“电商安徽”重点推进项目“智谷商城”上线

为科学利用新技术、新模式助推脱贫攻坚、改善民生企业责任,5月18日上午,中煤新集智谷公司“智谷商城”平台正式上线营业。

中煤新集智谷公司在中煤集团、新集公司的坚强领导下,立足实际、不断探索企业发展实际,于2019年12月开始初建“智谷商城”,以“助力精准扶贫,全心全意为职工服务”为宗旨。通过大力推进园区建设,不断推动科学转型发展,截至目前,成功入驻16家企业,入驻商品200余种。其中,涵盖电子商务、快递物流、生产加工等多个行业,扶贫商家占比为70%,扶贫产品占比为60%。同时,中煤新集智谷公司“智谷商城”也被列为“电商安徽”重点推进项目、安徽省凤台县招商引资重点项目,并获得淮南市电子商务发展先进单位等荣誉称号。公司将集智聚力广泛发动招商引资,形成集电商聚效应,推动品牌建设,稳步提高企业发展实力和影响力,努力把“智谷商城”打造属于中煤新集自己的电商扶贫窗口。 (赵军磊 吕瑞娟)

保护生态环境 节约水资源

巨能川九公司有效解决矿井废水处理

重庆巨能川九公司三交项目部以煤矿施工建设为主,矿井水不仅在掘进施工过程中受到污染,水中含有的悬浮物含量也远远高于地表水,同时还含有废机油、乳化油等有机污染物、硫酸根离子、大量的亚铁离子等,若将其直接排入地面或河流,污染物会对水生生态系统造成严重危害。

随着国家对环境保护工作力度的不断加大,全民环保意识也逐步增强,该项目部也高度重视生态环境的保护,在资金十分紧张的情况下,千方百计筹集资金,购置了上百万元的总重量为30t、功率为70KW及处理能力为30m3/h的污水处理设备,以切实解决矿井的废水处理。

据了解,项目部每天安排电工及加药工专门负责井下的废水处理,并按照生产厂家的相关要求,每天需添加(PAC)药剂250kg、(PAM阴)药剂3kg、(PAM阳)药剂3kg及(次钠)药剂20kg左右的药剂量进行排污处理。

日前,经南乙环境工程技术(上海)有限公司专业检测公司的检测,矿井下的水温、PH值、溶解氧、高锰酸盐指数、化学需氧量、五日生化需氧量、总磷、铜、锌、汞、挥发酚、阴离子表面活性剂、硫化物及粪大肠菌群等指标均符合标准,并出具了检测报告,得到了业主及地方环保部门的高度认可和肯定。

项目部负责人熊德发说:“废水经过处理后,水质不但得到了提高,还可以重复进行使用,可再供给井下喷浆、打眼、冲洗风筒和岩帮等使用,既避免了环境污染,又节约了水资源。” (王志强 彭光淑)

“新生代跑旅SUV”树立全新市场标杆

现代都市生活中,用一台座驾体验多种场景出行并不难,难点在于如何保证多个场景的出行品质。定位“新生代跑旅SUV”,MAZDA CX-30首次将极致美学和空间实用性实现了融合统一,以施美新跑车的优雅动感造型和旅行车的实用空间,辅以SUV车型独有的高通过性、高驾驶视野和高安全性,树立了全新的市场标杆,从基础的日常通勤到前往各种场合,再到全家自驾出行,MAZDA CX-30始终能以优秀的驾乘品质保证出行质感。相信在上市后,MAZDA CX-30能够陪伴更多新生代人群探索更多元、更精致的拥车生活。 (凡君)

如何舞好销售“龙头”

——探秘山能淄矿亭南煤业产销平衡之道

如何让大家算清煤质账?如何能在疫情防控期间,确保产销平衡?如何让用户喜欢上“长亭乌金”?到山能淄矿亭南煤业走一趟,答案似乎越来越清晰。

今年以来,亭南煤业在全力做好疫情防控的基础上,坚持抓煤质、拼服务、拓市场,舞活了煤炭销售龙头。1~4月份,销售商品煤产量162.3万吨,实现了产销平衡。

给全员算好“煤质账”

“若白色应坂进入煤流系统,选煤厂振动筛将无法正常筛分,易造成煤质不稳定……”4月20日,该公司煤监办主任孟祥民深入区队班前会向员工讲解保煤质的重要性。像这样的宣讲已成为常态。

他们深入区队宣讲,细算若煤质不达标、设备故障等会给公司造成什么损失,个人收入会减少多少,煤炭从井下采煤面,到装车出矿有多少个环节等?教大家算收入账、成本账、效益账,形成了干部职工上下同心、互相配合抓煤质的良好局面。

“昨天,307工作面原煤热值比规定低200大卡,对综采一队当日工资总额交易1400元,由区队按照各班产量交易到班组……”4月28日,孟祥民在调度早会上宣读了处罚决定。

