

界首：优化供水环境 两天办好居民急难事

“水压足了,水量大了,水质好了,拧开水龙头,看到这‘哗哗’流淌的自来水,我心里是又开心又安心!”11月6日,安徽省界首市第四小学家属院小区周建等4位居民,面对前来回访的市自来水公司人员进行了由衷的称赞,感谢市自来水公司主动为民服务,帮助解决了小区居民的用水困难。

界首市第四小学家属院小区始建于上世纪80年代,是该市最早的居民住宅之一,有40来户居民。小区供水管网为水泥管,供水系统运行已经30多年,管道等设施存在严重的腐蚀老化、多处漏水等现象,导致水压很低、不稳定,居民打开水龙头接一桶水需要一个多小时,同时水质浑浊,居民的日常生活受到影响。有的居民便向自来水公司拨打求助电话,接报后,工作人员立即赶往现场,发现问题十分复杂。群众的呼声就是动力,市自来水公司没有因为老旧小区老管道需要投资更换而退缩,而是面对现有的改造难点和居民的担忧,组建社区、学校、居民代表“三级专班”,共同参与,统筹推进。

在改造过程中,安装人员发现不同于其他老旧小区,管网复杂,作业面窄小,增加了改造难度系数。经过组织技术人员多轮现场踏勘,从管道走向到合理安排施工工序上不断进行优化,给该小区量身定制了一套改造方案,并对居民日常生活和小区环境的影响降至最低,最终赢得了小区居民的理解与配合,上下同心,加班加点,使改造顺利推进,最终仅用两天实现了通水。

如今,界首市第四小学家属院小区的供水系统已焕然一新,居民没花一分钱重新用上了清激的自来水。“要是没有市自来水公司的无私帮助,我们吃水就更困难了!”新改造的管道通水后,许多居民非常动情地对市自来水公司工作人员说。

“群众的夸赞不仅是对供水工作的支持,更是一种鼓励与鞭策。我们将继续用心用情做好各项民生项目,持续提升服务质量与效率,切实‘获得用水’便利度落到实处,助力营商环境再优化。”界首市自来水公司党支部书记孔刚表示。



一封感谢信 浓浓企地情

近日,湖北交投鄂西北运营公司武当山管理所收到一封来自武当山特区管理委员会的感谢信。信中表示,在世界武当太极大会期间,武当山管理所精心组织、周密安排,与武当山特区管委会紧密配合,尤其在道路安全保畅、环境靓化、志愿服务等方面的支持,给予高度的评价,对鄂西北运营公司积极支持地方经济发展致以衷心的感谢。

2023世界武当太极大会向世界展现了“中国范、太极风、武当韵”。历时五天的大会圆满成功,不仅赢得了各级领导的充分肯定、社会各界的广泛赞誉和海内外朋友的高度认同,还被誉为自武当山建区以来,内容最丰富、参与最广泛、规格最高、规模最大的“四最”文旅盛会。

在大会期间,湖北交投鄂西北运营公司高度重视,公司党委班子成员多次深入重要站口开展安全生产和保通保畅工作督导检查,要求各站所要密切关注站口交通情况,全面排查安全隐患,实时跟进路面病害修复及安全应急设施维护等日常工作,全力保障辖区高速公路安全畅通。

为全力保障大会期间高速公路道路安全畅通,该公司武当山管理所以“东道主”的姿态喜迎八方宾客,全员备勤备战,组建站口保畅、氛围营造、视频直播、志愿服务、礼仪服务、后勤保障六个工作小组,着力提升站口通行环境和窗口服务水平;及时召开工作部署会、碰头会、协调会3次,开展“警、企、养”联动应急演练1次、收费机电安全巡查5次,修订站所“一站一策”“一时一策”保畅方案,“一路多方”联动联动随时待命,为此次盛会的胜利召开营造“畅美”通途。

大会筹备期间,该公司武当山管理所积极与筹备专班各小组负责人对接,主动投身大会活动环境靓化、志愿者服务等行列,更换现场花卉、摆放盛会彩旗,每班次保持收费现场干净整洁,同时公司“小水滴”志愿者与大会交通站点“小青燕”志愿服务相融合,巩固地企共建成果,以服务共建、协同互助、发展共赢为目标,践行多方协同发展的共同体合作模式,实现“融畅其道、共之合美”的发展格局。

