签绘制用户画像,运用技术进行多元定向,帮助品牌直达目标用户,实现精准曝光。

操作便捷——自助交易平台

腾讯汇赢以智能平台、自助服务实现营销自动化,帮助品牌方便快捷地实现高效营销策划,集中各项成本于精准客户,在控制预算与成本方面为企业发展提供支持。

多元延展——精品内容深度合作

腾讯汇赢凭借腾讯专业媒体团队和自媒体生态平台打造的多样精品内容,与品牌进行深度合作。结合热点大事件,打造特色营销专题,提升品牌影响力;借势综艺、音乐等王牌IP,提升话题热度和传播度;融合精品自制内容,实现定制化内容的创作及分发,以及品牌定向曝光和趣味互动,全面传递品牌理念。

区域经济的日渐发展,源自于中国的经济结构,产业结构正在发生的巨大变革,区域品牌的快速崛起预示着区域经济的未来发展有着不可估量的潜能。作为腾讯针对区域品牌所推出的营销平台和产品,腾讯汇赢的推出为区域品牌提供了便捷、高效、精准的全链营销解决方案,对于激活区域商业和消费潜力将起到积极作用。

中铁八局海外分公司刚果(金)项目部 开展中秋节素质拓展活动

10月4日,中铁八局海外分公司刚果(金)项目部工会工委以“锻造团队意识,共庆中秋佳节”为主题,组织开展了中秋节素质拓展活动。

本次活动在金苏卡营地内举行,分为三个部分:户外团队意识训练、知识竞赛和爱国影片欣赏。户外团队训练通过“七人八足”、“你来比划我来猜”、“一元五角”等一系列员工喜闻乐见的趣味游戏,寓教于乐,培养了团队默契,引导员工进行换位思考,增进了员工



之间的感情交流,传递了同舟共济、众志成城的海外精神。随后的知识竞赛,内容涵盖了施工安全生产、精细化管理、趣味百科等方面的

部门联动 清网截流 伊川县烟草局等七部门给物流快递企业上课

■ 本报记者 罗红耀

为堵截假冒卷烟违法流通源头,维护卷烟消费者利益,落实省、市烟草产业转型升级工作部署,推进“清网截流”专项治理工作,10月11日,河南伊川县工商、公安、交通、邮政、质监、商务、烟草七部门联合行动,组织全县60多名物流快递企业及相关基层执法单位负责人,对物流寄递涉烟经营企业如何识别寄递假冒卷烟、举报政策及有关法律法规进行了培训。

培训会上,伊川县工商、公安、交通、邮政等执法协作部门分别围绕部门职责,对物流



寄递企业依法经营工作提出了要求。县烟草局有关负责人根据烟草专卖法律法规有关规定,对超限量邮寄卷烟、无证运输卷烟、贩售假冒卷烟等法律条款及处罚进行了讲解,并

知识点,使竞赛活动同工作生活密切结合。此外,每项活动都设置了丰富的小礼品作为奖励,极大地调动了全员参与的积极性。最后,全体员工一起观看了爱国主题电影《战狼2》,感受了中国军人的英雄气概,激发了大家在异国他乡的民族自豪感。

此次活动,丰富了项目员工的业余生活,提供了同事间相互交流的平台,促进了项目部的凝聚力和向心力,使大家在遥远的地方度过了一个愉快难忘的中秋佳节。(鄢万力)

结合《邮政法》、《快递市场管理办法》,强调物流领域禁止寄递或限制寄递涉烟物品,明确告知执法单位有权查处寄递企业。

为使物流寄递企业从业人员更加准确地发现涉烟违法包裹,烟草局相关负责人结合查办的违法包裹实物总结出来源城市、包裹尺寸、重量、发货单等五大特征进行了现场培训。公布了举报政策和举报电话。

通过培训,提升了物流寄递企业从业人员对识别寄递非法卷烟包裹的鉴别能力,加深了对寄递假冒卷烟危害性的认识,为坚持依法经营、积极提供线索、配合执法部门净化卷烟市场、维护消费者利益打下了坚实的基础。

教你看懂轮胎上的“达芬奇密码”