该公司坚持从源头抓好煤质管理,用经济杠杆来激励大家共同保煤质。他们成立了煤炭质量监督办公室、煤质管理小组,制定了《煤质管理规定》,每月下达煤质考核指标,对采掘、运输以及洗煤厂等单位实行煤质与工资挂钩联动机制,依托精益市场化和“1+N”考核手段进行详细考核,形成人人重视煤质、人人关心煤质的良好局面。

他们以煤炭生产、洗选加工、质量检测、销售实际情况为依据,研究开发了实时对煤质进行智能化分析管理的平台,对各产品指标进行实时监控。

“我们的煤质智能化分析平台在产品指标接近指标上限和下限50大卡时会发出预警,在产品指标达到或超出规定范围时发出报警。”该公司洗煤协调办公室主任舒高升介绍,该平台为公司煤炭生产、洗选加工和销售提供更加直观的数据,达到产品质量实时监控,实时调整,确保生产出的煤炭批批合格,让客户满意。

“便利”留给客户

3月份,云南一家水泥厂业务人员到亭南煤业考察后,了解到煤炭各项指标都符合要求,但由于结算方式等因素,水泥厂犹豫徘徊。

为留住客户,该公司煤场管理销售中心主任李保兴得知他们每月的用量在1.5万吨左右,帮助联系了一家贸易户与其合作。此举解决了云南客户的后顾之忧,成功将煤炭销售到了云南,实现了“三赢”。

把便利留给客户,是该公司抓好销售服务的宗旨。在新冠肺炎疫情期间,他们积极与各地物流公司对接,提前沟通做好运煤车辆的信息统计,想法设法帮助客户寻找车源和解决运销问题。

“受疫情影响,个别水泥企业不让我们车辆进厂卸煤,我们积极联系煤炭发运人员,在亭南煤矿与用煤企业协调、沟通后,通过双方出具健康证明,让我们按时润车,没有受到损失。”运煤司机崔师傅对笔者说道。

他们在广泛征求客户意见的基础上,他们从客户最关心的源头运输入手,围绕客户反映集中、满意度较低的环节,积极协调联系停车场,大力改善煤场内外的运输环境,给运煤司机提供最称心的服务,畅通煤炭销售秩序。

“我们是‘客户服务小组’的,您放心,轮胎一会儿就能修好。”客户服务小组组长耿庆辉一边说,一边开始检修轮胎。原来,2月25日上午,柳师傅的运煤车驶入煤场后,发现一只轮胎气压不足,焦急的柳师傅正好问到了在煤场指挥车辆的耿庆辉。没过多久,耿庆辉和他的成员就将修补好的轮胎安装到位,及时让柳师傅的车恢复了正常。

该公司煤炭销售管理中心党支部书记李体华介绍,他们成立客户服务小组、党员服务队,积极为运煤司机搞好服务,设立茶水点,免费提供口罩,帮助司机师傅们加盖篷布。尤其是在所有商店、食堂关门的情况下,为司机师傅在公司食堂购买热饭热菜,解决了他们无处吃饭的难题。

以客户“朋友圈”扩大“销售圈”

疫情期间,该公司坚持一手抓疫情防控,一手抓复工复产,率先第一家复工复产。矿井复工复产了,但此时的市场却因为疫情影响而变得异常复杂。

危机并存,他们主动出击,拓展市场。在抓住原有客户群的基础上,采取量价挂钩等制度和政策,鼓励老客户介绍新客户,以客户“朋友圈”扩大自身“销售圈”。此举让销售市场越来越宽,越来越稳定,最大限度拓宽营销空间。今年以来,已开发这样的客户3个。

他们坚持以销定产的营销模式,按照客户需求,实施“订单式生产”,构成了“直、贸、散”的“三维”客户群体,形成了以直供用户为主导,市场用户为补充的销售战略格局。

“设立驻外营销办事处,积极对接客户,了解客户需求,根据市场变化,及时调整营销策略,是我们实现营销增值的‘秘诀’。”该公司党委副书记翟小兵说,他们通过精准研判市场形势、掌控客户需求、优化产品结构,及时、准确采取应对措施,大幅度提升等量煤炭“身价”,舞活了销售“龙头”。今年前4个月,实现了产销平衡,并创下建矿以来单日销售690车22436吨的最高纪录。

(惠东红 张学博 弋永杰)

中煤新集二矿:学法规、抓落实、强管理

5月18日,中煤新集二矿中班入井的职工正在副井等候室观看安全培训专题视频。该矿认真落实国家煤监局工作安排,扎实开展“学法规、抓落实、强管理”活动,不断提升全员安全法治意识,统筹抓好疫情防控、复工复产和安全生产等工作,促进安全生产形势持续稳定。