一直以来,鄂西北运营公司坚持依托“同道·同行——幸福鄂西北”文化品牌为抓手,倾情构筑多元化“服务驿站”,着力深化地企共建、文旅融合工作力度,用心用情助推地方经济高质量发展,提升“畅美鄂西北”服务品牌的知名度和影响力,用实际行动践行湖北交投的责任与担当。

(金伟忠 张喙)

山东能源兴隆庄煤矿：变“民生账单”为“幸福清单”

山东能源究矿能源兴隆庄煤矿将“我为职工办实事”作为主题教育的重要内容,坚持管理细心、工作尽心、服务热心、处事耐心、待人诚心,依托精准服务,缩小惠民“服务半径”,以高质量服务推动矿井高质量发展。

食 美味甜在心

“咱们10元餐厅的红烧肉色香味俱全,真好吃,还一点也不油腻……”“肉多、皮薄、个大,关键是现蒸现卖,刚出锅的,兴安餐厅的大肉包子吃着真香……”“你知道不,兴安餐厅推出了羊肉汤,大块的肉、白白的汤,看着就有食欲,冬天喝上一碗热气腾腾、香喷喷的羊肉汤,真是美滋滋……”

在职工餐厅内,就餐职工吃着可口的饭菜,边吃边谈论着餐厅的饭菜质量,脸上洋溢着幸福的笑容,吃出了“幸福的味道”。

一直以来,该矿把“胃口工程”作为一项民生实事抓紧抓实,将职工吃得香不香,吃得好不好牵挂在心,千方百计改善职工就餐环境,提高饭菜质量,提升服务水平。对职工餐厅进行升级改造,更新配备了新的环保餐具和保温设施、保鲜柜、消毒柜等设备,丰富三餐菜品花样和品种,每日菜谱及价格及时发布,并严把食品安全关口,保证肉蛋米面、时



●刚刚熬好的羊肉汤

令蔬菜营养搭配均衡。根据季节变化推出特色菜品,让众口不再难调,让就餐职工吃出“家”的味道。

衣 整洁精神爽

“洗衣房提供24小时清洗服务,下井能穿上干净舒适的工作服;职工澡堂水温适宜,升井后可以舒舒服服洗个热水澡;更衣室更换了新的柜子,干干净净换身衣服再回宿舍睡个安稳觉,顿时觉得身心愉悦,疲惫一扫而光……”数着一件件暖心事,机电工区职工徐凯脸上露出幸福的笑容。



●洗衣房女工在整理下井职工的衣物

该矿职工浴室坚持用心用情用力做好后勤服务工作,根据季节时令不同,随时调整水温室温,让职工洗得舒心。加强“走动式”管理,对设施设备加大巡查力度,保持管路、设备正常运行;积极维护洗浴场所的空调、供暖、供电线路,加强通风设施的除尘工作,全力以赴做好后勤服务。

住 舒适温馨

兴隆庄煤矿美好公寓以“宾馆化管理”为抓手,实施“星级宿舍”评比活动,积极开展“服务进楼层、微笑进房间”服务活动,楼道内

“这里和家一样温馨” 阴湾煤矿月月为职工庆生日

为打造温馨和睦、包容奉献的大家庭,营造轻松和谐的工作氛围,提高职工在公司的归属感和幸福感。11月20日晚上,中煤三建阴湾煤矿项目部在职工食堂,为李鑫等8位职工举办了温情满满的“11月员工生日会餐”。

为职工制造了很多小惊喜,悄悄为寿星们准备了精美的生日蛋糕、贺卡和双蛋黄的长寿面,送上最真挚的祝福。生日晚餐种类多样,在生日会的尾声,将精心准备的蛋糕呈现在大家面前,伴随着生日歌,大家一起吹灭蜡

