

罗莱 富安娜 谁在盗链？法庭上辩！

日前，北京海淀区法院受理了富安娜状告罗莱家纺侵权一案。

对于起诉，罗莱家纺的董秘吴献忠在接受记者采访时表示会低调应诉。“我们已经开始调查了，这两天都在忙这个事情。”

富安娜公关经理罗莉红向记者表示，在8月27日媒体说明会上，有媒体爆料称在谷歌搜“罗莱”，点击相关链接弹出的网址却是富安娜淘宝网官方网。关键问题是，公司并未与谷歌合作，那么这一位置到底卖给谁是一大疑问。

值得一提的是，去年9月30日和10月28日，富安娜在谷歌中输入“富安娜”文字，点击搜索结果却直接进入罗莱经营的Lovo网站。富安娜认为，罗莱是利用了谷翔提供的“赞助商链接”服务，从而实施商标侵权和不正当竞争行为。

面对富安娜提出的证据，吴献忠表示会去核实：“这样的侵权一般情况是小企业侵犯知名企业商标。我们这样的龙头企业没有侵权的必要，主观上不存在这种可能。”

中国家纺协会负责人朱晓红告诉

记者，之前协会确实对两家在此事件止进行过知识产权纠纷的协调。她指出，从行业的角度来说，这起诉讼也是一件好事，有了这样的案例会令家纺业的电子商务做得更规范一些。

这场两家上市公司之间的官司，所涉赔偿费仅50万元。然而50万元的索赔金额之外，其实折射出的却是两家家纺上市公司在新领域——电子商务领域的竞争。

(郑佩珊 杨可瞻)



新闻特写 | XinWeTeXie

高管要来检查

特约记者 郑传海

8月27日，雨过天晴的山西阳泉市西南昇隧道工地，空气格外清新。听说山西省交通厅质量安全总站的专家和建设单位的高管要来检查工作，员工们无不年轻的安全员藺廉捏把汗。

从8月中旬开始，太阳高速公路建管处确定的阶段性劳动竞赛进入检查评比阶段，加上山西省交通运输厅质量安全监督总站的专家到全线明察暗访，三三两两身着便装，扮成打工的、或附近标段的工人。

无论是走谁到隧道口，小藺都会习惯性地整理好着装，戴好安全帽，夹着进洞登记本，上前询问……

一天，临近中午吃饭时间，突然来了4个身着便装的工人走到隧道口，说是要进去参观学习。小藺请他们先登记，并按照规定进行“盘查”。其中一个同志告诉小藺：“我从小就没有戴过帽子，你们这种硬棒棒的安全帽，更不习惯……”

还有一个看似领导模样的同志问：“专门管你们的业主负责人或更大的领导来也要这样‘盘查’？只有按照你们的规定办，才能进隧道看看？”

这些不速之客到隧道工地为难安全员小藺的消息传开后，员工们感到如何对待少数特殊来客和坚持制度的问题上，很难处理。

8月27日16:28分，太阳高速公路建管处副处长葛俊祥率领几名管理人员和专家，到西南昇隧道出口左洞检查工作时，戴好“太阳高速公路管理处”字样的红色安全帽，就径直往隧道里面走。

这时，配戴“安全员”标志，手拿红色文件夹的小藺急忙跑过来：“同志，请问你们是从哪里来的？”

葛俊祥告诉藺廉：“我是建管处的领导，带领质量监督站来检查工作。”

“欢迎啊，欢迎领导。隧道施工安全管理有规定，任何外来人员，进洞前一律先登记，然后请戴好安全帽，隧道打风枪或出碴的时候，还应该戴上口罩，再由值班队长陪同进去参观检查。”

葛俊祥对年轻的安全员敢于坚持安全管理原则很满意，但对他在少数“耍特权”的人面前，能否坚持原则，还是有些不放心。就故意考考他：“你们施工的工程任务是在我们手上承揽的，我不签名，不戴安全帽，也不要你们值班队长陪同，今天就是要进隧道里面去看看。”

