

关公坊:新春展宏图 跃马启新篇

声声祝福 关公坊策马奋蹄启新篇

大红灯笼高高挂,欢天喜地迎新春。2月23日(正月初五),关公坊酒业厂区门前,迎风飘扬的五星红旗冉冉升起,关公坊迎来了2015年的新春开局。

新春的味儿正浓,丝毫阻挡不了全体关公坊人迎接新年挑战的决心与信心。开工仪式上,关公坊武汉经销商祖喜祥代表武汉经销商团队,为全体关公坊人送来新春的祝福。他说,2015年,我们全体武汉经销商将紧密围绕公司决策,与关公坊酒业公司一起,全力做好武汉市场销售,为实现公司新目标保驾护航。

关公坊酒业公司董事长、总经理秦道禄代表公司全体员工对武汉经销商团队的祝福表示感谢,并向所有经销商朋友和全体员工致以新春祝愿,祝愿全体关公坊人在新的一年,走新路、发洋财,住洋房、开洋车,生活喜乐洋洋。他要求,全体关公坊人要以更加饱满的工作热情、更加扎实的工作作风迎接新的挑战,共同助推集团500亿战略目标实现。

升旗仪式后,关公坊酒业公司董事长、总经理秦道禄带领公司领导层到行管系统各科室及生产车间为员工们送上新年的问候和祝福,并详细了解了各科室、各车间的人员到位及工作安排情况。

车车美酒 喜迎新春开门红

开工仪式结束,全体关公坊人第一时间返回工作岗位,投入到新一年的紧张工



●公司董事长、总经理秦道禄讲话



●关公坊包装车间生产现场

作中,市场营销人员打点行装奔赴各市场。在生产现场,机器轰鸣声响彻整个车间,材料准备、检酒、喷码、封箱,各岗位有条不紊地进行着紧张的生产工作,各个生

产线忙得热火朝天,全员开足马力赶制新年第一批产品,为消费者送去新春第一瓶关公坊美酒。

刚上班半小时,各市场前来提货的货车早已将关公坊仓库前的停车场挤了个满满当当,不少车辆因为厂区位置有限,被迫停在厂区外等候提货。

跟随着提货车辆,笔者来到11号仓库,装卸平台上,装卸师傅们忙得不亦乐乎,一旁的货车司机也按捺不住,充当起装卸人员,在一旁帮忙将要上货的酒从仓库拉到平台上来。一位来自武汉的司机兴

冲冲地说道:“今年提货抢了个第一,这一年必定会事事顺利,幸好我们来得早,一上班就开始装货了,再有半个小时我这一车货就装满了!”

不一会儿工夫,一大车的酒都已经装了3/5。“你们8个人在这,负责把这车货搞定,我和老李他们过去另外一边去装,兵分两路,速战速决。”眼见着前来提货的车辆越来越多,装卸的师傅们脱下厚重的外套,挽起袖子,开启“装卸模式”,全力保证完成发货任务。

关公坊迎来了新春开门红,截止到发稿时,首日发货量超过42740件,预示着2015年关公坊人将以百倍的热情、千倍的努力共同为实现企业新目标策马扬蹄。

时时关注

我与关公坊共成长

新年伊始,关公坊全体员工纷纷在自己的微博、微信上表达出自己的新年愿望,也祝福关公坊发展越来越好。

◎美丽航行:新年第一天上班,参加收心会,整理2014年度资料,制定2015年度计划,憧憬年度目标实现情况,思考工作与生活的平衡点!新的开始,新的方向,新的动力源,加油!

◎牵挂:2015祝大家羊年发洋财,祝愿关公坊发展越来越好。开始新的一年旅途,祝自己2015大吉大利,心想事成,加油!