钱陈勇 摄影报道

从沙漠到绿洲 共创绿色物流

红岩杰狮C6 LNG牵引车批量交付荣晨物流

5月20日,一场以“英雄披甲·百战沙场”为主题的上汽红岩与荣晨物流集装箱物流启动仪式暨交车仪式在内蒙古乌海市的沙漠公路举行。现场不仅交付了100台环保高效的红岩杰狮C6 LNG牵引车,更用一场独屋的直播,唤起公众对环境保护的注意,在5·20向大自然说爱。

内蒙古乌海市拥有得天独厚的煤炭资源,是国家重要的能源输送基地。随着矿业开发、沙漠化侵蚀带来的环境问题愈发严重,如何保护好这片环境在当地越来越受到重视。上汽红岩牵手荣晨物流,用“环保的车和环保的运输方式”共同保卫蓝天绿地。

这场沙漠中的交车仪式通过上汽红岩抖音官方号以及行业知名媒体同步直播。交车仪式现场气势磅礴,穿沙而过的公路一边连接着欣欣向荣的城市,另一边则毗邻荒芜的沙漠,震撼的场景直观地表现出保护环境的迫切性。红岩杰狮C6 LNG牵引车如环保战士般列队等待检阅。蒙古族马头琴歌舞在天地间流淌,充满草原风情的美女和骆驼队在沙漠穿梭。上汽红岩总经理樊建平先生与荣晨物流有限公司董事长井兴亮先生在交车仪式上做了精彩的讲话。双方领导共同将杯中的黄沙、魔术般幻化成“上汽红岩·荣晨物流绿色起航”的宣言,誓将为保护环境贡献力量。

本次交付的杰狮C6 LNG牵引车是上汽红岩依托IVECO先进的重卡技术,将环保、高效、安全和可靠特性集于一身,为高标准、严要求的绿色环保运输行业量身打造的绿色环保运输牵引车。同时此批车辆开创性的使用集装箱用来载煤货物,即避免了传统开放式货斗在运输时漏撒污染环境的问题,又提高了卸货时的周转效率,减少了车辆等待卸货时的低效能源消耗及废气排放。此批红岩杰狮C6 LNG牵引车还配备了先进的远程管理和调度系统,进一步提高了物流效率。

此次荣晨物流选择大批量购买红岩杰狮C6 LNG牵引车的背后还有一段故事。

荣晨物流的相关负责人希望提高车队运输环保水平,在当地多处打听,最终被上汽红岩“圈粉”。由于订单数量大,荣晨物流对旗下运输车辆又有着严格的质量要求,相关负责人在经过与当地红岩经销商的咨询、看车之后,又远赴上汽红岩重庆生产基地进行实地考察。最终,荣晨物流对上汽红岩在先进、严苛的WCM管理体系下生产的产品充满信心,对上汽红岩所提供的试用车赞不绝口,节能减排、高效出勤、动力强劲的产品特点都在实践中得到验证。

本次交付使用的红岩杰狮C6 LNG牵引车是荣晨物流第四批新的首批车辆,荣晨物流表示后续还将持续选购上汽红岩,期待双方为绿色物流加深合作,共同打赢蓝天保卫战,在物资流转的每一天都能向大自然说爱。 (钟睿 吴晓庆)

在疫情和低油价夹击下突出重围

——西北油田采油二厂采油管理三区“三个一体化”改革纪实

■ 郑金国 吕德群 胡强 丁玉萍

油藏条件变差,产量、成本压力巨大,油水井管理转型,设备、管线老化,疫情突袭,低油价伏击……这就是西北油田采油二厂采油管理三区进入2020年所面对的形势。

作为西北油田唯一一个百万吨级采油管理区,该区的采油之路一直在滚石上山,95%的产量是超稠油,100%的油井需要掺稀才能正常生产,掺稀优化是日常工作中一项重要内容。

这项工作原来归属技术组管理,技术人员根据油井生产动态分析后提出掺稀建议。油井的日常掺稀工作已实现远程监控,这套被誉为管理油井的“千里眼”“顺风耳”的远程监控系统,归属调度室人员管理,调度室是24小时“全天候”值班制,油井日天需要优化掺稀时,两个组室人员都正在上班,没有问题。可到了夜间技术组人员下班后,动态分析出现“断档”,油井需要优化掺稀时无法及时进行。一些油井就成了白天生产很正常,夜间变成了爱“生病”的“夜哭郎”。不是影响异常井处理时效,就是导致第二天员工处理生产异常时手忙脚乱,严重影响工作质量和正常生产。“远程监控+掺稀优化”一体化,很好地解决了这个问题。新设置的动态分析岗整合了原技术组的动态分析和调度室的远程监控职能,实现了全天候24小时跟踪油井动态分析,及时进行掺稀优化。油井异常较前下降了15%以上,尤其是油井夜间异常下降尤为明显,曾出现一周时间昼夜无异常井出现的好势头。这个“一体化”还“优化”掉了两个用工名额。