不知道大家有没有注意到,在汽车的轮胎上,有着密密麻麻的各种各样的数字、字母和符号,它们都是什么意思呢?难道是“达芬奇密码”?今天就带领大家一起来解读:汽车轮胎上的“达芬奇密码”。

国际标准的轮胎规格,一般由六部分组成,“轮胎宽度(mm)+轮胎断面的扁平比(%)+轮胎类型代号+轮毂直径(英寸)+负荷指数+许用车速代号”。

在轮胎的侧面,轮胎的品牌应该是最明显的了。汽车轮胎的品牌众多,不同品牌的轮胎侧重的性能也不同。比如舒适静音性以马牌、米其林最佳,耐磨性能以普利司通、倍耐力最佳,而运动性能以倍耐力、固特异最好,我们在选用时要根据自己的需求合理选择。

轮胎的宽度越宽,接地面积就越大,在相同花纹、相同材质的前提下,更大宽度的轮胎在直线行驶状态下的抓地力和牵引力会更

好,但是油耗水平会相应有所增长,。

55代表是扁平比,它指的是从轮圈至胎面的高度与轮胎的断面测量最大的宽度的比值,以百分比表示,即高度占宽度的百分数。

关于扁平比,市售的大部分轿车采用较多的还是小宽度、小内径和扁平比数值大的轮胎。扁平比数值大的轮胎由于胎壁厚,缓冲能力强,相对来说舒适性较高,但对路面情况的回馈较差,转弯时的侧向抵抗力弱。反之,扁平比数值小、大内径的轮胎,因胎壁较薄,对路面的反馈更好,胎壁变形更小,使车辆的操控性大大加强,常用于偏向运动风格的车辆。

子午线轮胎是指轮胎的内部帘布编织排列方向与胎面中心线成90度角,形似地球仪上的子午线而得名。一般这种轮胎的胎冠部分会增加钢丝层,让其可以承受较大的内压应力,具有胎面不易变形,更好的地面抓力和稳定性的特点,更适合高速行驶。现在的轿车

普遍都使用子午线轮胎。

载重指数指的是轮胎在最大空气压下,一条轮胎于规定的条件下,所能负荷之最大载重所表示的数值。

轮胎主要是由高分子复合材料构成,温度升高会加速橡胶老化。汽车高速行驶时,会使整个轮胎的温度升高,从而导致胎面磨损加剧,轮胎都有其设计的临界速度,当高速行驶达到这一速度时,轮胎就会出现“驻波”现象,这就是该轮胎的“临界速度”,如果在此条件下继续使用,轮胎则会有发生爆裂的危险。为了安全,轮胎是不允许超过设计速度使用的,轮胎的设计速度请查看胎侧标识。为了您的安全,请不要超过轮胎的设计速度驾驶车辆。

什么是驻波现象?大家都知道,汽车的重量的会使轮胎接触地面的部分稍有变形。车行驶时受到变形的部分离开了路面后将恢复原状。如果从轮胎表面一个点来看,轮胎转一

治理鲜榨果汁乱象 须从标准发力

■ 廖海金

据报道,媒体记者分别在街边饮料店、快餐店、超市等购买了5种果汁,其中3种系商家口中的鲜榨果汁,2种为超市销售的标称“100%果汁”的瓶装果汁,并将其作为样品送至北京智云达食品安全检测消费者体验中心进行检测。检测结果显示,5种果汁样品中,只有3种样品含有果汁(其中一种仅含少量),另外2种不含果汁。食品专家表示,事实上,目前饭店和饮品店里销售的各种果蔬汁饮品,多数属于勾兑产品。

诚然,鲜榨果汁通常被认为是绿色健康饮品,若商家能做到诚信经营,在暑热天里喝一杯,不仅能够解渴,而且可补充与水果相同的营养物质,因此一直深受消费者喜爱。然而,勾兑而成的假“鲜榨果汁”,不仅无法给人带来健康,反而会导致身体伤害。据业内人士表示,目前很多所谓的鲜榨果蔬汁就是使用浓缩果汁、果膏、果汁伴侣、果汁粉之类的复合添加剂勾兑而成,鲜果只是其中一小部分,实际上大部分是糖、香精、色素、增稠剂等成分。食品专家表示,事实上,目前饭店和饮品店里销售的各种果蔬汁饮品,多数属于勾兑产品。这种果蔬汁营养成分较少,同时由于糖分较高,过量食用会导致肥胖、糖尿病等症状,影响身体健康。

