

成都市市政工程安全生产月活动举办现场观摩会

进一步提升行业及市政工程安全标准化水平

■ 本报记者 何沙洲

在全国第十七个“安全生产月”活动开展之际,2018年6月20日上午,成都市市政工程安全生产月活动现场观摩会在三环路扩能提升工程主体3标段桥下立交桥下成功举办。成都高新区、成都天府新区和各区(市)县建设工程施工安全监督机构负责人,相关市政项目的建设及施工单位负责人,在蓉部分建设、施工企业负责人共计400人来到该项目工地参观观摩。通过先进典型和经验交流,进一步提升行业及市政工程安全标准化水平,有效促进工程项目安全生产主体责任,实现安全生产的目的。

此次安全生产月活动现场观摩会,由成都市建委主办,成都交投集团、中铁建设集团、四川城建工程监理公司承办。以“生命至上、安全发展”为主题,进一步加强安全生产宣传教育工作,牢固树立安全发展理念,强化责任意识,普及安全知识,狠抓隐患排查治理,提高防范能力,有效防范和遏制施工生产安全事故发生,不断推动安全生产形势持续稳定好转。

“三环路扩能提升主体三标段”,起点为成渝立交至疏离立交,全长6.6公里,合同金额7.45亿元,主要工程内容包括:桥梁工程、道路工程、交通工程、隔声屏、照明工程、交安工程,以及相应的市政综合管架配套工程等。“自2017年6月份进场施工以来,我们一直坚持以创建安全文明标准化工地的标准开展各项工作。”中铁建设集团成都三环路扩能提升主体三标段项目经理李世仲同与会者分享了施工项目管理以及创建安全文明标准化工地建设经验。面对工期紧,任务重,战线长,各区域同时施工,一次性投入大



●王建新(右三)和吴永红(右五)在样板区观摩



●李世仲向记者介绍安全文明标准化施工管理



●观摩会强调贯彻好“生命至上、安全发展”

等困难,项目部管理人员坚持中铁建设集团“策划先行,样板引路”制度,对施工方案及其部署进行前期策划,对方案进行多次比选和优化,攻克难点。同时,采取有力措施进行过程控制,现场文明施工采用“直属队”管理模式,真正做到文明施工服务于施工生产,以

“不怕麻烦找上门,不怕问题暴露出来”的精神,全力服务于现场的安全生产。

对于成都市建委、成都交投集团选择在中铁建设集团三环路改造项目,为一线施工单位精心组织施工现场观摩和消防防汛应急演练活动,前来出席观摩会的中铁建

设集团副总经理吴永红在致辞中表示,将继续以“安全管理永远在路上”的工作状态,坚持以人为本,不断完善安全管理体系,创新安全管理模式,发挥央企担当,用实际行动,助推成都经济实现跨越式发展。

“安全生产月”活动期间,成都市建委选取在质量安全控制、文明施工、技术创新上有亮点的工程进行现场观摩交流。三环路扩能提升工程主体3标段桥下立交桥下设立的主会场。出席观摩会的成都市建委副主任王建新肯定了三环路扩能提升主体三标段建设取得的成果,同时希望该项目以及全市相关市政项目的建设及施工单位,以此观摩会为契机,继续凝心聚力,进一步强化安全红线意识,贯彻好生命至上、安全发展和绿色施工的理念,为成都加快建设国家中心城市贡献力量。

在观摩现场,设置了安全体验区和样板区,将三环路扩能提升工程安全生产管理的经验成果,通过实体样板区、安全体验馆、展板展示、视频观看、宣传手册、现场讲解等多种方式,全方位、多角度地为与会人员进行交流互动。工作人员对安全体验区每一个部位、样板的每一道工序及质量控制要点进行讲解。四川城建工程监理公司成都三环路扩能提升主体三标段项目总监理工程师安防向记者介绍了对项目的服务质量进行全方位的管控,对各项实行标准化及规范化的特色管理。

结合观摩会现场的样板和已完成的实体部位,参会人员表示三环路扩能提升工程项目安全文明施工、安全创新管理、新技术的综合应用有特色,将相互学习、相互切磋、相互提高,不断提升安全质量管理水平。