“运行管理+施工监护”一体化

5月3日,10-4计转站外输阀组扩建以满足新井进站外输。施工现场,正在对施工进行监护的卢小卫风趣地对现场员工说:“现在,我是一人上马,一个顶俩。”

推行“运行管理+施工监护”一体化管理,要求一名员工既懂安全管理又熟悉生产运行、设备维护,一个人盯全程,既节约人工,又提高效率,施工质量也上去了。看着眼前的进度,卢小卫信心满满:“这项施工可以提前5天完成。”像这样的施工作业,在过去一般是先上生产运行人员,再上现场监护人员,“两班人马”各自为战,造成施工交接环节多、衔接不到位,影响施工进度和质量。现在,一项施工不仅减少1-2人的人工成本,施工进度和质量也大大提升。

“新设置的岗位要求一岗多能,需要‘复合型’员工。改革就要动人,动人很疼,疼也得动!”采油管理三区总监阿强态度坚定。

在“百日攻坚创效”行动中,三区确出了“日日攻坚,人人攻坚,事事攻坚”口号,新设立的HSSE管理岗人员,工作主动前移,变过去的每天到井站检查生产隐患,为每天驻到需要帮扶的井站,实行精准帮扶排除生产隐患,以前只管查出问题,现在是查出问题还要帮助解决问题,进驻井站,与井站人员一起吃“送饭”。“百日攻坚创效”行动以来,他们已先后为149口生产油井、9座计转站排除各种隐患113次,被一线井站员工誉为“百日攻坚创效”的“守护神”。

“远程监控+掺稀优化”一体化

“西北油田的稠油看二厂,二厂的稠油看三区。”三区被称为稠油开采的“特区”,100%的油井都需要掺稀油降粘才能正常生产,掺稀优化是日常工作中一项重要内容。

“地面建设+物资设备”一体化

油气地面工程是油气开发生产中的一个必要环节,是实现高效开发、体现开发效果和经济技术水平的重要方面,也是降低投资控制成本、提高开发效益的重要手段。三区的地面建设主要包括防腐管理、站库改扩建及单井管道建设等项目。

过去,在各项施工建设中,由于涉及的单位多,中间环节多,沟通协调难度大,经常出现推诿扯皮现象,造成了一天能干完的事,多天才能完成,生产时效难以保证。物资设备管理及生产供应上,也存在不冷“短板”。经常出现“急用设备配件”告急,不常用配件堆积,需要物资设备供应时手忙脚乱翻箱倒柜的现象时有发生。

5月10日,在12-11计转站更换至TH12226掺稀阀门施工现场,地面设备闸阀忠虎、郑龙刚,同站上两名当班员工一直在忙碌着,1个多小时后终于把阀门更换完毕。以前这项工作都是请施工队伍来干,起码需要一到两天时间。“我们早早找好同型号的阀门,干活的人又都熟悉站上情况,所以活干得利索。以前这种活不归我们管。”韩忠虎解释道。

“岗位整合,人员重组,竞争上岗,加上配套的激励机制,不仅室内用工规模减少17%,员工的精神面貌也有了很大变化。”采油管理三区支部书记尹玥对这次自我改革的效果十分满意。

在集团公司公布的一季度油气生产队伍组织效能对标结果中,西北油田采油二厂采油管理三区在陆上采油管理区中,“人均产量指标”排名第一。

蓝海变红海 网红自热火锅寻路资本

一周三起千万级融资,网红自热火锅火了。5月17日,记者获悉,网红自热火锅品牌“莫小仙”“自嗨锅”“食人族”于一周内同时完成融资。在业内人士看来,受资本追捧的背后是不断扩大的自热火锅市场,但随着需求增加,蓝海逐渐变红海,传统火锅巨头德庄、海底捞“带资”进场,方便食品大佬康师傅、统一强势入局。重重压力之下,有了资本护身的网红火锅能否补足渠道短板,突出重围呢?

频繁融资

受疫情影响,宅经济兴起,自热火锅等方便速食产品备受资本青睐。5月17日,记者从天眼查获悉,自热火锅品牌“莫小仙”已于近日完成数千万元A轮融资。

天眼查信息显示,本轮融资将主要用于线下渠道拓展、全产业链优化、品牌打造等方面,以获得更多的市场份额,打造新生代自热火锅品牌。

值得一提的是,资本追捧的自热火锅品牌并非只有一家。5月11日,“自嗨锅”完成由经纬中国独家投资的逾亿元B轮融资;5月9日,“食族人”完成数千万元A轮融资,由众辉资本投资,青岭资本担任独家财务顾问,主要用于品牌建设、人才引进和渠道拓展。

