

北汽集团 火力全开力争首季“开门红”

春节假期一结束，北汽福田欧辉工厂就迎来生产旺季。1月份，欧辉与北京公交集团签订 2790 辆新能源公交订单，这也成为 2019 开年客车行业的第一大单。2月17日，记者现场探访欧辉工厂，一辆纯电动公交车从单片铝材到整车下线，用时 12 天左右。

记者了解到，为实现 2019 年一季度“开门红”，北汽集团旗下各业务板块全力开动。1 月份，已实现整车终端销量同比增长 12.8%。

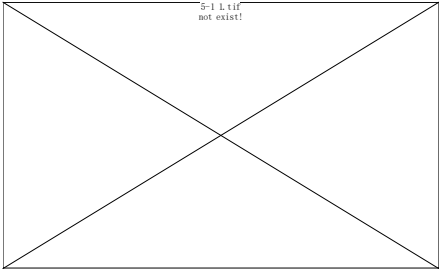
“开门红” “北京”越野车1月销量猛增三成

作为北京市属最大的国有企业，北汽集团去年全年实现营业收入 4807.4 亿元，同比增长 2.2%，利润同比增长 7.3%。

今年一季度“开门红”拉动强劲。据统计，1 月份北汽集团已实现整车终端销量同比增长 12.8%。旗下北京现代、北汽福田、北汽新能源、北汽股份四家企业，纷纷亮出了 1 月的“成绩单”。

北京汽车绅宝品牌 1 月终端销量达 8299 台，同比增长 10%。“北京”品牌越野车终端销量达到 2834 台，其中北京 40 系列同比增 31.8%，连续 19 个月蝉联中国品牌越野车销量榜首。

北汽新能源纯电动车型接连签订、交付大单。其中，北汽新能源与小桔车服共同出资



成立的“京桔新能源汽车科技有限公司”，在今年一季度达成网约车订单 5000 辆。

在西南，北汽新能源与云南能投签订 5000 辆订单，开始了打造绿色城市、智慧交通之旅；在广州，北汽新能源传出捷报：今年 1 月，签订逾千辆广州出租车订单。

在换电领域，北汽新能源将继续强势布局换电站，计划新增运营换电站 88 座，实现换电运营车辆 6000 台，推动北京市出租车油改电项目全面落地。

北汽福田 签下中国客车行业今年首笔新能源大单

刚刚结束春节长假，北汽福田欧辉工厂就已开启“奋斗模式”，一辆辆 12 米长的纯电动公交车正在“排队”等待下线，临近门口的车辆基

本完成总装，在最内侧的则仅仅还是一个骨架。单片铝材进入车间要经过焊接、粘贴玻璃、安装行李架、装饰压条、粘贴地板等多道工序，工厂内阵阵轰鸣，焊接、气压声此起彼伏。

据欧辉北京工厂副厂长陈元达介绍，一辆纯电动公交车从单片铝材进入车间，到整车完成大约需要 12 天。

“根据以往对市场的判断，春节后，用户要陆续开始新一年的工作，年后一两个月将迎来商用车销售高峰。”北汽福田汽车集团党委书记、总经理刘月琼介绍，为应对销售旺季，北汽福田各业务板块早早就从产品规划、生产制造、终端营销等方面着手，通过产品、服务双升级满足市场需求。

“尤其是春节后上班第一天，北汽福田各业务板块根据各项安排就开始高效运营，从欧曼智能制造工厂、欧辉客车工厂到长沙工厂、诸城工厂，从生产制造到营销一线以及各职能部门，全员以饱满的热情投入到紧张有序的工作中，稳步推动各项业务开展，确保各业务板块实现 2019 年‘开门红’。”刘月琼说。

“‘开门红’战役”弹药储备充足。据介绍，北汽福田欧曼全系新品 1 月底全部就位，7 大分公司将陆续开业，持续展开‘春雷进攻’营销行动；1 月福田与北京公交集团签订 2790 辆福田欧辉纯电动及插电混合动力客车的订单，这也是 2019 年开年中国客车行业的第一

笔新能源大单。

北京现代 今年内将密集投放 8 款新车

北京现代 1 月通过抓住节前消费者集中购车机会，全系产品集中发力，实现终端销售 110316 辆，同比增长超 47%，以 2017 年来的最好单月销量成绩迎来新年“开门红”。