◎Teamo:新年已上班,祝大家羊年吉祥,发洋财,住洋房,开洋车。

PS:关公坊姓氏定制酒正式开始接受新年订单了,欢迎广大朋友咨询订购哦。(花关)

羚锐制药贴膏剂事业部召开2015年工作会议

会议深入研判当前形势和发展环境,研究及部署、规划2015年企业发展工作,并提出了企业年度生产经营目标和主要工作思路。

2月28日,豫南大别山地区的河南省新县宾馆会议中心,室外春寒料峭、雨雪霏霏;室内张灯结彩、暖意融融,洋溢着派节日般的喜庆气氛。河南羚锐制药股份有限公司贴膏剂事业部2015年工作会议在此隆重召开。会议在全面总结2014年企业发展工作的同时,深入研判当前形势和发展环境,研究及部署、规划2015年企业发展工作,并提出了企业年度生产经营目标和主要工作思路。羚锐制药董事长程剑军、总经理熊伟及各职能部门负责人参加了会议。

2014年,是羚锐制药贴膏剂事业部变革创新、转型发展的一年。事业部紧紧围绕“变革、调整、创新、提高”的工作目标,上下一心,直面挑战,推进结构调整,深化管理提升,防控各项风险,生产经营继续保持稳健发展态势,保持了在行业内的领跑地位和持续竞争力。

这次工作会议以“奔跑吧,羚锐”为主题。会上,羚锐制药总经理助理姜家书就如何落实好2015年安全、优质生产工作,作了题为《提升竞争力、提供好产品》的工作报告,并就认真落实行政后勤管理和生产工作进行了部署;羚锐制药总经理助理王晓枫就落实好2015年营销工作,作了题为《众志成城,无往不胜》的工作报告,在对国内宏观经济环境和医药市场态势进行全面预测和分析的基础上,分别从强化产品创新、团队建设、市场监管和品牌推广等方面,就2015年营销工作的落实进行了动员和部署。

会议一致认为,2015年是羚锐制药改革调整、转型升级的攻坚之年。企业上



●向过去一年作出突出贡献的优秀团队和优秀个人颁奖



●羚锐制药公司贴膏剂事业部2015年工作会议场景

下要清醒认识面临的新形势,紧紧抓住战略机遇,真抓实干,砥砺奋进,加快推进企

业转型发展。羚锐制药总经理熊伟在讲话中,简要回顾总结了事业部过去一年来的企业发展成就,及其对老区新县地方经济社会发展所作出的突出贡献。他充分肯定了羚锐广大员工,特别是全体营销将士为做实做精产业、做强做大羚锐品牌所付出的巨大努力。他在全面分析国内外经济社会发展大势的基础上,要求全体羚锐人在新的起点上,顺应时势、奋发有为,以新常态引领新预期,凝聚新共识,稳健前行;同时抢抓机遇,加快发展,全力追逐羚锐梦。并号召全体员工紧紧抓住机遇,从容应对挑战,续写发展新美景,拓展新天地,镌刻

承前启后,继往开来的新印记,标识追梦脚步抵达的新高度。

会上,羚锐制药董事长程剑军充分肯定了贴膏剂事业部2014年所取得的突出发展成绩,肯定了事业部管理团队精诚团结、顽强拼搏,带来广大员工通过扎实工作,在落实安全、优质生产和营销团队建设、积极开拓市场、全力营销产品方面所付出的艰辛努力和所取得的良好业绩。他勉励大家继续弘扬老一辈羚锐人艰苦创业、无私奉献精神,进一步解放思想,拓宽思路,加速再次创业;同时,明确方向,凝聚共识,强化团队建设和执行力,建立并完善激励机制,以销售龙头带动作用,着力推进企业快速发展。

会议号召,羚锐制药已进入了新一轮转型升级调整期。新的一年,事业部上下要认真研判当前医药事业发展和企业发展面临的新形势、新常态、新要求,紧跟时代发展,强力推进企业加快发展;要以只争朝夕的拼劲、敢为人先的闯劲、奋发有为的韧劲,站在新起点,抓住新机遇,迈向新征程,谱写企业更加辉煌的新篇章。

会议对过去一年为推进企业发展作出突出贡献的优秀团队和优秀个人进行了表彰。

会议期间,事业部还召集来自全国各地的营销将士,组织召开了营销政策的学习、宣贯和相关业务专题培训会议。各销售区域营销人员就如何落实2015年营销工作进行了充分研讨。(汤兴)

