

上汽红岩消防车实力圈粉 首届国际警用和消防装备博览会

初秋时节,2019 中国首届国际警用和消防装备博览会在成都举行。国内外众多消防企业受邀展出了各自企业的消防产品,三家国内知名消防企业不约而同地选择了携上汽红岩消防专用底盘改装的红岩消防车亮相。

展会现场,威武霸气、造型各异的器材消防车、消防主战车、抢险救援车,吸引了众多消防官兵和展会嘉宾纷纷上车体验,并获得一致好评。

众所周知,作为特种车辆的消防车,作业工况复杂多变,对车辆可靠性要求尤为苛刻,而上汽红岩消防车采用同步欧洲先进的涂装生产线,其独有的双涂层工艺令上汽红岩消防车在防腐性能上如虎添翼。

消防车常常面临水浸、火烤等各种复杂作业工况,也完全不用担心褪色、生锈、腐蚀,车辆可靠性大大提升。

此外,多年来上汽红岩一直致力于为应急救援行业输送优质的消防车专用底盘,为国分忧,为民解难。2017 年研发制造的国内第一款原装四门消防车专用底盘打破了我国高端原装消防车专用底盘一直被进口品牌垄断的局面,受到国家消防部门高度肯定和广大消防人员的喜爱。

在近期超强台风“利奇马”在我国东部沿海地区肆虐时,上汽红岩消防车也第一时间出现在各个救灾现场,成为消防队员抢险救灾的好帮手。中国消防官方微博上,一组以上汽红岩消防车为背景的照片,正是对其实力最大的肯定!

而在历史上,凭借强大的研发实力,上汽红岩还自主设计研发了我国第一款双头消防车专用底盘。这种消防车专用底盘可在车辆两端安装主副两个驾驶室,当遇到隧道、狭窄道路等不便掉头地方,只要切换模式,车尾立即变成车头,免去了掉头步骤,从而提升救援效率。

凭借先进的设计制造能力以及过硬的产品力,上汽红岩消防车不仅热销国内,而且多次走出国门,在国际舞台上发光发热。2018 年,APEC 领导人非正式会议期间,红岩杰狮消防车奔赴巴新为会议顺利进行保驾护航;今年 1 月,红岩杰狮消防车在多米尼加空军基地交付多米尼加政府,为多米尼加城市交通及消防做出贡献。

可以预见,本届展会上上汽红岩消防车的惊艳亮相,必将会进一步提升上汽红岩消防车专用底盘在应急救援行业内的知名度,为打造品牌价值新高地迈出坚实的一步! (杨建)

按下“快进键” 势如破竹谋发展

“‘万华样本’和‘潍柴速度’给我们国有企业提供了宝贵的经验,我们要借他山之石,结合自身实际,按下‘快进键’,势如破竹谋发展。”在山东能源肥矿集团白庄煤矿党委组织的向万华集团和潍柴集团学习会上,党委书记、矿长刘仲明深有感触地说。

连日来,该矿利用专业会、主题党日、班前会等时机,工团宣讲队宣讲、微信工作群转发等形式,组织全员认真学习万华和潍柴精神。潍柴“不争第一、就是在混”“一天当两天半用”的干劲,万华“敢想敢干、锲而不舍、没有不可能的事”的理念,引起了全员的深入思考,进一步加深了对国企改革的认识,加深了对万华和潍柴改革创新先进经验的了解。在此基础上,重点围绕“聚精会神强党建、激情创业敢担当、锐意进取谋改革”等 8 个方面的管理经验和先进做法展开交流讨论。“万华和潍柴从一度濒临破产的老国企,成长为今天的国际化大集团,作为一名肥矿人深有感触,深受鼓舞,今后,我将进一步坚定信心,创新思维,切实发扬工匠精神,为早日实现高素质高颜值新肥矿建设贡献力量。”综掘工区党支部书记吴兴峰说。

该矿将学习活动与“不忘初心、牢记使命”主题教育紧密结合,认真学习习近平新时代中国特色社会主义思想,研究进一步深化国有企业改革的思路举措。在工作实践中学习借鉴万华和潍柴改革创新的基本理念和做法,学习对标找差距,改革创新破难题,不拘一格降人才,激发企业内生活力,扎实做好企业改革发展工作。(吕燕)

