

以品牌之名践行品质承诺 中国重汽深耕二手商用车市场

■ 赵健

随着国内物流行业的蓬勃发展与经济形势的深刻变迁，中国二手重卡市场呈稳步增长态势，现已成为商用车交易市场新的增长点，呈现出方兴未艾的发展势头。然而，二手商用车市场也面临着车辆信息不对称、评估经验参差不齐和售后保障不足等重重挑战，让用户望而却步。

为重塑用户对二手商用车品质的信心，中国重汽直面行业痛点，全面布局二手商用车市场，以创新之姿引领该领域的革新与发展，彰显其行业领军者的责任与担当。

深化布局 引领二手车市场健康发展

自 2021 年起，中国重汽在行业内率先建立二手车厂家官方认证体系，开创了二手车商用车厂家认证先河。依托官方进行严格的品控管理、专业的整备流程、完善的售后保障，中国重汽官方认证二手车正被越来越多的客户所接受和认可。

为解决二手车评估存在偏差、处理周期长等棘手问题，中国重汽凭借专业实力成功开发了二手车专用检测设备并建立标准化检测流程，实现了对车况的精准判定，有效把控收车价与市场价偏差，从根本上提升二手车业务的专业化水平。此外，中国重汽二手车官



方认证体系为符合标准的二手车授予认证证书，并提供全国服务站的联保和保养补贴政策支持，从而打消用户对产品使用的顾虑。为进一步提升产品竞争力，中国重汽针对不同用户群体提供多样化、人性化的金融方案，全面赋能销售渠道。

随着市场的快速发展和技术进步，中国重汽始终走在二手商用车市场的前列，为中国乃至全球的物流从业者提供更优质的服务与支持。

真实透明 开辟二手车业务新路径

历经近三年时间的市场深耕和业务模式探索，中国重汽对二手商用车业态有了更加深入的理解和认知。基于渠道培育及市场基础，中国重汽再次进行了二手车业务创新性发展，在山东梁山正式落地首家官方认证二手车体验店，向二手商用车行业深海区迈出重要一步，也为主机厂进行品牌二手车残值

干预管理、深度参与二手车业务经营管理开辟了新路径。

中国重汽官方认证二手车体验店，以“真实透明”为核心产品理念，精选无调表、无事故、无大修的优质二手车源，再通过精细、严格的车辆检测整备，确保每一辆车的性能均达到最优状态，并且将车辆的检测数据、出险数据、维保数据、运营数据全部向客户公开，让客户将车辆的“前世今生”看得清清楚楚。为了进一步回馈客户信赖，店内做出“买到调表车包退赔路费”“发现事故车立奖 10 万元”等多项承诺，这既是对购车客户的充分保障，也按下了推动二手商用车行业健康有序发展的加速键。

近年来，中国重汽对二手车业务的重视程度日益提升，持续加大资源投入，砥砺深耕、日见成效，三年来中国重汽先后布局授权店、专营店、合营店，不断深化对二手车业务的探索与实践，推动二手商用车行业向标准化、规范化、专业化的方向大步迈进。

中国重汽官方二手车认证体系的构建，凭借三大核心优势解决行业难题，为二手商用车交易市场的健康发展奠定坚实基础；中国重汽官方认证二手车体验店的正式落地，是主机厂深度参与二手车业务经营管理的重要标志，更为各主机厂开展二手车业务提供了新模式和新思路。中国重汽的每一步探索与实践，都是对卓越品质和优质服务的不懈追求，更是对行业未来发展的美好期许。



山东能源柴里煤矿： 未雨绸缪 上好冬防“安全锁”

随着冬季的来临，山东能源枣矿集团柴里煤矿坚持“预防为主、整治结合”措施，从组织协调、排査管控、日常巡检、安全宣教等方面入手，超前部署、精准发力，及时消除各种不安全因素，上好冬季“三防”安全锁。

“冬季气温下降，设备故障和人员安全风险均有所增加。为此，我们严查隐患、狠抓落实整改，坚持做到闭环管理，及时消除不安全因素。”据该矿安全副总曹士喜介绍，该矿组建了冬季“三防”督导工作小组，量化工作任务，细化工作举措，明确工作流程，一级抓一级，层层抓落实，真正做到责任到位、措施到位、人员到位、整改到位。

针对冬季“三防”工作突发性、多变性特点，该矿安排专人 24 小时值班，及时处理出现的险情和突发事件。他们抓住管理重点，找准现场难点，克服松懈麻痹和侥幸心里，从严落实冬季“三防”各项措施，确保矿井安全生产平稳有序运行。