乐视小米大战在即:手机和汽车将成新战场

小米和乐视的业务线在不断重合,两家公司在电视、盒子、手机等硬件上的打法又极为相近,二者之间的激烈对抗已不可避免。

不久前乐视在北京发布智能汽车LeUI系统,宣称将基于乐视云打通智能手机、电视和汽车的操作体验。同时,乐视超级汽车中国公司成立,原英菲尼迪高管吕征宇加盟。由此,在电视业务之外,乐视找到了一个新的蓝海市场。

对于小米而言,相比魅族等手机领域厂商,乐视和它一样有着更纯正的互联网基因,在颠覆、预售、性价比等概念和玩法上,二者极为相似,对于依赖互联网的用户来说,乐视在品牌上也提供了另一种新的选择。

由于竞争加剧,小米和乐视日前爆发新一轮口水战。其实,早在去年,乐视和小米便因互联网电视业务造成的版权纠纷多

次闹上法庭,乐视声称小米电视涉嫌对乐视电影电视剧侵权,并对小米提出版权诉讼。

随着乐视智能手机今年也即将上市,小米和乐视的业务线在不断重合,两家公司在电视、盒子、手机等硬件上的打法又极为相近,二者之间的激烈对抗已不可避免。

手机:乐视亟待追赶

乐视和小米此前的直接竞争领域主要在电视硬件。从业务模式来看,乐视电视和小米有着本质差别,但在颠覆、预售、性价比等玩法上,却借鉴了不少雷军和小米手机的概念,而最终的结果,是乐视在电视业务上远远领先小米。

在小米看来,小米电视的短板主要是内容的缺失,小米后来入股爱奇艺,并和新的牌照方银河互联网电视合作,便是试图解决内容上的短板。

不过,更主要的原因,或许是小米把更多资源投入在手机业务,延误了打造互联网电视品牌的时机。从手机出货量来看,小米无疑是成功的,也是推动其估值超过400亿美元的最大砝码。

当然,乐视手机目前在产业链各方面的话语权和掌控权相比小米可能会存在不足,这也是对乐视创始人贾跃亭的考验,所谓的“无颠覆不出手”究竟能否落实,让乐视手机在后发劣势中打开新的局面,目前仍需观察。

汽车:乐视初步抢跑

小米和乐视是两家最早传出进军智能电动汽车的互联网公司,手机业务开拓上乐视面临不小挑战,但在汽车计划上,乐视却通过抢跑获得先发优势。

小米之前曾屡次被爆料要进军汽车市场,去年雷军还拜访了特斯拉电动车的

CEO马斯克,并表示对“特斯拉电动车很感兴趣”。不过,去年4月雷军曾对外表示目前小米没有任何造车的计划与迹象,包括以车联网或车载设备的方式进入汽车界。

乐视近日则在北京正式发布了乐视智能汽车LeUI系统,声称将基于乐视云打通智能手机、电视和汽车的操作体验。

当然,汽车是一个需要高资金支持、高人才、高技术的行业,一个完整的汽车生产和上市流程,从研发、生产、上市、营销、售后以及增值服务等环节,至少需要百亿级别资金的支持,乐视造车尚需要解决资金、技术、政策、人才,以及乐视汽车的品牌和定位问题。

生态:两种模式的对抗

除了小米和乐视在业务层面的竞争,从模式上说,则是平台和生态两种定位之争。

中铁二十三局集团四公司质量工作再攀高枝

2014年,中铁二十三局集团四公司共检查评定分项工程3338项,合格3338项,合格率100%;检查评定单位工程761项,合格761项,合格率100%。生产的各类铁路、公路梁型合格率100%,生产的铁路各型号轨枕合格率99.11%;全年未发生质量事故、质量等级事故,没有被业主、监理投诉。《有轨电车XB-I型轨道板生产质量控制》、《土石路基施工工艺控制》、《有轨电车XB-I型轨道板生产质量控制》分别获集团2014年度优秀QC小组、先进QC小组,四川省工程建设优秀QC小组称号。湘桂铁路项目“提高隧道施工缝防水质量”课题获集团QC小组三等奖,湘桂铁路项目观音岩隧道和洛清江双线特大桥顺利通过中国铁建股份公司“铁建杯优质工程”申报。