烛、许下心愿、合影留念,将这个难忘的生日会定格。

“我们的干部员工都来自外地,如何让大家踏实地在这儿工作,是我们工会工作中遇到的最大问题。”矿长羿传洋谈起当初给矿工兄弟过集体生日的初衷。该矿工会建立了职工生日信息档案,将所有职工生日登记成册、排出顺序,提前将生日礼物准备到位,生日当天一同送出,让职工感受到家一样的温暖。

“美味的生日蛋糕、温暖的生日祝福、共同吹灭生日蜡烛、一起许下新的愿望。我从小

在农村长大,从没有如此温馨地过生日。我一定全心全意干好工作,为矿井多做贡献。”过完集体生日的95后大学生李鑫激动地说,这是他在单位过的第一个生日,也是他最难忘的生日。

在充分考虑到井下工人“三班倒”的特殊性基础上,统一制作了温馨的蛋糕发放卡片,提前为一线职工建立了生日档案,每月20日核实次月过生日的人员名单,并由井区提前将蛋糕卡发放到相应职工手中,由职工自主选择蛋糕样式、取蛋糕时间和过生日方式。努

稻花香荣获全国轻工业企业文化优秀成果特等奖

11月23日,2023年中国轻工业企业管理创新经验推广现场交流会暨五届四次理事(扩大)会议在郑州举行,大会现场颁发了管理创新成果、文化优秀成果、社会责任优秀案例等奖项,稻花香集团《以红安精神凝聚厂商力量 推动企业高质量发展》获评2022-2023年度轻工业企业文化优秀成果特等奖,《供给侧改革下的民企转型升级之路》获评轻工业企业社会责任优秀案例。稻花香集团工会副主席、党办主任黄炎朋参会并领奖。

多年来,稻花香高度重视以党建引领企业文化建设,以荣膺“全国先进基层党组织”为标志,成功打造了稻花香“红色企业、公益品牌”的特色企业文化,成为助推企业高质量



发展的重要内生动力。面对新形势,稻花香继续坚持“党建引领、红色覆盖”,探索以一种全新的文化形式和教育载体,做好学习的深化、内化、转化,从而实现厂商共同缔造、共建共学共进共享,围绕共同目标,形成思想共识,强化奋斗行动,取得发展实效。

以营销赋能,成就中国重汽销量新高

■ 隋一

1-10月累计209879台的销量,中国重汽拿下了国内重卡市场总销量的26.64%。再看细分市场的成绩单,长途物流运输市场行业销量第一、快递市场行业销量第一、危险品行业市场销量第一、渣土车行业销量第一、冷藏车占有率增幅行业第一、高端专用车行业第一和AMT销量行业第一等,中国重汽的出色表现不禁引发业内好奇:是什么原因让中国重汽一路高歌?

深究这一现象背后,我们发现了四个字——营销赋能。

取势:抓住趋势,顺势而为

无论是企业还是个人,审视时代,掌握趋势,顺势而为,是成功的关键之一。从2022年起,国内重卡市场加速了对高端重卡的追逐。与此同时,在日益激烈的市场竞争和日趋严苛的政策法规之下,高端重卡迭代升级的速度也在不断加快。

作为中国重汽旗下的高端重卡品牌,汕德卡10年来,已经成为“替代进口高端重卡”的鲜明符号,打破了多项国产重卡的纪录,也成就了业界传奇地位。10年来,汕德卡引领高端重卡发展方向,适应市场变化,通过一代代产品升级始终保持着对用户需求最为敏锐的洞察力,不仅在功能上全面覆盖牵引、载货、专用、自卸等高端重卡市场,并且在动力性、节油性、智能化和舒适性等方面满足甚至超出用户心理预期,树立行业标杆。

围绕汕德卡的营销还不止于此。为了能够让用户更有品牌归属感,中国重汽为汕德



卡用户成立百万英雄俱乐部“五星百万骑士团”,推出七星级“亲人服务举措”,并且将首台300万公里汕德卡在镜头前真实拆解,让用户看到了汕德卡的品质实力和中国重汽的满满诚意,更让汕德卡的高端品牌形象深入人心。