他们加强设备防冻、个人取暖等管理，制定包括消防、保暖、通风在内的综合性检查和维护计划，成立冬季“三防”维护队，加强对主副井封闭工程、职工宿舍空调维修、外部管道保暖等重点区域的检查力度，保障所有保温设施正常运转。

防火是冬季安全的重点，该矿从提升职工防火意识和应急处理能力着手，开展消防知识、防灭火、疏散演习等安全培训和应急演练活动，提升队伍应急响应能力。充分利用班前会等形式开展取暖用电安全、道路行车安全、消防安全及冬季防寒防冻知识的宣传教育，引导广大干部职工充分认识冬季“三防”的重要性，进而做到思想上筑牢防线、行动上落实有力、措施上行之有效。

他们还创新举措，大力引入智能监控系统，加大对关键区域监测和日常巡检，加大隐患排查、灾害性天气预警力度，着力提升矿井安全管理的精准性。（巩光浩 井君廷 王昆）

王焯： 水泥行业的革新者

在水泥及其制品制造这一传统而重要的行业中，王焯以其卓越的创新能力和对细节的极致追求，成为行业的先行者。她不仅具备深厚的专业知识，更对水泥生产的环境影响有着独到的见解。她致力于推动行业的绿色转型。

王焯与水泥行业的缘分，始于大学毕业后两年。在尝试了金融、新能源、网络自媒体等多个行业后，她最终选择了回归实业，接手家族企业，决心将这份传统制造业做大做强。谈及这一选择，王焯表示：“只有在实体行业，我才能真切地感受到工作的真实和价值。”

王焯管理的晋州市富隆建筑材料有限公司是一家创新型企业，主要经营水泥制造、水泥、水泥制品、建筑砂浆加工销售等。接手企业之初，王焯面临的是产品技术水平落后、市场缩水的现状。她没有退缩，而是带领团队深入市场调研，精准对接客户需求，为企业的转型升级奠定了坚实的基础。

王焯的创新精神不仅体现在产品上，更体现在技术革新上。她带领团队研发出了“一种粉煤灰加工用高效混合搅拌装置”和“一种粉煤灰除碳装置”等专利。这些专利技术的应用，不仅提高了生产效率，更降低了环境污染，为企业的可持续发展奠定了坚实基础。同时，王焯的这些创新也引起了同行的关注，并纷纷模仿，但王焯始终保持着领先地位，不断推陈出新。在水泥制品加工业逐渐兴盛的背景下，王焯敏锐地察觉到了市场的变化。她果断决策，新增了砂浆生产线和混凝土生产线。此举不仅扩大了销售市场，还提高了企业资源的利用率。这一战略调整，使王焯管理的企业在激烈的市场竞争中保持了强劲的增长势头，公司的销售额实现了显著提升。

作为水泥行业的领军人物，王焯深知环保的重要性。她积极响应政府关于环保的政策法规，推动企业向绿色、低碳、可持续的方向发展。通过技术创新和管理升级，她有效降低了企业生产过程中对环境的污染，为水泥行业的正规、有序发展做出了积极贡献。在客户服务方面，王焯同样表现出色。她强调上下游协作的重要性，带领团队深入了解工程项目节点、施工方式等细节，确保产品能够及时、准确地送达施工现场。这种贴心的服务不仅赢得了客户的信赖和好评，更提升了企业的品牌影响力和市场竞争力。

对于水泥行业的未来，王焯充满信心。她认为，随着国家基础设施建设的不断推进和环保要求的日益提高，水泥行业将迎来更多的发展机遇。她将继续秉持创新精神，带领企业不断前行，为水泥行业的繁荣发展贡献自己的力量。（杨光）

由中铁上海局建筑公司承建 淮南市高新区 文化发展中心项目 通过竣工验收

11 月 22 日，由中铁上海局建筑公司承建的安徽省淮南市高新区文化发展中心项目顺利通过竣工验收。

据悉，项目位于淮南市政府东侧，总建筑面积 6.45 万平方米，采用 EPC 模式，包含不动产中心楼、城市历史文化楼、城乡建设中心楼等。该项目建成后，将进一步完善地区公共文化服务体系，为市民提供了解和弘扬淮南历史文化的场所。

据悉，在建设过程中，项目部积极引进充气式混凝土隔墙气囊模板、UHPC 清水混凝土挂板等“四新技术”，通过强化施工组织管理，实现多工序平行交叉作业；同时落实“首件制”，提高质量整体水平；开展过岗前培训、现场巡查和领导带班等举措，重点盯控临电、大型设备及人员安全，确保施工有序推进。（周慧）

