

南昌青云谱区采矿小区沥青面层全部摊铺完成

3月12日,上海宝冶承建的南昌市青云谱区2024年老旧小区改造三期项目采矿小区沥青面层全部摊铺完成,项目进入全面维修收尾阶段。

项目位于南昌市青云谱区岱山街道,涉及三个社区,四个老旧小区,改造总栋数52栋,总户数1858户,总建筑面积约12.5万平方米,建设内容主要包括小区楼体外墙面修缮及场地路面排水工程。项目建成后,将进一步改善当地的人居环境,有效推动解决老旧小区基础设施功能不完善、公共和社会服务不齐全等当地群众急难愁盼问题,切实增强群众获得感、幸福感和安全感。

(林其凡)

宝冶(厦门)建工承建厦门翔安机场片区地下室砌体施工完成

3月8日,宝冶(厦门)建工承建的厦门翔安机场片区大嶝街道综合服务中心项目地下室砌体施工完成。

项目位于翔安区机场大道与阳塘中路交叉口东侧,总建筑面积为2.7万平方米,包括有社区老年人服务中心、幼儿寄托所、街道综合服务中心、综合文化活动中心、图书馆、社区卫生服务中心等,项目建成后将进一步完善厦门市翔安区机场片区教育卫生、文化等配套设施,建成一个一站式、多元化、专业化的服务平台。

(林其凡)

林蕾:助力跨境电商全球化进程

在全球贸易数字化转型浪潮中,中国跨境电商资深运营专家林蕾凭借其开创性的技术研发与运营体系重构,成功推动中国制造品牌登上国际时尚舞台,并为美国电商生态注入创新活力。作为福州家易鑫信息科技有限公司运营部经理,她主导研发十余项专利技术和软件著作权,主导创立“功能时尚”品牌矩阵,不仅实现年销售额超800万美元的销售业绩,多年累计触达北美500万家庭用户的商业成就,而且被Amazon官方列为行业标杆案例,其方法论已赋能多家中国企业成功开拓海外市场。

2008年,经济学专业毕业的林蕾踏入传统外贸领域,在广交会现场与欧洲采购商反复博弈期间,她敏锐捕捉到两个趋势:海外消费者对功能性产品的渴求,以及跨境电商对传统外贸的颠覆。2014年,她以个人卖家身份试水亚马逊美国站,并在2017年与先生严炎金共同创立福州家易鑫信息科技有限公司,林蕾在公司担任运营部经理,全面负责家易鑫运营部团队的计划制定、监控执行、调整优化工作流程以及团队管理等。

“当时平台上户外帽类目两极分化:要么是功能性强但设计粗糙的工装产品,要么是时尚度高却实用性不足的休闲款式。”林蕾说。于是,她带领团队耗时数月,分析超数十万条用户评论,最终锁定“功能时尚”赛道。2015年推出原创品牌Home Prefer主打为每个家庭成员提供最贴心的保护和最舒适的佩戴体验。

次年推出的原创品牌Connectyle主打“时尚功能性”,二者形成差异化矩阵,经过多年的耕耘与沉淀,2023年度,“Home Prefer”品牌产品销售额达到了510万美元,“Connectyle”品牌产品的销售额也达到了460万美元,两大品牌合计销售额超过800万美元,连续多年稳居美国线上帽类Top 10榜单。这一成绩不仅彰显了林蕾卓越的跨境电商运营能力,也让她在行业内树立了极高的声望。

面对每天千万量级的卖家在亚马逊平台争夺流量,林蕾创新性地将电商运营升维为“技术+数据”驱动,带领团队研发了包括“跨境电商智能运营管理系统”“跨境电商运营数据分析软件”以及“消费者个性化营销策略管理系统”等数十项发明专利及系统软著,她开创的精准选品、Listing优化、定价策略、库存管理、广告推广和品牌建设等跨境电商运营方法论,也被众多企业争相借鉴学习,进行海外业务拓展。

林蕾用自己的实践证明,跨境电商运营真正的“护城河”不是流量技巧,而是对技术创新的执着追求以及对品牌价值的坚守。提及未来,她表示,将继续带领团队在跨境电商领域乘风破浪,创造更多价值。

(唐天泉)

煤矿“疮疤”变“氧吧”

安徽朱仙庄煤矿因地制宜对采煤塌陷区进行治理,利用研石填湖造岛,种植花草树木,使昔日被誉为煤矿“疮疤”的采煤塌陷区变成了风景怡人的“天然氧吧”。图为3月23日,采煤塌陷区“湖心岛”上居民正在踏青游玩。