明道:找到规律,因势得道

道是规律,是处事的原则,在营销的概念里,我们更愿意将其看为是一种责任和担当。遵循市场规律,捕捉市场需求,夯基固本,精准发力,是中国重汽在营销中顺势而起的又一键。2023年,天然气价格一路走低,油气价差持续增大,使得天然气重卡迎来了爆发之年。前三季度燃气重卡销售107387辆,同比大涨255.2%,远远跑赢重卡大盘35%的增

幅。

在中国重汽专属无极S动力链的加持之下,汕德卡G7S燃气车、豪沃MAX燃气车及豪沃TX7燃气车等产品形成高效率、高科技、高品质、高可靠的产品矩阵,成功打造出“节气王者”形象,实现了销量的节节攀升,一次又一次的大批量交车活动也屡掀销售高潮。

与此同时,中国重汽更放眼为用户创造价值,基于TCO理念,在行业内率先推出“LVO全生命周期总价值”概念,以用户需求为中心,持续为用户创造全场景体验、全生命周期的价值,围绕客户“买、用、养、换”车辆全生命周期,为客户提供新车采购、车辆运行、维修保养、运营管理、二手车处置等一站式解决方案,更好地为用户降本增效。

从TCO到LVO不仅仅是服务理念和服务体系的全面升级,是中国重汽营销策略和

力让每一位职工都能感受到温暖,进一步培育广大员工爱岗敬业,鼓励大家努力拼搏、齐心协力,同企业一起成长。

“我们坚持6年了,用心为员工过生日,让职工感受到了大家庭的温暖,充分激发了员工以矿为家的认同感和扎根矿山的归属感。”项目部经理欧阳长远说。小小生日会,浓浓矿山情。自推行为职工过生日以来,干部职工的关系更和谐、更融洽了。

(李继峰 张凤言)

都,誓师出征,再次追寻红色足迹,聆听红色故事、感悟信仰之力,进一步砥砺初心使命,继续走好企业“二次创业”新征程,万众一心,锚定目标,竞争拼抢,加快企业高质量发展步伐,在新时代的壮阔画卷中写下精彩答卷。

据了解,此次大会由工业和信息化部产业政策与法规司委托,中国轻工业企业管理协会主办,旨在总结推广优秀管理经验,加强行业内企业交流互动,推进“企业管理提升专项行动”,引领和促进企业健康发展。入选的文化成果及案例对企业改革发展产生较强的内在驱动力,发挥了内强素质、外树形象的良好作用,具有代表性、示范性和创新性。

(文/张丽 图/袁林)

品牌文化的全新起点,也让市场看到了中国重汽坚持长期主义的坚定信念和因此而呈现出来的中国重汽品牌强大的竞争力。

四季度是多数大宗商品的消费旺季,重卡作为大宗商品运输的主要方式,其销量势必会获得一定支撑。进入11月份以后,北方地区已全面进入供暖季,LNG作为清洁低碳能源,市场占有率仍将逐渐增长。可以预见,今年四季度及明年一季度天然气重卡仍然是市场主流,中国重汽天然气重卡的销量,在良性的营销策略推动下,将继续迎来较好的表现。

优术:以道御术,以术弘道

“术”是方法,是策略,是能够提高效果和效率的能力、技巧。作为国内重卡市场“双冠王”,中国重汽的营销战略十分明确,一是将线上线下联动融合营销,二是打造渠道营销力。通过对营销团队的整合再造,让更多的技术人员走向一线,并且与近几年积累的线上营销资源相结合,不断激发营销网络的潜能。无论是春节、中秋节,还是高考季、双十一,中国重汽都会在这些特殊的时间节点通过创意营销、互动营销和体验营销等多种形式,让用户找到代入感。在这些营销活动中,我们记住了黄河X7的风阻系数只有0.349,我们看到了大马力产品成功挑战“三高”,我们在考生家长卡友的优惠政策中体会到了重汽的品牌温度,我们也在直播间的热烈氛围中感受到重汽的品牌力量。

当营销真正为社会、为市场、为用户带来价值,必然也会为企业带来销量,带来口碑,带来更加广阔的市场空间。如今,重卡市场正处在存量博弈的时代,面对挑战与危机,企业营销应该回归本源,聚焦用户需求,打造品牌的差异化,从而继续提高销量和市场份额。