奏响安全管理最强音

■ 任锁生

每年到了四季度，企业既要按时按量完成年初制定的各项目标计划，又要确保安全生产不能有丝毫的闪失，为下一年度起好步、开好头打下坚实的基础。现在，决战四季度的战鼓已经擂响，企业全年各项产量任务也已经进入考核收官阶段。在这一关键节点上，企业当紧绷安全生产弦，奏响四季度安全生产最强音，保证安全生产万无一失，以“决战”的姿态、“实干”的劲头，交出全年安全生产的精彩答卷。

筑牢安全思想防线。从年初开始，企业员工就紧绷安全生产弦，到了四季度，安全思想防线也已经拉到“满弓”状态，稍不留神，就会前功尽弃。安全工作只有进行时，没有完成时。产量任务再重，日常工作再繁忙，也不能乱了阵脚，必须稳住步伐，沉着冷静，不被外界因素影响，保持好自己的节奏和思路，一步一个脚印踏实前行。要强化底线思维和红线意识，统一全体员工的思想，筑牢全体员工的安全思想防线，锚定全年目标任务，以志在必得的信心、势不可挡的锐气、坚定务实的行动，牢固树立“安全是管出来的”理念，真抓实干、久久为功，掀起决战四季度热潮。

警示教育持续跟进。四季度，个别职工会由于抢时间、赶进度，为了完成任务，以身试法违章操作，给安全生产带来很大的隐患和不确定因素。企业基层各单位要紧紧抓住四季度安全生产的这些特点，结合本单位实际，围绕中心任务，以典型案例为切入点，开展常态化警示教育。要充分利用班前会、班后会、安全活动日，观看案例教育片，选取本行业、本岗位的典型事故案例，开展学习讨论，深刻汲取事故教训，反思总结，警钟长鸣，真正让案例教育起到引导作用，内化于心、外化于行。

履职尽责勇于担责。安全管控要常抓不懈，不能敷衍了事，也不能走马观花，更不能推诿扯皮。作为基层管理人员，要切实增强危机感、责任感和使命感，不断提升自己的大局意识和责任担当，认真履行岗位职责，狠抓工作落实，主动寻找差距，把安全生产管理工作落到实处；同时，充分认清当前安全生产形势，要积极主动开展调查研究，深入一线岗位，观察薄弱环节，开展走动式巡回检查，现场发现各种问题，消除事故隐患，第一时间补齐安全短板。

重庆高速巨能集团矿山技术研究院成立

■ 杨勇 彭光淑

为进一步擦亮西南地区首家矿山特级企业品牌，提升矿建板块核心能力，11 月 22 日，重庆高速巨能集团举行矿山技术研究院成立揭牌仪式。矿山技术研究院的成立标志着巨能矿山技术创新迈入新的阶段，将谱写出发展新质生产力的新篇章。

位列全国煤炭行业施工企业综合实力第二名的巨能集团，是一家老牌国有企业，2022 年 9 月取得公路工程施工总承包特级资质后，今年 4 月再获矿山工程施工总承包特级资质，成为全国第十家、西南地区首家企业。2014 年，企业成立了瓦斯实验室，总结出一套高突矿井石门揭煤技术工法，并在视频监控、含量检测、开采保护层等方面积累了独特经验。

“此次矿山研究院成立，巨能又将迎来一次新的技术革新和升级。”巨能集团相关负责人表示，巨能集团联合重庆大学煤矿灾害动力学与控制国家重点实验室，成立巨能矿山技术研究院，更好地加强校企合作，让科技创新发挥更大作用。

据了解，目前巨能集团已构建起较为完



善的“产、学、研”协同创新体系，拥有六家重庆市企业技术中心。集团先后与重庆大学、武汉大学、西安科技大学、中国矿业大学、北京科技大学等多个科研院所校企合作开展科技攻关，建设精品工程。

多年来，巨能集团承建了上百个大型煤矿，其中山西年产千万吨矿井寺河煤矿项目获鲁班奖，宁夏金凤煤矿项目、陕西魏城煤矿工程等获多个国家优质奖，陕西小保当煤矿

等项目获得数十个太阳杯奖等。

新成立的巨能集团矿山技术研究院，致力于加强矿山行业技术、装备、管理及政策的研究。该院将强化专业化矿建团队建设，深入研究瓦斯治理、超深立井施工、快速智能掘进等关键技术，保障施工安全，提高施工效率，降低施工成本。在推进科技创新成果在矿山项目应用的同时，该院将全力打造一批具有代表性的自主知识产权科研成果。