安全员小藺平静地说：“请领导理解，进入隧道须知是所有进入隧道人员必须遵守的，这是确保安全施工和所有进洞人员人身安全的基础，也是确保安全施工的需要。”

葛俊祥副处长高兴地笑了笑，说：“小伙儿，你做得对，执行安全管理制度就是要这样，无论是谁都必须遵守。如果对前来检查参观的领导也不敢监督，这个工地肯定存在很大的安全隐患。”

苦练内功促发展

——记中铁二十三局集团第八工程有限公司党委书记周宏

黄仕科 周安才

周宏从事党务工作10余年来，始终坚持以身作则、勇于创新。特别是担任二十三局集团八公司党委书记两年来，以灵活多变的党建思想政治工作方法，有力地促进了广大党员干部的学习动力，提高了政治素养，激发了广大员工在急难险重等艰巨任务中克服困难的主动性和创造性，与班子成员一道在不到两年的时间里，把一个曾在全集团有名的落后单位，打造成了如今的八公司。

着力打造坚强集体

周宏作为党委书记，在企业发展方向、领导班子建设、企业重大决策

等重大工作中，始终将党的路线方针政策 and 民主集中原则与企业发展大计相联系，切实将公司党委各项保证措施较好地落到了实处。

坚持民主集中制原则。凡是涉及到企业重要合同、重要事项决策、重要人事调整及大额资金使用等，都坚持做到“集体领导，会议决定”原则，从不使集体决策走过场，从不做会前个人定调、会上“一锤定音”。

增强班子成员团结协作意识。在日常工作中，坚持加强沟通与协调，互相信任、互相尊重、互相支持，做到大事讲原则、小事讲风格、相互补台不拆台。在矛盾面前，分清是非不含糊，不当“和事佬”，注重细节和小事，以诚相待，真情暖心，化解矛盾，消除隔阂。

两年来，周宏至少有1/3的时间在基层调研办公、指导工作。两年来，先后对项目班子整体功能发挥不明显，群众满意度不高的三个基层单位的领导班子进行了调整。促进了项目全面建设，推动了企业全面发展。

努力做员工的贴心人

“周书记为人谦和，公司员工家里有什么事情、个人有什么困难，他都要亲自关心，凡是公司员工生病住院，无论工作有多忙，他都抽出时间前去看望……”这是公司党群部门对周宏同志的真诚评价。

员工利益无小事，一枝一叶总关情。在周宏的亲自领导和把关下，公

长城嘉誉更名腾翼 V80,标准型上市 6.98 万元起

现 1 元订车可抵 1000 元车款



下，并更名为腾翼 V80。据悉，在 2009 年上海车展上，长城对外发布了轿车、SUV、皮卡三大品类发展战略，分别以腾

翼、哈弗、风骏作为品类名称，但当时并未明确这款车的品类归属。长城嘉誉改名为腾翼 V80 后将进入腾翼品类更能强调其产品属性。

腾翼 V80 是一款多功能实用车，包括 2.0L 和 2.4L 两个排量，分别搭载三菱 4G63S4M 和 4G69S4N 发动机，发动机拥有先进的 MIVEC 技术，动力强劲、节能环保，该车的设计上充分体现“跨界多能，百变多用”理念，集商用大空间、乘坐舒适性、载货实用性多重功能于一体。通过十几种座椅组合模式，全能演绎商务接待、载人载物、家庭休闲等各种生活方式。

新车型上市

价格下探,1 元订车抵千元

配合更名和销售网络划分，腾翼 V80 推出了标准型车型，此车型与此前系列产品一样，包括五档手动和四档手自一体变速器、2.0L 和 2.4L 两个排量，分别搭载三菱 4G63S4M 和拥有 MIVEC 技术的三菱 4G63S4N 和 4G69S4N 发动机，在整车配置上，也延续了此前产品“多能适用”的风格，座椅采用 2+3 式，后排座椅选装，更加灵活地满足消费者不同需求，此外，标配前空调、收音机和 USB 接口、四门电动车窗、中控锁等舒适性配置，保证整车品质。