2018年中国500最具价值品牌揭晓

国家电网、腾讯和海尔名列三甲

2018年世界品牌实验室《中国500最具价值品牌》分析报告日前在京发布。在这份基于财务数据、品牌强度和消费者行为分析的年度报告中,国家电网以4065.69亿元的品牌价值荣登榜首。前五名依次是腾讯(4028.45亿元)、海尔(3502.78亿元)、工商银行(3345.61亿元)、中国人寿(3253.72亿元),这些品牌已经迈进世界级品牌阵营。

报告显示,2018年度《中国500最具价值品牌》的总价值为184459.11亿元,比去年增加28879.05亿元,增加幅度为18.56%。诺贝尔经济学奖得主罗伯特·蒙代尔教授(Robert Mundell)说,“人工智能、大数据和区块链等新技术,给品牌成长带来新的希望。世界品牌实验室编制中国品牌报告已是第15个年头,2004年入选门槛仅为5亿元,前500名品牌的平均价值为49.43亿元。15年以后的2018年,入选门槛已经提高到23.52亿元;而前500名品牌的平均价值高达368.92亿元,增加幅度为646.35%。”一些经

济界、企业界认为,品牌价值的不断增加体现了我国改革开放40年的成果。

本年度《中国500最具价值品牌》中,共有来自食品饮料、纺织服装、文化传媒、信息技术、家用电器等在内的25个相关行业的品牌入选。其中食品饮料业依然是入选品牌最多的行业,共有85个品牌入选,占总入选品牌数的17.00%,传媒行业有36个品牌入选,位居总数第四。

来自美国哈佛大学(HARVARD)商学院的管理学教授伊利·欧菲克(Elie Ofek)博士指出,经常听到说中国品牌不受信任,或者中国生产的产品不能收取高价。然而,最盈利、最高端的产品苹果,过去和现在都在中国生产。中国产品已经展示出世界一流的品质,他们缺乏的是品牌情感资产。若要改变外界对中国品牌的看法,首先要有优秀的产品,产品不仅仅是模仿西方领先品牌,而是要超越它们。其次,中国品牌需要征集有影响力的人士和倡导者,并让他们接受您的

品牌,因为他们受到社交媒体的尊重和关注。最后,安排一些有影响力的消费者参观访问中国和公司,眼见为实。

来自法国欧洲工商管理学院(INSEAD)营销学教授琼·克劳德·拉里齐(Jean-Claude Larreche)指出,外国消费者对中国品牌的认知水平,普遍落后于中国产品的质量。试图在全球范围内改变观念是不可能的。所有积极的“制造”声誉都是由独特的领先品牌首先创造出来的,其他人则从先驱者创造的正面“制造”形象中受益。要想改变“中国制造”的形象,最好的办法可能是把重点放在一些特定行业的少数几个杰出的中国品牌上,并帮助他们提高在某些国家的产品质量。

来自英国牛津大学(OXFORD)赛德商学院营销学教授斯蒂芬·沃格(Stephen Woolgar)指出,在传播层面,“中国创造”比“中国制造”好得多。使用新词“创造”(Created)就表示要摆脱先前的旧印象,与“制造”(Made)形成鲜明的对比。推广中国品牌,可以是国家、区域或部

门层面,但独立的第三方更具有可信度。

从传统营销时代,数字营销时代,再到智能营销时代,每一步突破想象的发展背后,都是技术迭代后的深入赋能。从工业社会到信息社会,公司将越来越小,基于兴趣的小规模生产和销售将是趋势,这也给品牌营销带来新挑战。就当下来说,互联网繁荣的背后,数据的真实性、有效性和安全性受到挑战。这时候,新技术给品牌管理带来创新的希望。譬如,人工智能颠覆了传统的营销思维;品牌不再仅被视为物品,而成为了具有人格特征的实体,与人积极互动。长期研究品牌的丁海森博士这样认为。

世界品牌实验室(World Brand Lab)是一家国际化、专业性的品牌研究机构,由诺贝尔经济学奖得主、美国哥伦比亚大学教授罗伯特·蒙代尔(Robert Mundell)担任主席,专家和顾问来自哈佛大学、耶鲁大学、麻省理工学院、牛津大学、剑桥大学等世界顶级学府。(珂珂)