分车型来看，主打高性能的 LA FESTA 菲斯塔自去年 10 月 18 日上市以来，创下首月销量破万、50 天销量 15000 辆等多个销售纪录。今年 1 月，LA FESTA 菲斯塔月销量再次破万辆，累计销量超过 34000 辆。

基础车系中，轿车和 SUV 车型多点开花。领动 1 月销量突破 24000 辆，同比增长 84%；新一代 ix35 继去年全年累计销售 13.3 万台，月销站稳万辆级别后，今年 1 月以 22050 辆的销量突破 2 万大关。

据了解，今年，北京现代将密集投放 8 款新车。其中包括第四代胜达在内的三款 D+S（D 级车和 SUV）全新战略车型、两款主力轿车改款车型以及三款新能源车型。

其中，即将上市的第四代胜达是北京现代新一代战略车型，6 座大空间设计，在空间布局、智能科技应用等方面都有大量创新，更将是全球首款搭载指纹识别技术的量产车。（陈琳）

90后美女与茶结缘的秘密 ——专访深圳市金萍实业有限公司总裁刘金萍

一位 90 后的姑娘，从古都西安来到南国深圳打拼，短短几年的时间，把她的茶叶生意做到了世界上 20 多个国家和地区。她是怎么与茶结缘的呢？当春节的热闹气氛尚未散尽，在深圳万国食品城金萍茶业有限公司办公区，这位 90 后美女茶商接受了记者的专访。

刘金萍，1991 年出生在甘肃，成长在西安。受当军医的父亲影响，不乏也有军人的特性。当一个人专注于自身的信念与热爱，总是有让人折服的力量。无论起步，无论出身，这样的力量会让当初那些怀疑与嘲笑消散而无所遁形。她甘愿在自己最美的青春年华里把所有精力用于经营茶叶；一位二十几岁的女孩子有了现在的成就，可见她付出了多少辛酸。

一次普通的毕业旅行，一个不平凡梦想的萌芽。高中三年是学生最紧张的学习时间，充满着压抑和紧张，所有的学生都在备考，为着梦想准备着。高考刚结束，刘金萍就迫不及待地邀约同学一起去陕西紫阳旅游，释放高考的压抑。旅途中，刘金萍无意中了解到紫阳 2000 多年的茶叶历史，曾是中国最早的贡茶基地，从汉朝的每岁贡贡，到宋明的茶马贸易，紫阳茶的盛名世代相传。回到西安，心情一直难以平复，每天满脑子里想着的都是茶叶的信息。

旅行的过程总是很精彩的，然而这次旅行有一个“契机”，那就是刘金萍旅行时无意中了解到了茶叶，又深深地被她吸引，这对于一个高考结束释压的学生来说有着特别的含义。在大学的校园里，刘金萍始终忘不了茶，于是毅然地选择去学习和钻研，想让茶叶融入自己的生活和未来的工作。

刘金萍说：“大学课堂上，我的脑海里总是闪现着一幅幅美妙的画面，在唐朝华丽雄伟的宫殿之上，在丝绸之路叮当作响的驼铃声中，在宋明‘以茶易马’智慧迸发的博弈里，紫阳把一枚茶叶煮得千年流香，每次想到这里，我就感觉这辈子自己和茶肯定结下了不解之缘。”

因为经常做“梦”，刘金萍开始了寻梦之



旅。每当周末的时候，同学们都会去购物逛街，刘金萍很少参加她们的活动，她更喜欢一头扎在图书馆里研读有关茶叶书籍，上网去阅读各种资料，并且找一群志同道合的茶友讨论和交流。

刘金萍回忆道：“我从图书馆查阅很多资料，了解到早在秦汉以前，我国四川一带已盛行饮茶。西汉时，茶是四川的特产，曾通过进贡传到京城长安，原来我国古代四川东鄂西就是茶树的发祥地，而这里正是三皇五帝最早生息之地。”