王道玉 摄影报道



太平煤矿:开足马力誓夺首季“开门红”

2025年,川煤集团华荣公司太平煤矿以“满格电”状态按下生产“加速键”,以开局即决战的精神状态、求真务实的工作作风,统筹安排生产计划,围绕技术优化、经营创效等重点工作,真抓实干落实加油干,高质量完成矿并各项任务。今年1-2月,该矿原煤产量完成计划的116%,掘进进尺完成计划的101%,为实现首季“开门红”奠定了基础。

人人发力“跑起来”

太平煤矿通过矿长办公会、支部书记例会、周五安全包保会等形式学习贯彻落实集团和华荣公司部署要求,迅速动员全矿干部职工强化“拼”的意识、激发“干”的动力,紧盯目标,主动作为,人人发力“跑起来”,全力奋战首季“开门红”。年初,针对一些职工思想波动大的状况,该矿抓提前争主动,严格落实安全生产责任制,以安排部署不放松、值班值守不缺位、安全检查不松懈等多种方式保障春节期间以及复工复产安全工作,春节期间,企业共开展井下及地面安全隐患大排查5余次,开展干部作风督查6次,下发干部作风纪律通报2期,确保了节后安全有序复工复产。

同时该矿强化班前安全教育不断,重点抓好班前会“九部曲”流程,坚持每班对职工思想和身体状态进行排查,坚决杜绝带思想包袱和带病上岗的现象。截至2月份,太平煤矿开展井下与地面安全隐患大排查共计17次,通过精准实施分级管控,重拳打击“三违”



行为,杜绝了重大安全隐患,多措并举层层织密安全防护网。

火力全开“干起来”

企业的最终目标是创造经济效益。太平煤矿紧扣生产效率提升,牢固树立“科学组织、正规循环、均衡生产、平稳推进”生产组织理念,坚持核心采面智能攻关不动摇,从优化工艺设计、加强技术创新、打造核心采掘队等方面着手,牢牢把握工作主动权。各级管理人

员主动深入基层一线,紧盯管理重点部位、安全生产关键环节,在一线“解剖麻雀”,在现场解决问题。针对31184工作面急倾斜大倾角开采困难、32243工作面过断层、顶板变化大等问题,制定支架防倒防滑、工作面防飞石、偏帮冒顶及风溜道环境卫生整治等安全技术措施,确保正规循环作业。

该矿加强设备检修、维护、保养,综合运用“技术+装备+管理”措施,严格按照相关管理办法加强机运设备日常检查维护,积极开展技能培训9次,规范正确使用设备,减少设

卢凯:房地产营销策划领域的传奇人物

卢凯特别赞同世界营销大师艾·里斯的一句话:占领用户心智。也正是如此,卢凯在中国的房地产营销策划领域,以出色业绩创造了中国房地营销策划的传奇。

创造营销传奇

在卢凯眼里:没有卖不动的房子,只有卖不动的方法和思路。他认为一个销售人员但凡业绩不好,就可能欠缺营销的闭环思维。

2015年,卢凯入行,他从普通销售人员,成长为销售经理、营销总监,直到成为开发公司负责人,他熟知房地产项目运营的每个环节,对每项业务的痛点都烂熟于心。4年后,卢凯自己创业,他拯救了无数的“烂尾”项目,改变了淄博市房地产行业的格局。

卢凯的转机出现在一个别墅项目上。当时,淄博一个别墅项目正处于城市发展带上,当时连城市宏观规划的核心区域都已明确标出。但这个项目一共108栋别墅,6年却仅卖掉了22套,而这22套别墅还都是开发商老板动用私人关系才达成的销售。