“万企帮万村 中心帮万企”减税降费“明炬行动”启动仪式举行

本报讯(记者 喻永国)8 月 23 日,由四川省工商联主办、国家税务总局四川省税务局、四川省扶贫开发局支持,四川省工商联财税金融服务中心承办的“万企帮万村 中心帮万企”减税降费“明炬行动”在成都启动。

四川省工商联党组成员、副主席袁明主持启动仪式,四川省扶贫开发局二级巡视员张海鹏、国家税务总局四川省税务纳税服务中心副主任袁珂致辞并与四川省十三届人大常委会委员、四川省工商联财税金融服务中心主任毛熠共同触摸启动牌。

启动仪式结束后,进行了首场减税降费专题公益讲座,四川省工商联财税金融服务中心税务专家、众智联财税金融大数据服务平台注册会计师、注册税务师、资产评估师梁觉斌就扶贫开发、扶贫捐赠税收优惠落地、减税降费等问题为近百商家(协会、企业)作了主题授课。活动取得了圆满成功。

“塔河家园”在戈壁沙海熠熠闪光 ——西北油田采油二厂企业建设纪实

■ 丁玉萍 胡 强

8 月 25 日晚 7 时,服务员端着装满菜肴的托盘,走进西北油田采油二厂管理三区职工杨海生的宿舍。椒麻鸡,凉拌牛肉,黄瓜蘸酱,醋泡花生……摆满了四方桌。

杨海生和几位同事边吃聊,他说:“在前不着村后不挨店的大漠深处,能享受到点菜服务,吃出家的感觉家的味道,真好!”

这样的点餐“定制化”精准服务,如今已成为采油二厂的“新常态”。

特别的爱给特别的你

采油二厂地处塔克拉玛干沙漠北缘,是集油气开采、集输和处理为一体的采油厂,油田面积 1046.58 平方公里,管理着 39 座站库,700 多口油井,有 336 名职工,平均年龄 36 岁。他们一年中三分之二的时间都在这里工作。

该厂围绕构建“魅力、创新、快乐、和谐”采油厂,将亲情、互助、关爱、和谐贯穿始终,致力于每位员工在精神上有幸福感,在环境中舒适感,在事业上有成就感,“激情塔河、幸福西北”,一个“快乐油基地”在戈壁大漠落地生根。

通过经常性调研、下基层、座谈等方式,及时了解一线员工所急、所需、所盼,采油二厂为员工订制了一系列定制“服务套餐”,点餐就是其中之一。

负责员工生活服务的物业负责人尚洪林介绍说,点餐经济实惠,多的两百,少的一百,受到职工的真心想赞。实行点餐服务一个月以来,全厂有 50 多名员工享受了点餐服务。

这种贴心服务来自对全厂 336 名职工的摸底调查。该厂建立“分类分级”帮扶机制,特殊人员特殊关爱,做到温暖精准覆盖。把家庭困难、患有大病的作为一类帮扶人,由厂领导结对,建立长期帮扶关系。

陈启江是油气处理部职工,患有强直性脊柱炎,2017 年并发症加重,经诊断为心肌梗塞,做了心脏支架搭桥手术,无法正常上班。屋漏偏逢连夜雨。年迈的父母又相继患上严重的心脏病,父亲心脏做了支架,母亲心脏安了起搏器,全家经济陷入困境。

厂党委在全厂范围内发起“奉献爱心点燃希望”爱心捐助活动,捐款 5 万余元,用爱

“牛师傅已经连续两月蝉联‘播主’宝座了,也不知道谁能把他 PK 下去。……”“看来我们和他的技术差距不是一星半点的。”近日,在山东能源淄矿集团唐口煤业公司提升中心学习室内,一张“打播”成绩公示单成为了职工们热议的焦点。

原来,“打播 PK”是该公司提升中心为充分调动广大职工立足岗位学技术、练业务的积极开展的一项技术比武活动。近年来,该公司积极贯彻落实人才强企战略,本着以赛促学、以学促训、赛训结合的原则,根据本单位工种实际,常态化开展技术人员技能竞赛,促进技术人员业务素质快速提升,打造出一支作风扎实、业务过硬的技术人员队伍,为推进企业高质量发展提供人才保障。

▶▶▶[上接 P1]