暑假的时候，刘金萍奔赴四川的成都、眉山、乐山、雅安四个地区，探访古茶的印记，慢慢品尝竹叶青、叙府龙芽、龙都香茗、仙芝竹尖、绿昌茗雀舌、花秋御竹、佛泉今生相依、巴山雀舌、芝龙洪河茶、蒙山甘露，这四川“十大名茶”让刘金萍品出了茶叶的芳香。

在四川的考察，她来不及饱览天府之国风光，又去云南，在南糯山、勐宋、贺开、布朗山、巴达等澜沧江以南的五大古茶山，以及老班章、新班章、老曼峨、贺松、曼糯、帕真、帕沙、班盆、章郎、那卡等闻名遐迩的古茶园，只为找到自己心中最好的普洱茶。于是她对茶叶的认识有了更深层次的理解。第二年暑期，她又背上了行囊，去探寻河南的信阳毛尖，去安徽寻找着黄山毛



峰，陆续去浙江品尝了西湖龙井，贵州都匀毛尖、湖南安化黑茶，她的目标很简单，却很辛苦，她要走遍中国，尝遍中国名茶。

刘金萍说，因为对茶叶的痴迷，她对自己茶知识的不足有了更深的认识。“感觉大学课程和现实生活有很大不同，会让我寻梦的脚步变慢，而我又总是魂牵梦绕着各种茶，我不顾家里的反对，放弃了大学学业，毅然去了福建安溪、武夷山、福鼎，广东潮州凤凰山，开始了自己的寻茶之旅，希望与茶一路结伴同行。”

在辍学后的寻茶之旅中，刘金萍来到了深圳，开了一个小小的茶叶批发行，开始自己与茶相伴的日子。她独自一人到处奔波，联系茶园，只为找到最好的茶叶。

时光如白驹过隙，昔日懵懂青涩少女，今日华丽转身化茧成蝶。

随着刘金萍对茶的专注，对茶叶细致的挑选，她成功地把自已旗下的批发行迅速发展，变成了一家在潮汕拥有上千亩高山茶园，联营福建武夷山、安溪等多个合作茶园基地上万亩，并集茶叶种植、研发、生产、包装、批发、销售（实体与电商）、连锁经营、进出口为核心的综合性企业，在业界享有了较高盛誉。

从金萍茶业批发行兼营门市部到深圳金萍实业有限公司，从“金萍茶叶，领袖未来”到

味行天下 永远是滷妈传奇的精神内涵 ——访名佑(成都)食品有限公司总经理何宾

元宵节后，我们专程前往福建名佑集团设在成都的分公司名佑(成都)食品有限公司对总经理何宾进行了采访。

笔者：你们进军成都这个旅游美食之都，难道就不怕残酷激烈的竞争吗？

何总：民以食为天，熟食市场潜力巨大。随着国家对食品安全监督规范的加强，更有利于熟食店的发展，行业持续发展，创业投资稳当，投资小、收益稳、易操作，市场空间巨大的熟食店无疑是投资者首的选项目之一。天府之国的成都素有休闲之都和美食之都的盛誉，巴蜀大地更是孕育诞生了无数代表中国记忆的舌尖美味，成都人懂生活，爱吃，会吃。当然，也因为我是成都本地人，曾在棒棒鸡当过几年副总，又北漂做了几年餐饮的缘故吧，毅然选择了家乡。

名佑食品以弘扬中国美食文化为己任，发掘地方美食，传承千年古法，顺应现代人们生活理念，将传统私厨烹饪手艺与现代食品工业完美融合，为天下饕客精心烹调方便快捷与文化味道并存的健康美味。我们精心打造的“滷妈传奇”涵盖蒸菜、拌菜、卤菜、小面、自热、调味六大系列，50 余种美味产品。我们有秘方、有特色，不怕竞争，有竞争才有进步，有江湖才能笑傲！

笔者：听说你们前些时间安排公司精英去福建总部培训开会去了，阵容很强大。在新的一年里你们有什么举措？



何总：味行天下，产业报国。我们郑重承诺：食品安全与质量管理是永远企业的第一要务，依托母公司强大的技术研发与生产管理体系，我们从食品源头严格把关，全力打造食品加工全产业链布局，从原料采购到冷链物流，每个环节均严格把关，实现可追溯质量管理体系。公司已通过了 ISO9001 质量管理体系和 HACCP 食品安全管理体系认证，并获得 SC 食品生产许可认证，并严格按照国家食品生产、加工标准，对企业进行科学化、规范化管理，让消费者买得放心、吃得安心。