心有多大,衣橱就有多大

共享租衣兴起加速拓展美丽经济

■ 新华社记者 张辛欣

交个租金就能共享百万件服饰的“云衣橱”;输入尺码和喜好,系统会智能推送专属时尚方案;点点手机,物流就把下周的衣着和搭配送到面前……继出行、住房之后,服装也加入了共享经济的大潮。降低成本、丰富需求的共享租衣迅速在城市白领和学生中流行起来。有研究显示,共享租衣开辟了服装商业新渠道,将撬动万亿级市场。

从剁手党的“买买买”到新租客“租租租”,共享租衣如何带火时尚产业?新共享领域如何有效解决诚信、品质等问题?记者对此进行调查。

新模式 如何破解“永远少一件衣服”的尴尬?

打开门,从快递小哥手里接过衣袋,按天一套挂好,北京白领张楠的一周就这样开始了。对供职于投资行业的她而言,精致多变的造型既是面子,也是工作所需。“既有大牌服装,也有小众设计,包月随便租,还不用自己打理,为何不试试?”租衣3个月,她越来越享受来自“云橱”的衣橱和时尚。

张楠只是众多租衣客中的一员。市场上共享租衣平台多选用会员包月无限制换衣,免费邮寄清洗模式。花钱少、选择多、不占地等优势让其迅速在城市年轻女性中盛行。短短几年就涌现出衣二三、女神派等诸多租衣app,仅衣二三一家租衣平台就有超过千万用户,超过100万件服装。

服装租赁不新,而将租变成生活方式,拓出新市场,则需要一场对“租”的革新。

首先是定位。衣二三创始人刘梦媛告诉记者,自己第一次创业瞄准婚礼、商务等场景的高端奢侈品租赁,因为太过小众而不温不火。后来发现,城市女性的痛点在日常着装。“都说女人的衣橱永远少一件衣服,租衣平台就是要破解这个尴尬。”刘梦媛说。

服务至关重要。第一就是卫生和品质。几乎市场上所有租衣app都推出免费洗,不少租衣app选择与专业清洗机构合作,提供洗护保养。“衣二三与福奈特合作打造智能洗护工厂,未来用户有望通过智能系统对下单衣服实时追踪。”刘梦媛说。

物流不好也影响体验。租衣平台通过大数据和智能管理系统,一方面加大热门服装采购,一方面提前推测规划商品出入库时间,并加强仓储物流升级。

中国服装协会常务副会长陈大鹏说,目前共享租衣用户大多为20至30岁白领,随着习惯养成和市场扩大,租衣将被更多人接受。

新业态 能否打响“中国时尚”新名片?

时尚意味着独特。满足不同用户喜好的共享租衣,格外需要在供给上下功夫。以服装为纽带,逐步建立起集合买手、设计师、制造等在内的产业生态,共享租衣正逐步打出“中国时尚”新名片。

中国服装设计师协会主席张庆辉说,租衣加速了买手模式在国内普及,也用大数据让其更加精准智能。

的共享让时尚更加普及。

不久前,美团点评成立首个共享婚纱礼服平台,除了集合国内外知名婚纱礼服设计师作品,用户也可将闲置的轻奢礼服在此共享。“从买到租到闲置共享,提高了性价比,加速了流通率,也加快婚纱礼服零售规模化 and 品牌化。”美团点评高级副总裁张川说。

在制造端,共享协同模式也加速设计师的成长。记者调查发现,除了现金直采,市场上的共享租衣更多采用平台分成模式,更有平台与设计师协同设计制造,按租赁和销售情况分成。截至目前,女神派、衣二三等平台上集合过百个设计师品牌。一些制造工坊也借助租衣平台向设计创意环节延伸,形成自有品牌。

“共享租衣是一种全新的渠道和模式,与零售并不矛盾,品牌商、设计师应抓住风口提早布局。”鲁迅美术学院服装设计系教授任锐说。

新秩序 怎样避开“成长的烦恼”?