香颂资本董事沈萌表示,自热火锅概念热度居高不下,一方面是疫情促使宅经济发展,另一方面是社会时代变化使得消费需求更偏向个人化的推动。所以,自热火锅相关品牌被资本市场看好。

在战略定位专家、九德定位咨询公司创始人徐雄俊看来,消费者对于“莫小仙”“自嗨锅”“食人族”品牌产品复购率提升,为其注入了快速发展的动力,这助推自热火锅形成了产销两旺的市场格局。

据悉,“莫小仙”“自嗨锅”“食人族”皆成立于2017年,2018年陆续入局自热火锅市场,凭借淘宝、京东等电商平台迅速走红。

需求猛增

自热火锅于2017年走红。也是在这一年,众多企业开始入局。除了先后于2017年成立的网络品牌“莫小仙”“自嗨锅”等品牌外,传统食品企业、餐饮企业也纷纷加码。2017年3月,大龙焱的随身锅上市;4月,德庄、小龙坎入局自热火锅市场,推出自热火锅产品;7月,海底捞关联企业颐海国际入局自热火锅。

2018年,方便面巨头康师傅、统一入局,速冻食品三全随后切入赛道。天猫平台数据显示,2018年,自热食品市场已经涌入了超过400家公司。

在徐雄俊看来,自热火锅之所以备受欢迎,其主要原因是由其产品类型决定——自热食品更接近于一份正餐的品质,而非简单的代餐。自热火锅与常规的速食相比更接近堂食,在品质上更满足消费者需求。此外,消费群体与营销环境的变化也为自热食品的发展提供了生存土壤。

而当下,疫情加速了自热火锅市场的发展。数据显示,1月20日-2月2日期间,自热方便食品在热销产品中排名第二。其中,“自嗨锅”订单量增长超200%;“莫小仙”销量同比增长近400%;“食族人”3月的出货量同比增长了30%,3月成交金额增长至9000万元。销量暴增之下,线上线下均供不应求。

据青山资本研究报告,方便速食已经是一个2500亿元级别的市场。2015-2018年,自热火锅市场规模由2.3亿元增长至44.9亿元,年复合增长率高达550.7%。

巨头挤压

虽然市场不断扩大以及依托疫情节点推动自热火锅高速发展,为“莫小仙”等网红品牌带来巨大的发展机遇,但由于巨头涌入,对于成立两年的“莫小仙”“自嗨锅”而言,更多的是“危”。

数据显示,2019年颐海国际以自热小火锅为主的方便速食业务销售额达10亿元,同比增长122.3%。而起步于互联网平台的“莫小仙”2019年自热食品销售额超5亿元;“自嗨锅”2018年全年销售额达5亿元。

徐雄俊表示,海底捞是“入局即巨头”,无论在渠道构建上,还是在品牌影响力、消费者认知度上,海底捞都处于火锅领域的“领头羊”位置。因此,其推出的自热火锅产品也依托已有影响力实现快速发展。这些先天优势是“莫小仙”等网红品牌所不具备的。

据悉,“莫小仙”于2018年开始布局线下渠道,“自嗨锅”在2019年才开始布局线下渠道,城市渗透不足80%。而已入局自热火锅的康师傅、统一则在渠道上完全碾压网红品牌。

不过,在淘宝平台搜索自热火锅,在以销量为前提的排名中,网红产品占据多半份额。“莫小仙”“自嗨锅”均排名靠前,月销量在几千到几万不等。

就如何面对市场竞争及未来发展规划等问题,记者联系采访了“莫小仙”“自嗨锅”,但截至发稿,对方并未予以回复。

北京商业经济学会常务副会长赖阳建议,小品牌虽然不及大品牌的巨大影响力,但依托于互联网平台灵活、年轻化的发展模式,也能够占据一定的市场份额。但是若要实现较强的竞争力,需要依托资本力量,不断完善渠道构建和品牌宣传。 (钱瑜 张君花)

吉利汽车与大搜车达成新零售战略合作

5月18日,吉利汽车与大搜车宣布达成战略合作,共建国内首个“真直销一口价”的数字化汽车直销新零售网络,双方合作的首款直销车型——缤越PRO轻骑士BSG版在大搜车旗下汽车新零售平台弹个车独家上市,全国一口价97800元。

此次吉利汽车与大搜车共同打造的数字化直销模式,是国内汽车厂商首次真正实现全流程数字化直销。产品上,双方基于大搜车汽车消费大数据,共同推出了年轻时尚的缤越PRO轻骑士BSG版车型;定价上,吉利汽车首次采用“一口价”模式,全国统一定价;营销上,吉利汽车与大搜车共建“流量池”,基于大搜车的海量用户数据和数字化营销系统,通过“网红销售主播”直播卖车等多渠道精准触达用户,实现厂商与用户无缝连接;交易交付上,用户线上下单,线下提车,大搜车覆盖全国2000多个区县的5000家社区店让用户购车更便捷。