女性是大部分整形医院品牌营销的首要对象,围绕其进行营销策划,逻辑往往容易聚焦到“高端大气上档次的豪华医院、形象代言人的美丽身材”等惯性思维上。茆丽美基于“因信任而伟大”所展开的创意营销,提出“因信任而选择”的特定定位,重塑高端整形美容医院的形象,赢得女性客群的认同。在金华市区有大大小小 27 家医美机构,茆丽美年营业额 1.5 亿元,独占半壁江山。有数据显示,目前医美行业的人均获客成本已经高达 3000 元,越来越多看似兴旺的医美机构实际负债累累,甚至连工商都开始拖欠。而茆丽美独特的定位管理,使其老顾客循环消费率超过 50%,良好的用户体验带来口碑效应,源源不断的后续顾客成为了茆丽美的铁杆粉丝。

中国医美连锁的独行侠

医疗美容行业是兼具医疗与消费双重属性的大容量高增长行业,2017 年医疗美容服务跻身“千亿行业”,未来 5 年市场规模扩张仍将维持 20%以上的增速。而目前中国医美市场总渗透率只有 1.5%,远低于美国 14%、巴西 10%、日本 11%、韩国 21%。2018 年底国内知名风投“第一创业投资管理有限公司”出资 4000 万元入股茆丽美,并共同设立 5 亿元产业并购基金,联合打造茆丽美的未来版图。

从“蛮荒期”向“规范期”过渡,近年来医疗美容行业开始剧烈洗牌,运作规范且具备强大复制能力的医美企业才能成为这个高度分散行业的整合者。品牌是连锁复制能力的核心,专业医生培养体系和优秀管理体系是医美品牌得以树立的两个重要支柱。当下医美连锁行业虽然表面热闹,但以上三大痛点制约了行业的可持续发展。这几年何威潜心整个医美系统运营闭环的发展探索,在金华



●采油二厂举办的美食节,美轮美奂的食品雕花,香气四溢的民族食品,让大漠充满了浓浓的乡情。

心点亮了他生的希望。厂党委书记顾维毅和他结对帮扶。今年春节前,带着慰问金前去看望,询问他的病情及家庭情况。厂工会主席蔡献峰专程来到陈启江家中慰问,鼓励他与病魔作斗争,渡过难关。

此外,厂工会今年启动“孕期关爱”项目,为怀孕女工准备营养早餐,发放纯牛奶增强孕妇孕期营养;开设胎教课程,举办育儿交流会,传播科学、正确的健康理念。

生产运行科女工石蕾成为第一个受益者。她每天可以喝到两盒麦趣尔牛奶,还领到了胎心监测仪,随时可以监测到胎儿的发育情况。石蕾说:“这是一种走心的关爱。”

厂工会将生育职工、患病职工、亲属去世职工作为重点慰问对象,今年共慰问 14 人,为他们送去了牛奶、水果等慰问品,尽显人文关怀。

二厂就是我的家

6 月 7 日是端午节。家住库尔勒市滨河路锦官花园的采油二厂职工吾买尔江父母家一下子热闹起来。远在阿克苏地区柯坪县盖孜力克镇驻村工作的采油二厂职工吾买尔江、姜建华夫妻,专程带着女儿美朵儿,利用半年才有一次的休假,回家陪老人过节。

山能淄矿唐口煤业：“同台打播”激活学艺热

进入三季度,该公司提升中心在工区内部设立岗位“擂台”,根据公司内部“技术比武”涉及本单位工种取得优异成绩的 5 名职工为“播主”,班组职工利用班前班后时间可随时向“播主”发起挑战。比武由工区主管技术员、分管副职及本班班组长作为裁判,技术比武坚持公开、公正、透明原则,接受职工及其他单位人员监督。“以往技术比武都是公司内部选拔,很多职工‘事不关己高高挂起’,学习技能氛围也相对淡薄。”该公司提

▶▶▶[上接 P1]

升中心主任赵韶亭介绍,现在我们通过同台 PK 方式,动员职工相互挑战,找不足、看差距、知耻而后勇。

此外,他们还将同台 PK 人员作为教学示范案例,借助比赛科目作为授课计划,对职工进行现场辅导。避免日常培训侧重单纯讲理论而忽略现场实操操作的不足,对照实物讲解新设备、新工艺原理,从而提高职工现场发现问题、解决问题能力。