值得指出的是，此次上市的腾翼 V80 标准型产品价格再次下探，手动挡价格 6.98 万元，成为更名后产品新

入门价格，相比此前全系 7.98 万元起的价格降低了 1 万元，这也带动全系产品价格相应下调 1 万元。

在腾翼 V80 标准型上市的同时，推出了“1 元订车抵千元车款”活动，8 月 25 日至 9 月 30 日之间消费者只要现场订车并预付 1 元，购车时可优惠 1000 元。

业内人士指出，受此前腾翼 C30 相关活动的示范作用影响，腾翼 V80 标准型的上市及“1 元订车抵千元车款”的优惠活动，将带动腾翼 V80 销量的进一步增长，同时也将提升整个腾翼品类销量。而嘉誉的更名以及腾翼 V80 的网络划分，使长城品类规划和销售网络规划更加清晰，形成哈弗、风骏、腾翼三驾马车之势，三者作用更加均衡，更有助于一起发力为长城实现全年销量目标做出贡献。

(乔 宇)

郭矿公司 节能减排成效显

今年以来，冀中能源邯矿集团郭矿公司把节能减排工作列入行政管理的重要议事日程，做到了年有计划、季有目标、月有重点，使节能减排工作取得了显著的效果。

该公司成立由董事长任组长的节能减排领导小组，把节能减排列入到行政管理的重要日程。节能办公室根据集团公司和上级有关节能减排工作的指示精神，结合公司的实际情况，精心编制了全年节能减排计划、目标和措施，做到了季有目标、月有重点。该公司为了确保全年目标的实现，将节能减排目标层层分解落实到单位科室、区队、班组和个人，制定了节能减排目标考核管理办法，完善了奖罚细则。截至 8 月 24 日，更新改造高耗能设备 44 台，其中井下电机车电控改造 16 台，更新水泵 18 台，更新电动机 6 台，更新变压器 4 台，完成节电量 177.65 万 kwh，节标煤 648 吨，超 368 吨标煤完成了全年计划指标。

(程矿生)

羚锐制药 透皮贴剂事业部 加强物资管理工作

近日，河南羚锐制药股份有限公司透皮贴剂事业部采购中心和仓储部门在为一线生产服务的同时，进一步加强物资管理力度，采取各种措施，使中药材等物资管理工作上新台阶，以便准确掌握生产车间物资消耗状况，为事业部经济核算提供基础资料。

仓储保管人员对各种物资分别建立了明细账，通过中药材、药用布疋等物资的验收、入库、记账，在每张账页上能很直观地反映出每一种物资的消耗情况，为采购中心和生产车间随时掌握物资消耗情况提供了第一手资料；通过建立明细账，可随时掌握采购物资的购入价格，以便采购人员随时了解市场提供信息；仓储保管人员对账目实行日结、月累，为事业部成本核算提供基础资料；另外，通过建立明细账，加强了库存物资管理，做到了心中有数，提高了工作效率。

(汤 兴)

品牌之光照亮征程

——亚宝药业实现跨越发展解读之三

本报记者 张建忠 樊 瑛
通讯员 鲁永勤 索玉祥

一个绿色“亚”字，中间两点由两粒红色胶囊药组成一个“心”形图案，绿色象征着健康与生命，红色则代表着责任与爱心。这是亚宝药业的企业标识，简洁明快，庄重典雅。

亚宝药业董事长任武贤说：“企业品牌就是企业文化、理念、精神、价值和责任的具体体现，是一个集合概念。如果我们能够高高树起企业的品牌形象，我们就能在广阔的市场中纵横捭阖，无往不胜。”亚宝人正是践行了这样的理念，才屡屡赢得了良好的发展契机，能够在激烈的竞争中高歌猛进。

用卓越的产品丰富品牌的内涵

品牌实质上是多种和多项知识产权的集成。在企业，品牌最突出的表现形态就是产品。产品优秀，品牌便有了丰富内涵，否则，根本无从谈起。因此，亚宝药业在品牌建设中紧紧牵住产品