需要指出的是,添加剂本身并不可怕,正如专家所言,“作为现代人,不可能也没有必要远离添加剂”。可怕的是,有些人为了降低生产成本、牟取暴利,随意添加、过量添加。果汁和饮料中含有一定的添加剂或许难以避免,但可恶的是,不良商家还非要将这种含有大量添加剂的东西叫做“鲜榨果汁”,误导和欺骗消费者。

应当承认的是,街头“鲜榨”果汁经久不衰且颇有市场,乃是消费者惯出来的毛病。从消费者角度说,大多数消费者特别是年轻的消费族群,他们对于自己花钱购买和饮用的果汁,究竟是如商家所宣传的是有营养的鲜榨果汁,还是毫无营养的勾兑果汁,其实并不是很在意,持一种无所谓的态度,他们只在乎的是喝下去那一刻的凉爽,在乎的是暂时性解渴,甚至不少人消费所谓鲜榨果汁之时就明知是勾兑果汁而非真的鲜榨果汁。而且,街头“鲜榨”果汁,比起货真价实的鲜榨果汁来说,价格要便宜不少,这让长期喝“鲜榨”果汁的青年消费者承担得起。

从监管层面说,目前鲜榨果汁是既没有国家标准管,也就没职能部门监管,完全处于监管“空白”状态,才使得商家敢用勾兑果汁冒充鲜榨果汁销售。这也是“鲜榨果汁”里“果汁含量极低”甚至不含果汁的关键所在。时至今日,《餐饮业餐饮服务单位现榨饮料管理暂行办法》还停留在2010年的起草和征求意见状态,并没有颁布实施。这意味着鲜榨果汁目前缺乏国家标准可以参考,职能部门也就没有执法依据。就地方而言,目前,也只有浙江、上海、武汉等地出台了鲜榨果汁的地方标准。

就此而言,“纯果汁”不纯现象,很大程度上是对不纯监管的一种折射和考验。而要彻底改变这一乱象,除了谴责相关商家之外,更重要的还是要尽快健全完善相关的果汁生产标准,确保其科学严谨性。需要特别提出的是,武汉的《鲜榨果蔬汁、五谷杂粮饮品技术规范》中规定,鲜榨果汁要使用新鲜水果现场榨制而成,水果含量不低于30%。应该说,这样的标准就很明确、很科学,值得国家标准借鉴和推广。

因此,要让人们喝街头的“鲜榨”果汁更安心、更安全,这既需要职能部门的强有力的监管,也需要消费者自身用脚投票。一方面,相关监管部门必须尽快出台《餐饮业餐饮服务单位现榨饮料管理暂行办法》,只有有了鲜榨果汁的国家标准,才能为商家经营提供参考,为监管执法提供依据。另一方面,消费者对于明知不是鲜榨果汁的勾兑果汁,要学会拒绝购买、拒绝消费,不能一味地惯着冒牌的鲜榨果汁。如此,鲜榨果汁乱象才能从根本上得到治理。

次,这个点就发生一次变形和复原的过程,在高速行驶的时候,当其复原速度赶不上轮胎的转速时,就会在轮胎接地面后侧引起驻波的异常形变现象,这就是驻波现象。

Treadwear 耐磨指数以数字来表示,数字的高低代表了轮胎在相同使用环境下可行驶里程的多少,数字越大,可以理解为该款轮胎更加耐磨。通常抓地性能出色的轮胎耐磨指数则比较低。

湿地牵引力(Traction)这个参数其实更直白的理解就是抓地力的水平,以AA/A/B/C进行标示,AA代表优秀,C则最差,该项数值越高的轮胎,在湿滑地面的纵向牵引力就越好。

对于非对称花纹的轮胎,胎侧标有“OUT-SIDE”,安装后该标识应在外侧,如果轮胎安装错误,会导致两侧车轮的抓地力不同,尤其在湿滑道路上,导致车辆制动力不同步,操控性不好,跑偏等,会影响行车安全。(文录)