为了提高职工挑战“播主”的积极性,该

发展的核心诉求,用合理的成本重构资源,实现有效扩张。”

以人为本扩张复制

2018 年以来,医美行业在经历了多年的快速增长后逐步放缓,市场下行压力趋紧。但因为掌握了医美连锁的团队核心优势,茆丽美开始在扩张战略上不断突破,避开以资本、高薪为主的“野蛮”成长,成为行业里不多的稳健品牌。今年以来各地同行纷纷找上门来,寻求合作加盟、管理输出。而在茆丽美以人为本的背后,还有一项支撑企业品牌壮大的根,

那就是企业的善良,唯有一名掌舵人的善心,懂得对他人的尊重和爱护,才能最终得到市场的认可。金华八一南街的善食堂,就是何威当年进入医美行业的一个创举。何威相信付出越多回报越多,即便现在每家新开的医院,茆丽美善食堂也同步开张。何威承诺免费向社会供餐,任何人都可以来善食堂吃饭。善食堂虽说只提供馒头、稀饭和咸菜这样简单的食物,一年下来总的投入也不少。另外,何威在家乡浙江金华每年捐助 4 万元助学金给沙畹小学,连续资助 10 年;更有“爱心圆梦”等医疗援助行动常年展开,公益活动包括了教育、美容、社会救灾等各方面,累计投入超过 400 万元,茆丽美受到政府和社会各界的广泛赞誉与认可。

和家电、食品等行业不一样,整形美容属于改善型需求,是高端服务+医疗的综合体,消费者选择时并不迫切,很少会有冲动型消费,因此要用信任奠基,以品质取胜。多年来,茆丽美进行了服务、品牌和形象的全方位升级。面临行业变化和竞争对手的慌乱,何威不急不乱。这位中年不惑的男子脱下随性大方的 T 恤,穿上了挺括利落的西服——上个月

走进今天的采油二厂大院,安静舒适的办公环境,轻松愉快的生活氛围,“家”的温暖无处不在。

6 月 16 日至 17 日,西北油田第六运行会乒乓球比赛南疆片选拔赛在采油二厂职工体育馆举行,来自 9 个单位的 64 名选手参加了激烈角逐。这里不仅承办局分公司的体育比赛项目,篮球场、乒乓球场、羽毛球场、健身房等完善的体育设施和健身器材满足了不同需求运动爱好者的需要。

书吧已成为职工增加技能的充电站。去年 5 月,职工书吧投入使用,将几年采购的 2000 余册图书集中管理,内容涵盖政治、经济、管理、文学、心理学等各个方面,同时引进专业图书管理系统,让读书和借阅更加便捷高效。采油高级技术梁洪云是职工书吧的受益人之一。一年来,梁洪云发明了 3 件工具,离不开职工书吧的帮助。

可容纳 30 余人的影吧,配以先进的环绕立体声音响系统,数字放映机和网络软件同步配合,让人如置身影院一般。

丰富多彩的文体活动,营造了温馨祥和、健康向上的文化氛围。2019 年春节联欢晚会与雅克拉采气厂等单位联合举办,涵盖舞蹈类、歌唱类、语言类等 15 个节目,为职工呈上了一道文化盛宴。“三八节”当天,邀请知名老师举办“花之魅·丝之魅”优雅女性沙龙,女工们学到了鲜花礼仪、插花艺术和丝巾搭配等知识,提升了礼仪修养。举办首届“三八节”厨艺大赛,现场制作、现场评比的,来自 7 个分会的 16 名选手各展绝活,交流了厨艺,丰富了生活。每两周开设一期的职工美食课堂,由后勤大师傅为烹饪爱好者传授凉菜、热菜、面点等菜品的制作方法,为爱好美食的职工打造了学习烹饪和交流的平台。截至目前已开设 7 期,30 余名职工参与其中。

该厂积极打造“花园式矿区”,利用植物的多样性,合理配置适宜沙漠戈壁生长的苜蓿、沙枣、红柳等植物,建设主题鲜明、品位高雅的庭院,形成了独具特色的“兄弟连”绿荫路、“铁兄弟”的沙枣林、厂区的香梨园。在生活区种植梨树、核桃树、杏树等果树,还有西瓜、葡萄等季节瓜果,为厂区增添一抹新绿,给员工送上一分美味。