吉利汽车集团副总裁冯擎峰表示:“受疫情影响,线上直播卖车兴起,以互联网为基础的汽车线上直销迎来新机会。双方此次战略合作,将与以4S店为核心的经销商模式优势互补,为吉利汽车带来增量的同时,为构建吉利200万辆渠道体系提供新的渠道尝试和突破点。”

大搜车创始人兼CEO姚军红表示:“大搜车致力于构建高效产业协作网络和汽车流通数字生态。随着合作深入,大搜车数字化直销网络带来的海量真实用户数据,有助于优化厂家与用户连接,降低营销成本、扩大市场覆盖深度,数据反哺助力品牌决策。”

吉利汽车与大搜车的数字化直销合作,真正突破了4S店和汽车电商的传统销售模式,构建起以用户为中心的数字化、智能化销售网络和消费者服务链。通过与大搜车合作,吉利汽车将获得海量真实用户数据,及时洞察用户需求,让用户需求驱动产品升级,不断改进产品设计和制造,为不同细分市场的用户带来更能满足他们喜好与需求的车型。

此次吉利缤越PRO轻骑士BSG版是吉利汽车与大搜车联合打造的首款“真直销一口价”车型,是依照大搜车系统内用户消费喜好大数据而定制生产的,直供大搜车。据悉,吉利汽车和大搜车还将推出更多合作定制车型,并将在汽车新零售、产业数字化领域继续加强合作,共建数字化汽车产业新生态。

据了解,吉利汽车作为中国汽车品牌的引领者,连续三年位居中国品牌乘用车销量榜一。近年来,吉利汽车致力于向创新型科技公司转型,在生产制造、车联网、供应链、CRM等环节开展数字化转型,在新渠道和线上营销、汽车新零售方面展开积极探索。

大搜车则是国内唯一一家同时拥有厂商端、店端、用户端“三端合一”数字化解决方案的汽车产业互联网平台,已经数字化全国60%以上的汽车经销商,拥有包括线上交易平台、社会化渠道网络、供应链物流等在内完善的直销体系。

吉利汽车与大搜车联合打造国内首个“真直销一口价”的数字化直销网络,探索出了一条以用户为中心,以大数据为依托的汽车销售与服务新路径,有助于推进中国汽车产业的数字化变革。 (忠文)

天猫国际启动“国家爆款”承包计划

加速阿里5年2000亿美元进口

阿里巴巴5年2000亿美元进口又放大招,5月15日,天猫国际启动“国家爆款”承包计划,助力海外中小企业、当地农户走出疫情困境,加速推进全球经济复苏。

5月14日晚间,联合国副秘书长维拉·松圭、卢旺达驻华大使詹姆斯·基莫尼奥、比利时驻上海总领事馆商务领事林柏森、智利驻护商务领事武德,纷纷走进天猫国际直播间为各国“国民商品”带货。

当晚,卢旺达大猩猩咖啡豆1秒卖出1.5吨,相当于过去一年的销量。智利一个红酒酒庄卖空了今年库存,以日销10倍备货的比利时腰食纤维粉5分钟卖光……直播间里,各国代表按响:备货还是备少了。

据介绍,天猫国际“国家爆款”承包计划首批包下非洲卢旺达咖啡豆、智利红酒、比利时有机食品等多款商品。后续还将承包泰国乳胶枕、西班牙橄榄油、英国花茶等。

联合国副秘书长维拉·松圭点赞天猫国际:“很高兴看到天猫国际通过世界电子贸易平台引进卢旺达咖啡,感谢阿里巴巴即使在疫情期间,也能让全球贸易继续!”

实际上,卢旺达咖啡也是天猫国际“国家爆款”计划跨国助农的首个海外商品。

2018年底,卢旺达与阿里巴巴集团签约共建世界电子贸易平台(eWTP),当地咖啡农得以通过天猫国际直面中国消费者,当前受疫情影响,国际货运价格翻倍,欧美非洲订单数量锐减,众多卢旺达咖啡农面临收获季节无处可卖的窘境。

为了帮助卢旺达咖啡农渡过难关,天猫国际通过一次性扩大订单量,为当地咖啡农争取打折运费,并通过直播的新方式卖空库存。“感谢中国电商为我们的农民带来希望,让他们能够继续参与到全球贸易中来,”卢旺达驻华大使詹姆斯·基莫尼奥表示。

今年以来,天猫国际为帮助海外品牌抵御全球疫情影响,持续推出海外商家扶持措施,包括免除平台服务费、提供低息贷款、减免保税仓租、降低物流成本等,帮助共渡全球疫情难关。

全球疫情并未阻挡海外品牌进入中国的步伐。数据显示,今年1-3月,超20万新品上线天猫国际,海外品牌开店速度同比涨327%。当线下渠道受阻,天猫国际成为全球品牌拓销的重要通路。 (中新)