共享经济蓬勃兴起,也在发展中遇到一些问题。共享租衣要走得远、走得好,尤须吸取前车之鉴,构建起行业标准和秩序。



山东: 融合发展 催发新动能

■ 新华社记者 陈灏

“通过深度挖掘消费数据资源,我们做到了天猫商城同品类销售额前列。”近日,在位于济南市的韩都衣舍“智汇蓝海”互联网品牌孵化基地,服装品牌迪莱纳市场部经理曹鸿雁如是告诉记者。

近年来,山东省大力推动制造业、服务业、互联网融合发展,一些传统产业呈现全新增长态势,融合发展形成的新动能成为山东经济重要的新动力。

跨界融合发展 新动能不断涌现

又到换季时节,韩都衣舍办公室里,繁忙而有条不紊。

服装行业按照惯例是夏季生产冬装、冬季生产夏装。然而,韩都衣舍深挖消费大数据建立“爆旺平滞”评价机制,换季初以小规模试销预判“爆款”,进而组织合作工厂快速按质按量返单,产品当季售罄率达95%。

韩都衣舍电商集团副总经理胡近东说,这一转变大幅提高资源使用效率、降低了库存和资金占用量、改变了服装行业的生产组织方式,建立起从纺织、服装生产到零售都与市场紧密联系的全新生态。

云计算、物联网、大数据等信息技术与各行业各领域深度融合,是山东新旧动能转换的重要方向之一。以“互联网+”为代表的新经济蓬勃发展,使山东新动能不断涌现。

在家电龙头企业海尔集团,8个互联网工厂使产品开发周期缩短20%以上,交货周期由21天缩短到7至15天;在日照市,互联网服务众包平台“猪八戒”正协助当地打造“互联网+”现代服务业小镇……

齐鲁大地,融合发展方兴未艾。山东省统计局新闻发言人陆万明介绍,根据腾讯研究院发布的《中国“互联网+”指数报告(2018)》,山东省“互联网+”指数列全国第五,增速超过80%。

发挥平台效应 培育“航母编队”

与传统工业时代的“千帆争渡”不同,山东如今更重视发挥平台聚集优势和成熟商业模式带动,打造创新型企业“航母编队”。

山东省政府先后与阿里巴巴、华为等企业签署协议,加速以新技术、新产业、新业态、新模式推动山东传统产业转型升级,打造创新创业发展平台。

依托多年电商经营形成的支撑系统,韩都衣舍将生态能力输入到“智汇蓝海”,帮助企业重建研发和生产体系,带动产业链数字化升级。

主打中老年女装的迪莱纳就是在韩都衣舍实现“鸟枪换炮”的。曹鸿雁介绍,迪莱纳过去产品缺乏辨识度,颜色老土、款式笨重,不符合现代中老年女性越来越时尚的审美观,一度因为效益不好而债务压身。

嫁接到韩都衣舍后,迪莱纳实现从产品定位、研发到销售的全流程再造,如今年交易额接近2亿元,扭亏为盈并迅速与竞争对手拉开差距。

胡近东介绍,“智汇蓝海”通过基地孵化、云孵化等方式,累计帮助200余家企业实现转型和迭代升级。其中,基地孵化企业已经形成120余个品牌,总估值50亿元。

布下长远战略 加速动能转换

以“产业智慧化、智慧产业化、跨界融合化、品牌高端化”为发展路径,山东着力解决产业结构偏重、附加值偏低等问题,推动经济“腾笼换鸟”,走向市场和价值链的高端。

放眼长远,山东经济发展新蓝图已经绘就。《山东省新旧动能转换重大工程实施规划》明确提出,到2022年,基本形成新动能主导经济发展的新格局,经济质量优势显著增强,现代化经济体系建设取得重要阶段性成果。新技术、新产业、新业态、新模式“四新”经济增加值占比力争达到30%。

立足当下,部分重大工程项目启动实施。今年山东省确定的总投资额达5420亿元的110个省级重点项目中,产业融合发展态势明显。山东省发改委有关负责人介绍,山东现代高效农业、现代物流等领域项目积极拥抱互联网,项目借助信息化技术实现生产工艺流程再造,提升智能制造水平。

山东省政府有关负责人表示,山东省将着力促进一二三产融合,互联网、大数据、人工智能和实体经济深度融合,产业与新业态、新模式广泛融合,生态旅游与上下游产业融合,推动山东加快新旧动能转换。