这是我们每个“名佑”人的责任和信仰！怀揣着对中国美食的热爱，肩负着产业报国的使命，让舌尖美味走进千家万户，让中国美食传遍世界各地，目前我们的客户已包括全球快餐外

卖连锁供应商，品牌食品营销商，食品零售商以及自有的零售专卖店。我们将线上线下全面布局，全面强化物流配送体系，让您第一时间原汁原味地品尝到滷妈的传奇美味。

“中国菜，中国味”的记忆深藏在我们每个中国人的灵魂深处，纵然千万里，一口家乡妈妈的味道便能立即唤醒所有的家国情怀，乡情记忆。“味行天下”永远是“滷妈传奇”的精神内涵，我们孜孜不倦地挖掘中国特色的地域美食，无论您在世界各地，我们用味道唤起您对家国的眷恋；遍行天下品尝中国味道，足不出户吃遍中国美食！让每位游子回味家的味道，让每位食客礼赞中国之美！

笔者：特色美食的工业化生产这样一个朝阳产业，短短十年，捷报频传，“千古之功未有一人树之”，同理，团队也决定着一个企业的功败垂成。你们的力量源泉就是有一群朝气蓬勃的员工在与企业同心同德，荣辱与共，他们是“名佑”的全部，他们是“名佑”无往不胜的基石。我祝福你们！

何总：作为“争百年不争一息”的企业，“名佑”立志成于营销，稳于管理，我们在对外不断强化品牌形象的同时，也在不遗余力地塑造着我们的企业文化，当企业的恢宏志向上升为员工的心向力有的时候，我们的战斗力也就取得了最优化。我们深信“每个人都有舞台，才会有精彩绝伦的演出”。

全球经济的热战正如火如荼地上演，四

川食品企业也从懵懂中醒来，这预示着我们将与更强大的对手同台竞技。立志成为全国著名食品企业的“名佑”，一直以质量说服人，不断以诚信打动人，我们秉持着“诚信双赢，以人为本”的理念走向美好的未来，让更多的人了解“名佑”，尝到“滷妈传奇”的味道并深深地爱上她……

笔者：你对广大消费者还有什么说的？

何总：我们立志成为中国熟食名优品牌。我们坚信公司的产品会更安全、更美味、更丰富；我们坚信我们的服务能更优质，更温馨，更便捷。成功的经营模式是走上创富快车的關鍵！经营模式简单地说就是赚钱的方式，在市场竞争的体制下，大多数经营模式都被市场淘汰，成功的经营模式屈指可数，先进的经营理念和创业理念是成功的决定因素！创业者要勇于承担社会责任，为人们的生活和社会的发展创造更大的价值，做更大的贡献，才会得到社会的认同和赞赏，从而实现自己的创富梦想！“关注民生、引领创富”是公司经营理念的升华，将指引投资者开创美好的明天“滷妈传奇”永远伴你左右！

在此，我们也要衷心地感谢消费者的钟爱，也感谢那些战略伙伴一如既往的支持。昨天的成绩只能写进历史，今天的高度，是“名佑”再次飞跃的起点，未来的征程希望各界朋友与我们携手并进，感谢你们对我们的关心和鼓励！（严森）

中国石化 1月生产经营开局良好

2 月 15 日，记者从中国石化 1 月份经济活动分析会获悉，经过公司上下共同努力，1 月份主要生产经营指标超额完成月度计划且同比增长，取得好于预期的经营业绩，实现新年开门红。

今年以来，公司党组认真落实中央经济工作会议精神，按照“六稳”要求，提前谋划、及早部署，统筹推进稳增长、保效益等各项工作。各板块、各企业认真贯彻落实党组决策部署和公司工作会议精神，紧紧围绕 2019 年各项生产经营目标，抓住国际油价企稳回升和临近春节补库时机，强化安全环保，努力优化运行、调整结构、开拓市场、降本减费，保证了生产运行总体平稳。油田板块超额完成国内原油产量、天然气产量及海外权益油气当量的月度计划。炼油板块原油加工量、成品油产量同比保持增长。化工板块主要化工产品产量同比增长，统销产品继续保持较好盈利水平。油品销售板块全力拓市扩销，成品油经营量和零售量同比均有较大幅度增长。