●比利时驻上海总领事馆商务领事林柏森来到天猫国际直播间

便民服务 收费标准:55元/行/天(13字1行) 广告热线 028-66079393 QQ:769036015 VX:13308082189
律师提示:本刊仅为供需双方提供信息平台,所有信息均为刊登者自行提供,客户交易前请查验相关手续和证照,本刊不对所刊信息及结果承担法律责任。

●成华区云上鑫建材经营部营业执照副本(统一社会信用代码:92510108MAB0RCQQ5)遗失,声明作废。
●成都市嘉科鑫建筑劳务有限责任公司开户许可证核准号J6510086832501,开户许可证遗失作废。
减资公告
经成都市智创云科技有限公司(统一社会信用代码:915101053400704242)股东决定注册资本由人民币伍仟万元整减少至贰仟万元整,请各债权人自公告之日起45日内凭本公告通知出清债券或者提供债务担保的清单,逾期按相关规定处理。
●武侯区万事发搬家服务部个体工商户营业执照正本(注册号:510107600438069)不慎遗失,声明作废。
●四川极缘汽车商务服务有限公司永旗南街分公司(统一社会信用代码:91510107MA6CHUC0Q9)营业执照副本遗失声明作废。
●四川泰齐农副产品有限公司胶东分类区解散公司,请公司的债权人自公告之日起四十五日内到成都市金牛区金泉街道汽车路133号1层8单元向公司清算组申报债权。2020年5月25日
注销公告
成都恒达合力商贸有限公司注册号510100000000354982自愿解散,决议决定注销公司,请债权债务人自本公告见报之日起45日内向公司申报债权债务。
●注销公告:四川汇利工贸有限责任公司(注册号:510105201072881)经股东会决议决定注销,请债权债务人自公告见报之日起45日内向我公司清算组申报债权债务。
●注销公告:四川汇利工贸有限责任公司(注册号:510105201072881)经股东会决议决定注销,请债权债务人自公告见报之日起45日内向我公司清算组申报债权债务。
注销公告
成都恒达合力商贸有限公司注册号510100000000354982自愿解散,决议决定注销公司,请债权债务人自本公告见报之日起45日内向公司申报债权债务。
注销公告
成都市人信息安全科技发展有限公司(注册号:510100000030181)经股东会决议注销公司,请债权债务人自本公告见报之日起45日内向公司清算组申报债权债务。特此公告。
●温江区永胜宏裕皮鞋厂营业执照正副本(注册号:510123600189229)、税务登记正副本(税号:510123650708232000)、组织机构代码证正副本(代码:66708232-0)遗失,声明作废。
●注销公告:成都吴智宜会计有限公司(统一社会信用代码:91510100558973848G)经股东会决议决定注销公司,请债权债务人自公告见报之日起45日内向我公司清算组申报债权债务。
●成都市温江区万里路三段159号成都传媒·红星国际2号楼1702室