这个牛鼻子，做好药，做新药，做老百姓最需要、最放心的药品。

做好药，首先要做好做实基础管理，严格控制生产全过程，严格按照 GMP 要求和有关的规章制度办事，绝不让任何不合格品流入下道工序。他们在管理中不留死角，不留空白，达到了连贯缜密，万无一失。为确保质量安全，他们在优化生产条件和对员工进行培训教育的基础上，建立了从总裁到车间质量管理员的质量直管体系，建立了质量授权人制度，环环相扣，各负其责，实现了质量零缺陷的目标。

做好药，还要做到自主创新，不断研发生产老百姓最需要的疗效确切、使用方便的新药。多年来，亚宝投入数亿元用于产品研发，获得了 30 项发明专利，还有 80 多项已进入基础研究或临床实验。他们跳出传统的制药模式，大力开发国家一、二类新药，大力发展新剂型，特别是在发展治疗多发病和疑难病高端药物方面取得了很大突破，在治疗心脑血管病、妇儿科病、癌症等方面形成了自己的药物强势，也大大提升了自己的品牌形象。

用共赢的理念增添品牌的光彩

亚宝药业历经三十年发展，实现了蝴蝶之变，也积淀了厚重的企业文化。比如，他们提炼出“勤奋、诚信、敬业、创新”的企业精神，提出了“亚宝人一家人，亚宝人一个人”的和谐理念，提出了“用心做药、造福社会”的价值观，也提出了“世界亚宝、百年亚宝”的愿景。所有这些，都是亚宝企业文化的表现形态。

然而，亚宝企业文化的精髓，可以用四个字高度概括，那就是“用心做药”。“用心”二字有两重意思，一是专心致志、一心一意地把药做好，做疗效显著的药，做患者放心的药；二是用“心”去做药，此心乃良心、爱心和责任心，即对患者负责，对员工负责，对股东和客户负责，对社会负责。

在建设内部和谐上，他们做到以人为本，善待员工，创优员工的工作和生活条件，增加员工工资福利待遇，加强对员工的培训教育，使员工与企业一同成长。在创优外部发展环

境上，他们以诚信负责的态度为各类客户提供优良服务，不断增大对股东的回报，并履行好企业公民的社会责任。

和谐共赢是亚宝人品牌建设的理念，是企业培育品牌的重要举措。正是有了和谐共赢，企业内部才实现了效益最大化，企业在社会各个层面才有良好口碑，亚宝品牌才能够深入人心，声名远播。和谐是一种优秀品德，共赢是一种云水胸襟，亚宝人这种仁爱弘毅的精神品格，成为了企业品牌的基因和魂魄，使之更加光彩夺目。

用美好的道德提升品牌的价值

在亚宝药业荣获“全国医药企业社会责任优秀奖”和“全国最重回报上市公司”荣誉称号的时候，亚宝药业董事长任武贤说：“在社会的沃土上，我们的企业生于斯、长于斯，理应基于自己的良知、信念和觉悟，积极主动地承担社会责任，这是企业的品质，也是企业的使命。”

亚宝药业集中精力做强做大企

业，业绩大幅攀升，年销售收入 15 亿元，上缴税金 1 亿多元，并使得 5000 多人就业，还带动了相关产业和地方经济发展；其次，搞好节能减排，“三废”达标排放，实现了清洁生产，被评为当地的“绿色企业”和“全国工业旅游示范点”；第三，情系贫弱孤残，关注社会民生，热心公益事业，先后为贫弱者和灾区捐款捐药价值 3000 多万元，还通过各种方式帮助贫困地区修路、建校、种植中药材。前不久，亚宝还向左权革命老区捐资 100 万元用于教育。亚宝药业在热心公益上的诸多善举，受到了社会各界的广泛赞誉，被评为“全国扶贫龙头企业”，获得了“山西省博爱金奖”。

一个企业只有在发展进步中履行好社会责任，才能实现个性的丰富和完善，也才能够使自己真正成为和谐社会的“生态链”，使自己切实拥有价值。亚宝药业是一个具有社会责任感的企业，是一个令人尊敬的企业，亚宝的品牌也因此而大放光彩，价值凸显。