一个彰显魅力、推崇创新、构建和谐、共享快乐的“塔河家园”在戈壁沙海光影熠熠。

山能淄矿唐口煤业：“同台打播”激活学艺热

升中心主任赵韶亭介绍,现在我们通过同台 PK 方式,动员职工相互挑战,找不足、看差距、知耻而后勇。

此外,他们还将同台 PK 人员作为教学示范案例,借助比赛科目作为授课计划,对职工进行现场辅导。避免日常培训侧重单纯讲理论而忽略现场实操操作的不足,对照实物讲解新设备、新工艺原理,从而提高职工现场发现问题、解决问题能力。

为了提高职工挑战“播主”的积极性,该

▶▶▶[上接 P1]

何威个人入驻抖音短视频平台,短短一个月就吸引了 16 万名粉丝,视频播放量超过 4000 万次,在新媒体领域也火了一把。抖音背后其实是何威不断打破原有“刻板印象”,尝试新颖传播方式对品牌进行升级。企业主动寻求品牌的转型升级,既是机遇也是挑战。作为曾经的老广告人,拥抱变化正是何威的一贯做法。茆丽美做医美基于信任,所以不愁客人,不愁医生,不愁管理,茆丽美做到了这三点,所以能够迈入“一年复制十家医院”的扩张之道,何况玩转一个抖音号?或许,这也是何威想告诉给外界的信息:无论什么时代,对人性的洞察,其重要性远超过广告效应。

以人为本扩张复制

2018 年以来,医美行业在经历了多年的快速增长后逐步放缓,市场下行压力趋紧。但因为掌握了医美连锁的团队核心优势,茆丽美开始在扩张战略上不断突破,避开以资本、高薪为主的“野蛮”成长,成为行业里不多的稳健品牌。今年以来各地同行纷纷找上门来,寻求合作加盟、管理输出。而在茆丽美以人为本的背后,还有一项支撑企业品牌壮大的根,那就是企业的善良,唯有一名掌舵人的善心,懂得对他人的尊重和爱护,才能最终得到市场的认可。金华八一南街的善食堂,就是何威当年进入医美行业的一个创举。何威相信付出越多回报越多,即便现在每家新开的医院,茆丽美善食堂也同步开张。何威承诺免费向社会供餐,任何人都可以来善食堂吃饭。善食堂虽说只提供馒头、稀饭和咸菜这样简单的食物,一年下来总的投入也不少。另外,何威在家乡浙江金华每年捐助 4 万元助学金给沙畹小学,连续资助 10 年;更有“爱心圆梦”等医疗援助行动常年展开,公益活动包括了教育、美容、社会救灾等各方面,累计投入超过 400 万元,茆丽美受到政府和社会各界的广泛赞誉与认可。

和家电、食品等行业不一样,整形美容属于改善型需求,是高端服务+医疗的综合体,消费者选择时并不迫切,很少会有冲动型消费,因此要用信任奠基,以品质取胜。多年来,茆丽美进行了服务、品牌和形象的全方位升级。面临行业变化和竞争对手的慌乱,何威不急不乱。这位中年不惑的男子脱下随性大方的 T 恤,穿上了挺括利落的西服——上个月

走进今天的采油二厂大院,安静舒适的办公环境,轻松愉快的生活氛围,“家”的温暖无处不在。

6 月 16 日至 17 日,西北油田第六运行会乒乓球比赛南疆片选拔赛在采油二厂职工体育馆举行,来自 9 个单位的 64 名选手参加了激烈角逐。这里不仅承办局分公司的体育比赛项目,篮球场、乒乓球场、羽毛球场、健身房等完善的体育设施和健身器材满足了不同需求运动爱好者的需要。

书吧已成为职工增加技能的充电站。去年 5 月,职工书吧投入使用,将几年采购的 2000 余册图书集中管理,内容涵盖政治、经济、管理、文学、心理学等各个方面,同时引进专业图书管理系统,让读书和借阅更加便捷高效。采油高级技术梁洪云是职工书吧的受益人之一。一年来,梁洪云发明了 3 件工具,离不开职工书吧的帮助。