去年,该公司为了使工程质量管理制度得以很好地落到实处,严格按照“谁负责,谁检查,谁追究”的原则,层层签订质量包保责任状,实现一级保一级责任制。年初,公司主管领导与40多个在建项目签订了《质量包保责任状》。为促使各基层单位负责人在施工环节上严格把关,增强责任意识,合力共保工程质量,还对新建水利水电、房建、公路等工程项目建立了42份工程质量责任档案。机关业务部门在工程质量管理中,坚持日常质量检查和定期质量大检查相结合,发现质量管理工作中存在的问题,及时组织召开工程质量分析会,认真分析原因,研究制定整改措施,并监督督促落实。并将检查结果与工程计价、拨款挂钩,严格按照“优质优价、劣质劣价、不合格工程不计价”制度进行实施。

为确保全公司工程实体质量,各项目部加大了工程施工过程的质量监督力度,强化了施工过程管理,严格按照公司质量管理体系文件要求,严把材料采购和检验关,设计文件、施工方案、技术交底审核关,施工工序检查关,现场计量、测量检验和试验关,实施全过程质量控制。对进场材料必须证单齐全,并认真进行取样复试,杜绝伪劣材料使用,试验人员在监理人员的监督下按照规范要求取样,试验合格后方可用于工程施工,杜绝不合格材料使用到工程中;同时,加强“自检、互检、交接检”和专职质量检查员的检查验收制度,对出现不合格样品严格执行奖罚制度,提高了工人的责任感,避免因返工造成的工期拖延和材料浪费。

在工程质量月活动开展中,该公司紧紧围绕“推动‘三个转变’建设质量强国”这一主题,积极组织,广泛动员,推行“严、细、新、实”的工作作风,以创新打造差异,不断提升施工质量,坚持“理念决定思路,思想决定方法,方法决定成败”的认识,结合工程实际,形成全体动员、集体行动、人人参与的氛围。活动期间,公司领导与职工踊跃参与,共制作标语、条幅110幅,宣传栏10幅,开展质量培训12次,受训人员达875人,开展质量专项检查达10次,查出整改质量隐患24个,收集整理合理化建议10条,对养马河分公司生产xⅡ型轨枕、Ⅲa型轨枕、新Ⅲ桥枕、Ⅲc型轨枕、Ⅲqc型轨枕、SK-2型轨枕和一般线路岔枕等产品进行取证,顺利通过了6种型号的轨枕取证。2101T型梁于8月27日通过铁道部产品质量监督检验中心专家组全面审查,顺利通过了实地认证,组织完成了青春塔煤矿专用线龙口制梁场铁路混凝土预制筒管T梁生产许可证取证工作,得到业主好评。通过以上活动的开展,较好地营造了质量月的活动气氛,收到了良好的宣传效果,工程实体质量得到较高的提升。(周安才)

小米副总裁王川近日表示,在整个互联网电视产业链中,上下游分了影视内容制作、视频网站、电视终端三个层级,在整个互联网电视产业中则出现了两种模式,一种模式是开放合作,每一家公司都只做一个环节,做专注、做好、做透;另一种模式比较封闭,产业链从头一直做到尾。

在王川看来,乐视既做内容,同时还做电视机,这种一家通吃的封闭模式就快要走到头了。他认为,乐视之前做得还算成功,主要原因是抓住了之前产业链各方没有合作起来的空子,一旦优秀的视频内容和优秀的电视终端合作了,乐视将四处树敌。

对于王川的贬低,乐视官方昨日回复称,生态闭环并不等于封闭,生态的各个环节都是向社会开放的;乐视生态通过真正的垂直整合,实现跨界创新,使各个链条产生化学反应,从而创造全新的用户价值,是开放的闭环。(腾科)