●成华区云上鑫建材经营部营业执照副本(统一社会信用代码:92510108MAB0RCQQ5)遗失,声明作废。
●成都市嘉科鑫建筑劳务有限责任公司开户许可证核准号J6510086832501,开户许可证遗失作废。
减资公告
经成都市智创云科技有限公司(统一社会信用代码:915101053400704242)股东决定注册资本由人民币伍仟万元整减少至贰仟万元整,请各债权人自公告之日起45日内凭本公告通知出清债券或者提供债务担保的清单,逾期按相关规定处理。
●武侯区万事发搬家服务部个体工商户营业执照正本(注册号:510107600438069)不慎遗失,声明作废。
●四川极缘汽车商务服务有限公司永旗南街分公司(统一社会信用代码:91510107MA6CHUC0Q9)营业执照副本遗失声明作废。
●四川泰齐农副产品有限公司胶东分类区解散公司,请公司的债权人自公告之日起四十五日内到成都市金牛区金泉街道汽车路133号1层8单元向公司清算组申报债权。2020年5月25日
注销公告
成都恒达合力商贸有限公司注册号510100000000354982自愿解散,决议决定注销公司,请债权债务人自本公告见报之日起45日内向公司申报债权债务。特此公告。
●注销公告:四川汇利工贸有限责任公司(注册号:510105201072881)经股东会决议决定注销,请债权债务人自公告见报之日起45日内向我公司清算组申报债权债务。
●注销公告:四川汇利工贸有限责任公司(注册号:510105201072881)经股东会决议决定注销,请债权债务人自公告见报之日起45日内向我公司清算组申报债权债务。
●自贡博彩文化艺术传播有限公司(编号:510300200400941)遗失公章、财务专用章、(编号:510302000400971)遗失法人章一枚,声明作废。
●四川圣楠科技有限公司(编号:510302504958049)遗失公章、(编号:510302504958070)遗失财务专用章一枚,(编号:510302504958072)遗失法人章一枚,声明作废。
●成都市百事恒兴科技有限公司(编号:915101063974342GL)经公司股东会决定注销,清算组由章贵勇、象小容组成,请债权人在本公告见报之日起45天内到都江堰市拥山悦一区7栋1单元401本公司清算小组申报债权债务,特此公告。
●注销公告:成都宏盛达公益管理有限公司(统一社会信用代码:91510104833388018F)经公司股东会决议决定注销,清算组由陶艳、许玲担成,请债权债务人在本公告见报之日起45天内向本公司清算组申报债权债务。特此公告。
●成都市金牛区市场监督管理局2019年12月05日颁发的统一社会信用代码:92510106MA6CQZ2X,注册号:510105000400GD46的全民工会(工市部个体工商户营业执照)正、副本,(编号:4200622447,170962448),声明作废。
●国家统计局曙光调查队不慎遗失中央行政事业单位资金结算算报收据(票据号码:170962503979,170962504),声明作废。
●国家统计局曙光调查队不慎遗失中央行政事业单位资金结算算报收据(票据号码:170962509,170962504),声明作废。
●国家统计局曙光调查队不慎遗失中央行政事业单位资金结算算报收据(票据号码:170962476-170962488),声明作废。
●国家统计局华州区调查队不慎遗失中央行政事业单位资金结算算报收据(票据号码:170962495-170962494),声明作废。
●四川圣楠科技有限公司(编号:510302504958049)遗失公章、(编号:510302504958070)遗失财务专用章一枚,(编号:510302504958072)遗失法人章一枚,声明作废。
●成都市百事恒兴科技有限公司(编号:915101063974342GL)经公司股东会决定注销,清算组由章贵勇、象小容组成,请债权人在本公告见报之日起45天内到都江堰市拥山悦一区7栋1单元401本公司清算小组申报债权债务,特此公告。
●注销公告:成都宏盛达公益管理有限公司(统一社会信用代码:91510104833388018F)经公司股东会决议决定注销,清算组由陶艳、许玲担成,请债权债务人在本公告见报之日起45天内向本公司清算组申报债权债务。特此公告。
●四川宏泰建筑工程有限公司业执照(统一社会信用代码:91510108MA6BQGKD73)正副本不慎遗失,声明作废。
●今高新区惠邦端午排餐饮店的税控盘不慎遗失,声明作废!
●成都市金牛区市场监督管理局(统一社会信用代码:92510106MA6GD146)的全民工会(个体工商户营业执照)正、副本,(编号:4200622447,170962448),声明作废。
遗失公告
成都市金牛区市场监督管理局(统一社会信用代码:92510106MA6GD146)的全民工会(个体工商户营业执照)正、副本,(编号:4200622447,170962448),声明作废。
遗失声明
湖南鸿宇林建建工程有限公司开户许可证营业执照正副本统一社会信用代码:915101073300404001,开户银行:中国农业银行股份有限公司成都锦城支行,账号:22910101040410351**变更公告**
四川国融创投投资管理有限公司,统一社会信用代码:91510108033171002已在公司登记机关申请变更法人及股东原法人汤雅雅变更为冠法人丁强,股东汤雅雅和刘鹏变更为刘鹏东丁强和方政,自公司变更之日起变更前的债权债务,对外担保、缴纳罚款和履行法定义务和责任由汤雅雅和刘鹏东承担,与变更后的公司和股东无关。特此公告
●成都世远视觉文化传播有限公司营业执照正副本统一社会信用代码91510100MA6C941K9D遗失作废
●青羊区青日德商贸部营业执照正副本统一社会信用代码92510104MA6CQZ3K遗失作废
遗失声明
成华区二仙桥二路二段一号1楼1-1号商铺B栋2层6-2号商铺B栋2层6-3号商铺B栋2层6-4号商铺B栋2层6-5号商铺B栋2层6-6号商铺B栋2层6-7号商铺B栋2层6-8号商铺B栋2层6-9号商铺B栋2层6-10号商铺B栋2层6-11号商铺B栋2层6-12号商铺B栋2层6-13号商铺B栋2层6-14号商铺B栋2层6-15号商铺B栋2层6-16号商铺B栋2层6-17号商铺B栋2层6-18号商铺B栋2层6-19号商铺B栋2层6-20号商铺B栋2层6-21号商铺B栋2层6-22号商铺B栋2层6-23号商铺B栋2层6-24号商铺B栋2层6-25号商铺B栋2层6-26号商铺B栋2层6-27号商铺B栋2层6-28号商铺B栋2层6-29号商铺B栋2层6-30号商铺B栋2层6-31号商铺B栋2层6-32号商铺B栋2层6-33号商铺B栋2层6-34号商铺B栋2层6-35号商铺B栋2层6-36号商铺B栋2层6-37号商铺B