可容纳 30 余人的影吧,配以先进的环绕立体声音响系统,数字放映机和网络软件同步配合,让人如置身影院一般。

丰富多彩的文体活动,营造了温馨祥和、健康向上的文化氛围。2019 年春节联欢晚会与雅克拉采气厂等单位联合举办,涵盖舞蹈类、歌唱类、语言类等 15 个节目,为职工呈上了一道文化盛宴。“三八节”当天,邀请知名老师举办“花之魅·丝之魅”优雅女性沙龙,女工们学到了鲜花礼仪、插花艺术和丝巾搭配等知识,提升了礼仪修养。举办首届“三八节”厨艺大赛,现场制作、现场评比的,来自 7 个分会的 16 名选手各展绝活,交流了厨艺,丰富了生活。每两周开设一期的职工美食课堂,由后勤大师傅为烹饪爱好者传授凉菜、热菜、面点等菜品的制作方法,为爱好美食的职工打造了学习烹饪和交流的平台。截至目前已开设 7 期,30 余名职工参与其中。

该厂积极打造“花园式矿区”,利用植物的多样性,合理配置适宜沙漠戈壁生长的苜蓿、沙枣、红柳等植物,建设主题鲜明、品位高雅的庭院,形成了独具特色的“兄弟连”绿荫路、“铁兄弟”的沙枣林、厂区的香梨园。在生活区种植梨树、核桃树、杏树等果树,还有西瓜、葡萄等季节瓜果,为厂区增添一抹新绿,给员工送上一分美味。

一个彰显魅力、推崇创新、构建和谐、共享快乐的“塔河家园”在戈壁沙海光影熠熠。

公司提升中心大力实施正向激励和反向考核,设立“播主”奖励办法。“播主”守播成功每次给与 200 元奖励,如果连续两月以上蝉联冠军奖励翻倍。同时,职工攻播成功将一次性给与 500 元奖励。竞赛情况纳入评优评先考核范畴,并采取编发工区内部简报、拍摄宣传视频等方式进行广泛宣传,大力营造学技术、强能力、增本领的浓厚氛围。

同时,针对竞赛过程中暴露出的个别工种、个别人员学习动力不足、专业技术知识基础薄弱等问题,由班组及个人共同制定整改措施,半年内无明显进步人员由党支部进行谈话诫勉。“现在这种方式很有意思,职工们可以随时上台‘打播’切磋技艺,有了危机感,大家伙学技术的劲头更足了。”该公司绞车维修班组长李勇说。(张超 张继涛)

何威个人入驻抖音短视频平台,短短一个月就吸引了 16 万名粉丝,视频播放量超过 4000 万次,在新媒体领域也火了一把。抖音背后其实是何威不断打破原有“刻板印象”,尝试新颖传播方式对品牌进行升级。企业主动寻求品牌的转型升级,既是机遇也是挑战。作为曾经的老广告人,拥抱变化正是何威的一贯做法。茆丽美做医美基于信任,所以不愁客人,不愁医生,不愁管理,茆丽美做到了这三点,所以能够迈入“一年复制十家医院”的扩张之道,何况玩转一个抖音号?或许,这也是何威想告诉给外界的信息:无论什么时代,对人性的洞察,其重要性远超过广告效应。

茆丽美宛若酒店接待的用户体验,把单纯的医疗场所变为承载女性信赖、情感交流的自留地,特别是对于年轻的消费者来说,“享受医美”将成为一种新时尚和社交。“我们一直在拥抱变化,有新东西茆丽美都愿意去尝试,看是否对将来有帮助,是否值得品牌重点投入。品牌定位的价值具有区分心智模式和引流作用,重点是你或者你的公司代表什么。”何威坦言自己能够看透人性,强调员工对客户要多研究“为什么”,不符合人性的东西永远都难持久。高端品牌卖的是感觉,医美行业提供的不是刚需服务,更重要的是安全可靠。作为企业掌舵人一定要具有前端思维。何威已经带着金华茆丽美这个服务品牌走向全国,他还想让全世界看到茆丽美,争创全球整形医美连锁的代表、抗衰老的代表,将茆丽美打造成为每位顾客信赖一生的朋友。这不是一个空乏的概念,围绕金华为总部登陆资本市场,建成涵盖整形美容、抗衰老、干细胞技术、生物科技的国际一流品牌的专业性高端医院,何威带领着茆丽美团队,正在努力的道路上稳步前行!