经济活动分析会议强调，要以霹雳手段抓好安全环保工作，聚焦本质安全环保，深入查找隐患，主动抓整改、补短板、强基础，进一步夯实“三基”工作，不断提升 HSSE 工作业绩。要坚持问题导向，强化风险意识，努力防范化解风险。各级领导干部要担当作为，狠抓落实，眼睛盯住市场，功夫下在现场，立足当前、着眼长远，确保一季度生产经营业绩实现开门红。（戴安妮）



让舌尖美味 走进千家万户

四川友联味业食品有限公司为麻辣辣道商标的唯一持有者，是一家专注餐饮文化研究，品牌运营管理研发，餐饮特许加盟推广、落地执行、服务创新的现代餐饮公司。公司成立以来秉持“以人为本”的宗旨，坚持“品质至上，口碑为王”的经营理念，学习总结现代化餐饮管理经验，不断挖掘用户数据，推出深受吃货好评的菜品，注重“健康、营养、品牌”，其中

现代餐饮市场的口味年年都在变，唯有安全始终是不变的前提，从美味可口到健康营养，再到时尚养生与绿色环保等等，从中不难看出国人餐饮水准正在一步步提升，所以麻辣辣道始终将“创新与改良”视为两大动力核心，这或许正是它能稳居餐饮加盟排行榜的真实原因！目前已拥有众多餐饮品牌，其中涉及串串、火锅、冒菜、鱼调料、方便火锅等多个领域，专业带加工餐饮底料、火锅底料、冒菜底料、串串底料。

在传承川菜饮食文化精髓的同时，麻辣辣道在传统制作技艺的同时，还大胆地现代制作技艺融入不少中草药，让药味入汤汤，让餐饮消费者在品味串串美食的同时，还能拥有滋补养心的妙用，这就是中华饮食文化中时常提及的“食补胜医补”一说，为了能够让中草药的药性更好地发挥作用，所以当你看到熬制汤底的锅并非寻常的铁锅时，不要吃惊，因为砂锅熬制味道更浓郁！

串串香这种地方美食，它的源头是四川，而麻辣辣道就在成都，身处巴山蜀水的灵气之中，更是深受川菜文化气息的熏陶，成都当地最早关注串串的品牌之一就是麻辣辣道，所以在长达十几年的历练之下，它早已经掌握了最为成熟的串串香制作工艺及核心配方，甚至还自主研发出一些备受市场欢迎的串串新品。

要想让品牌在短时间内产生更大的影响力，麻辣辣道以技术而取胜，更是以配方而求成，如果不在这两项餐饮环节占据优势，拥有一种主动性的话，那么就极容易为众多同行所淘汰，所以麻辣辣道为了打造最佳的串串香加盟品牌，在美食的口感上精益求精，力求将一切做到极致，以完美的饮食体验感成全众多消费者的极致美食享受。

麻辣辣道追求最佳口感，这种口感缘于三个方面，一个食材的优质，所以在培训学员时必须会讲到挑选优质的食材；其次就是刀工，刀工的好坏直接决定着一些食材的厚薄程度，厚薄不均也同样会影响口感，而且在串制技巧上面，更是以推陈出新的态度来演绎最佳视觉效果；最后就是汤底的奇妙，这才是串串香加盟店排行榜一直竞争的主戏！

针对这种汤底的内涵，麻辣辣道一直持续地投入大笔资金，专项用于配方的创新与改良工作，这不但是品牌实力的保证，同时也是面向众多加盟者所做的最佳承诺，如何优质的加盟品牌，岂能不任在串串香加盟店排行榜上留名？正是在这种千年的川菜文化精髓的影响之下，麻辣辣道不断追求进取，培养自身的精英人才，邀请知名川菜大师开堂授课，聘请知名人士为技术顾问，从食材的精挑细选直至搭配中的尽善尽美，每一个环节步骤都体现出名串串香加盟品牌的实力，因为麻辣辣道的初心一直不曾改，那就是为众多食客朋友奉献最经典的串串美食！（严森）