了解情况后,卢凯认为自己的机会来了。他找到老板,跟老板分析别墅卖不出去的原因。首先就是没有发掘别墅的核心价值,其次是没找到自己的客户群体,没有抓住市场的痛点。

拿到项目代理权后,卢凯做了一个市场分析。首先,在视觉上做提升。以前的项目需要经过一个路口,让人看上去就觉得交通不

便。卢凯做了轻微改变,把入口处的大石头铭牌做得更加显眼,然后从售楼处到项目门口的主要干道上,做了大量广告牌,拉近与城市核心地带的视觉距离。

其次,卢凯找了一个做景观的朋友简单对景观进行调整,并举行了几场放生鱼类的活动。卢凯说这个项目他只给2万块的预算。但做完后,项目的核心价值就体现出来了。

第三步,提升项目卖点。他根据当时很多购买人以投资需求为主,在区域发展以及别墅在城市的稀缺性方面做了提升。他说提炼出卖点后,自然会吸引有意向的客户。

第四步,他把项目的销售价格做了提升。这让开发商心里有个大大的问号,降价都卖不出去,再涨价能卖出去?但销售已经放给了卢凯。

第五步,卢凯启动了异业联盟销售策略。通过策划活动,找到城市里不同的圈层人群,组成看房团分别带到项目上。

卢凯说,其实无论什么项目,万变不离其宗。就像现代营销学之父科特勒曾经说过的一样:让企业的关注点从“价格”和“分销”上,转移到“如何满足顾客需求”上。也就是说从“市场供给”转移到“市场需求”上。

“看势”与成就

卢凯有非常鲜明的特点,就是喜欢“看势”。他说从入行起,就习惯用表格去记录问题。当年的卢凯已经在用“类”大数据去管理

自己的企业。随着市场的发展,逐渐引入OA销售系统。他说根据这套系统可以自动形成客户分析。随后,卢凯在企业中真正用上了大数据。他会结合大数据分析出客户需求,为城市规划和项目规划方案做理论支撑。

另外,卢凯关注的是房地产宏观大势。从房地产的宏观大势分析出国内经济形势,然后再反馈到房地产销售中,这是卢凯多年来能够成就中国房地产营销策划领域巨人的“法宝”。几年前,卢凯接手了一个万豪新里程的项目。当时已经接近烂尾,项目纠纷非常多。他说当时那个项目,有厂矿企业用地,也有村里用地。当时土地销售的钱和各种工程款、材料款都没支付到位。

而最关键的是政府的工作没做透。于是,卢凯疏通各方面关系,把需要还的钱做一个规划。并通过他做工作,让开发商的土地款和材料款都推迟了交付时间。就这样一步步推进,直到各方达成共识后,项目开始起死回生。

随后,他对开发商做了更多的深耕性质服务,把开发商的痛点和需求进行盘活。然后开始布局销售。首先是房产销售,其次是资产抵押和资产盘活。前后用时3年半,卢凯的团队成功在这个项目上完成了5.25亿元的销售业绩。

新里程项目的盘活,让卢凯有了更多的信心。后来,他接手东方悦府项目,帮助开发商完成了6.23亿元的销售业绩,盘活整个企业。又在东方紫郡项目中,帮助开发商完成了

备故障率,提高设备利用率,确保设备的安全、可靠、高效运行。通过不断提升生产管理的科学化、标准化和精细化水平,持续推动优质产能高效释放。仅2月份,31184工作面生产原煤5.3万吨,超额完成生产任务。

降本增效“动起来”

面对当前煤价下行、市场不确定性增大、经营形势严峻的现状,太平煤矿积极倡导“节约成本就是挣工资 节约成本就是保生存”的理念,各单位围绕“钱从哪里来,利润从哪里来,成本怎么控”等方面开展“经营三问”大讨论活动22次。企业以全面预算管理为抓手,规范物资计划管理、采购投入管理、闲置物资调剂管理、回收复用修旧利废管理。严格执行“材料管理预警机制”,最大限度以旧代新,实现资源循环利用,深度挖掘废旧材料、物资及设备的复用潜能,尽可能减少新材料的投入。

该矿加大能源消耗管理力度,重点加强水电管理,制定井下错峰用电生产方案,扎实推进地面水电切割工作,减轻企业负担。他们强化经营工作过程管控,锚定挖掘管理潜力降本提效,全矿各单位依据实际制定降本增效实施方案,从工作中的小细节入手,从节约一滴水、一度电、一颗螺丝钉开始,杜绝资源浪费,全力打响2025“极限降本”攻坚战,截至2月底,太平煤矿吨煤成本较去年同期下降8%,综合单耗较年初预算下降22.1%,为矿并实现全年各项工作目标提供有力保障。

(华川)



18.26亿元的销售业绩。这让卢凯成为中国房地产营销策划领域公认的专家。

小结

如今,卢凯的眼光已转移到国际房地产营销策划上,开始关注海外投资置业领域,希望凭借自己专业的行业知识,帮助更多有需要的人。

(陈霜)

张勇飞:国际物流货运产业的“架构师”

张勇飞从业多年,在跨国物流和供应链管理与设计中有自己独特的战略规划。他认为物流行业是全球贸易的“筋络”,理顺这条脉络,将实现物流世界的高效与可持续发展。由此,成就了他在国际物流货运产业“架构师”的荣誉称号。