李青松：以设计赋予国产美妆品牌新活力

■ 李云纪

近日，苏州初夏贸易有限公司总经理李青松凭借在“半亩花田”美妆系列的创新包装设计，荣获“LITTLE DREAM GARDEN”美妆系列包装设计奖项。李青松的设计不仅契合年轻人市场需求，还帮助国产美妆品牌在竞争激烈的市场中脱颖而出。他以年轻人对个性化、环保、体验感的需求为核心，打造出既有视觉吸引力又具功能性的包装，成功为品牌带来口碑与销量的双重提升。

市场敏锐洞察： 注重年轻、时尚与个性化设计

李青松认为，18 岁 - 25 岁群体的消费需求正在发生变化，对潮流趋势、个性化表达以及品牌的时尚感尤为关注。为了满足这一偏好，李青松在“半亩花田”系列设计中，注重时尚元素的融合和视觉效果的差异。

例如，在“半亩花田去角质啫喱”中，他采用粉色和透明三段式拼接设计，传递产品去角质的柔和功效，通过外观的粉嫩感吸引消费者。“半亩花田烟酰胺果酸身体乳”设计中，透明瓶身直观展示了白色乳液和黄色玉米淀粉颗粒，强化“美白、净透”的心理暗示，让消费者一目了然，激发其购买欲望。这种设计展示了产品的功效，带来更具吸引力的用户体验。

环保与可持续： 用设计传达品牌责任感

李青松一直致力于将环保理念融入设计中。他意识到年轻消费者对环保的高度关注，因此在“半亩花田”系列中，选择了 PET 等可回收材料。在整体设计上，以简约时尚的风格打动消费者，既符合环保理念，又提升品牌形象。

李青松表示：“可持续发展不仅是品牌的社会责任，也越来越成为年轻消费者的购买决策因素。”这种对环保的关注，使得“半亩花田”系列在市场上赢得了青睐，增强了品牌在消费者心中的认可度。



关注使用体验： 细节中打造极致体验

李青松的设计不仅在视觉上吸引消费者，更深入考虑消费者在使用过程中的便捷性和舒适感。他深知要让消费者“看得见、买得起”，在使用中能带来愉悦的体验。因此在“半亩花田冰淇淋果酸嫩滑磨砂膏”的设计中，他大胆选择翻盖管装设计，解决了因开盖取用带入水分，避免产品变质和保存时间缩短，让消费者每次使用都能感受到安全。

在设计“半亩花田花萃净澈脱毛膏”时，李青松更是巧妙利用色彩和材质，传达产品功能

与使用感受的双重信息。他采用银色与暖色调的三段拼接设计，使产品在货架上格外醒目，中间的银色则赋予了产品“清洁、无残留”的心理暗示，传递出温和高效的脱毛效果。为了提升使用便捷性，他采用了掀盖式开合设计，便于单手操作，特别适合需要快速涂抹、清洗的脱毛产品。产品符合年轻人“随取随用”的需求，让消费者感受到品牌对用户的细致关注。

此外，李青松还在设计中注重细节上的“愉悦感”，从打开产品到使用完都确保产品带来正面体验。例如，掀盖设计的轻松开启、流畅的涂抹感受、瓶体与手掌的贴合度都经过精心考量。这都提升了产品的整体用户体验，增强品牌的忠诚度和信任感。在市场中赢得良好口碑，推动了品牌的稳步发展。

助力国产品牌崛起： 开创个性化国货之路

从 2015 年电商多元化竞争至今，李青松见证并参与了中国化妆品行业的快速崛起。在“半亩花田”品牌设计中，秉持国货复兴的信念，将国际化的设计理念融入本土化的市场需求，树立起鲜明的品牌形象。他深知，外观是吸引消费者的第一步，因此，在设计中融入潮流、环保和用户体验等元素，使“半亩花田”脱颖而出。

李青松还注重线上线下渠道的多元发展，通过社交媒体和 KOL 推广、线下展会等手段，帮助“半亩花田”扩大影响力。对于未来，他表示：“国产化妆品不只是满足本土需求，更要走向国际。我的目标是通过创新设计，让更多人认识到中国化妆品品牌的品质与独特魅力。希望通过设计赋予国产品牌更高的价值，并推向国际。”

李青松凭借独特的设计视角和对市场需求的精准把握，在化妆品外观设计中取得了令人瞩目的成绩。他帮助半亩花田品牌在激烈的市场中找到定位，为国产品牌树立成功的设计范本。未来，李青松将继续深耕设计领域，以创新和环保为核心，为国产品牌带来更多设计上的革新和商业价值。