成就全球化物流网络

2024年,是张勇飞不断积累和取得突破的一年。他的事业取得了前所未有的成就,并在国际物流货运领域全球化与数字化的双重推动下,成就了他在业内的地位。

张勇飞的物流货运是从汕头开始。最初,他每天给不同客户打电话。第一家客户是他用两个月时间攻克下来的。得知对方老板愿意自己一面,就急匆匆地赶过去。拿出报价单给老板看后,老板问他是否知道自己是水产公司。张勇飞低头看了自己的报价单,突然明白报价单上没有冷冻柜的报价。

于是他连忙道歉,说拿错报价单。第二天,他再次把报价单送过去,并给出比市价便宜500-1000美金的价格。老板很欣赏张勇飞处理问题的态度,于是签订货运合同。这是张勇飞进入国际货运的第一笔订单,从此打开他在国际物流货运领域的业务通道。

拿下汕头分公司第一单后,张勇飞的业务开展得更顺利。他说自己有一个“业务秘籍”:每到一家分公司“救火”,都是先跟踪该地区的“头部企业”。最难搞的客户“拿下”后,其他客户都会跟上,所以每次他的业务开展都顺理成章。

不久,张勇飞在国际物流货运领域就成了一位“活字招牌”。跟他合作过的伙伴,会把他介绍给其他客户。那时公司在泰国、柬埔寨



和越南等地开设了分公司,而第一个去开疆拓土的是张勇飞。最后,整个东南亚的冷链业务基本是张勇飞的。

2008年,他开始独自创业。张勇飞清楚地记得,他的一家做卷钢的客户,由于结账周期长,总公司老板认为不划算。这家客户每个月都会有七八百个货柜出口到全世界,张勇飞算了一下,认为从资金周转周期和利润率来看,是可以做的。但这样每次业务合作都会有矛盾,于是决定自己单干。

他说,自己创业难有两个点:一是团队建设;二是资金。但当年他手下的几位“亲信”,愿意留在大公司享受更好的福利。于是,他就招聘新的团队成员。另外,还需要筹备提前支付三个月的付给供应商的钱。

张勇飞至今仍记得最初创业的那几个

月。那时他每周都会往返香港一次,把曾经赚到的钱兑换成美金,再存到公司账户,然后支付给供应商。但往返香港一次行程最少需要3个小时以上。他都是利用中午休息跑一个来回,然后下午再到公司正常上班,很快他的业务走上正轨。

理顺行业脉络

张勇飞说:“做得最正确的事就是学会理清行业脉络,承担社会责任。”这是他重构国际物流货运秩序的开始。

2020年疫情期间,我国很快解决口罩问题,当时国外对口罩的需求量也只能从中国进口。当时有个客户找张勇飞说有加州政府价值10亿美元的口罩采购订单,希望他能

帮忙解决。由于时值疫情期间,当时整个“美线”几乎爆满,几百条货船拥堵在进港通道上,据说当年在这个港湾堵塞时间最长的货船长达2年。张勇飞说全球航运界从来没这么风光过,货运价格疯涨近7倍以上。但想要让自身业务再上一层楼,就必须圆满完成这个订单。于是,张勇飞帮大客户解决了持续16周的每周150条货柜的口罩出口,并通过洛杉矶港进入到美国境内。张勇飞说,在此状态下,只有各个链条全部打通,在资金方面有足够的积累,才能让自己有试错资本。

疫情期间,张勇飞还做了另外一件事:公司代管。因疫情原因,很多外国人不能进入中国,他们在国内的公司就没有办法顺利运营。于是,很多人找他代管公司的货运代理业务。于是,他接手了三家公司的业务代管,还帮他们提升了业绩。

历经三年,很多物流货运企业开始寻求与张勇飞合作,甚至有重大决策时,都会征求张勇飞的意见。如今张勇飞更是承担起更多的社会责任,为国际物流货运领域的秩序重构贡献自己的智慧。

小结

如今,张勇飞开始了他的全球化布局。不但在国内增加运营公司,还在全球多个重要城市设立分支机构。随着张勇飞的业务遍布全球,其行业影响力越来越大。2023年,公司顺利获得中国国际物流与供应链博览会的优秀中东专线海湾仓服务商称号。2024年,又顺利获得国际航运企业联合会评选的国际物流广东分会副会长单位和二级荣誉会员单位。未来,张勇飞还将承担更多社会责任,为推动整个行业的发展贡献更多的力量。

(易飞)