

C4 BAIYEBBAODAO | 百业报道

关爱斜弱视儿童 隆力奇爱家眼科慈善基金会成立

本报讯(龚伟 记者 周俊)3月28日,“隆力奇爱家眼科慈善基金会”在江苏隆力奇生物科技股份有限公司举行揭牌仪式。江苏隆力奇生物科技股份有限公司与苏州大学附属理想眼科医院负责人、首批受助儿童及家人代表、以及来自全国各地的新闻媒体记者出席了揭牌仪式。隆力奇爱家眼科慈善基金会成立的当天,就已经收到数名隆力奇营销精英(三星董事)的捐款200多万元,今后的基金会所筹得的款项将全部用于斜弱视儿童的治疗及康复。揭牌仪式上,隆力奇还与苏州大学附属理想眼科医院达成协作意向,双方同意,今后基金会将依托苏州大学附属理想眼科医院对获得救助的每一位患儿进行精心治疗和康复。

近年来,隆力奇本着振兴和发展民族日化的使命感和责任感,在企业快速发展的过程中居安思危、在经济危机的背景下逆势飞扬,在注重品牌和渠道的建设的同时,更注重高起点地产品研发。先后在全球成立了八大研发机构的同时,联合国内外相关科研院所,研制出如养生保健产品,以及“子午流注低频治疗仪”、“和合康能锅”、“脑健康仪”等拥有国家专利或被

国家纳入重点科研攻关项目的医疗保健器械,大大满足了人们在治疗、康复、延缓衰老、养生保健等方面的需求。

据统计数据显示,目前国内16岁以下儿童中,弱视者占3%-5%,达1200万以上,而我国少年儿童斜视患病率已超过1%,弱视、斜视已成为威胁青少年健康的一大病症。不少斜弱视儿童,利用暑假期间到医院进行治疗。其中,80%的斜弱视儿童没能得到及时、正确的治疗。这是一组残酷的数据,它意味着这些孩子可能几乎每天都生活在看不清黑板、写字串行、注意力难以集中的困扰中(视力低下、双眼融像功能差),生活在随时可能跌倒、无法参加打乒乓球、踢足球等体育活动的沮丧中(没有立体视觉能力,世界对他们是一个平面,生活在被歧视、嘲笑的眼中(斜视、眼球震颤等),长期在这样的生活中煎熬,这些弱视孩子心理上越来越压抑、自卑、自闭、抗拒接触人,有的因内心极度痛苦而出现极端行为。

江苏隆力奇生物科技股份有限公司董事长、总裁徐之伟表示:隆力奇发展26年来,始终不忘社会责任,今天



隆力奇董事长、总裁徐之伟与苏州大学附属理想眼科医院总裁陈智强签署携手救治贫困斜弱视患儿意向。

成立“隆力奇爱家眼科慈善基金”,旨在救助社会弱势群体,重点救助贫困的斜弱视儿童。眼睛是心灵的窗户,人们常以拥有一双清澈明亮的眼睛而自豪。然而现在,许多中小学生的鼻梁上架上了一副厚厚的眼镜,甚至在一些幼儿园里也不时可以看到戴眼镜的孩子。儿童时光是幸福的,然而,那些斜弱视患者却备受身心折磨、断肠伤心。

为了找回孩子的健康和自信,让所有的孩子都能明眸善睐,顾盼生辉。隆力奇有责任、有义务奉献企业的爱心和帮助。隆力奇在今后企业发展中将更多地回报社会、回报消费者,进一步资助慈善事业,注重企业文化建设,大力提升企业的社会形象,牢记企业的社会责任,更多地支持各项社会公益事业的发展。

迎难而上拓市场 开发新的增长点

大同新通公司奋力实现首季开门红



图为新通公司旗下云通公司左云通联煤站职工正在装车。

为确保经营任务按期推进,山西大同新通公司迎难而上拓市场,主动出击寻商机,在巩固既有项目的同时,进一步盘活闲置资产,开发新的经济增长点,奋力实现首季开门红。

今年初,国内煤炭市场低迷、下游行业需求疲软,港口价格倒挂,使开年的经营形势非常严峻。面对各种困难和不利影响,这个公司领导高度重视,多方收集市场信息,组织有关部门共商对策,努力找准市场定位,积极应对当前经营形势,在困境中捕捉商机,利用新申办的煤炭经营资质做大做强煤炭商贸业务。春节刚过,营销人员数次去天津进行业务调研,了解煤炭市场价格走势、港口的存煤,下游用户需求等情况,并与合作伙伴多次商洽,共同寻找走出

经营困境的办法。合作方大连亚能国际贸易公司也多次下福建去广东,积极找客户、找市场,经过不懈地努力,3月份在天津港煤炭装船4.3万吨,仅此一项创收3200多万元,利润34万元。旗下云通公司经过多次与天津中天恒达矿产有限公司协商,在我方资金还未到位的情况下,以“借鸡下蛋”利用合作方资金开展煤炭商贸业务,实现收入5915万元,利润50万元。万通公司改变过去单一收费的经营方式,利用原京原煤站,开展煤炭购销经营业务,实现了收入3100万元。由于这个公司多方寻求合作伙伴,不断拓展煤炭商贸业务,为完成全年经营任务奠定了良好的基础。

(刘守林 刘雅芳)

劲牌:新品上市,员工愿做“第一消费者”

在劲牌公司,有先进的数字提取技术,有国家级的实验室,更有近乎苛刻的出厂检验标准,质量合格,新产品本可以大大方方地上市销售了。然而,记者近日在劲牌公司采访时了解到,劲牌公司在新品上市前还自设了最后一道关,这就是每个新产品面世前,要通过员工口感测评检验志愿者的测评,这道关卡有一票否决权,未过此关,决不上市。

不要代言求真言

“这不是给自己找麻烦,我们要的是喝酒人群的真实感受。”在劲牌公司,新产品研发团队的技术负责人周慧这样对记者解释。

质量合格,包装精致,再花点钱请个明星,做新产品的形象代言人,眼下,在国内消费者市场上,有身份、重形象的消费品在面世前,似乎都会走这样一条销售道路。在市场竞争日趋白热化的今天,企业这样做确实无可厚非。然而,劲牌对产品品质的要求,近乎苛刻和完美,在新品开发上追求“无瑕疵”。

周慧拿保健酒做比方,因为保健酒之后,针对饮酒者个人的体质会产生不同的效果,而很多饮后反应和功能效果连先进的仪器都测试不出来的。虽然公司有国家级的品酒师,但品酒师的评测不能够完全代表消费者的感受。1998年,劲牌公司研发中国劲酒时,董事长吴少勋提出一个想法,能不能再增加一个新产品的口感测评检验,模拟消费者来品评新产品,消费者

都说好了再上市,这个提法很快得到公司上下的一致赞同。于是,员工纷纷要求加入新品口感测评检验志愿者队伍。

这种人群测试的方式,在劲牌被称为“破坏性实验”。首先是技术人员模拟消费者喝酒,品鉴自己开发的产品,对每次喝酒后的反应,做好口感测评记录。自己觉得没问题了,还要在公司内部挑选志愿者来喝。这些口感测评检验志愿者团队聚在一起,在一个比较轻松的环境,模拟自然状况的消费者开怀畅饮,之后技术人员再来收集新酒饮用后的真实反应。

其实这不是自找麻烦,反而更有助于提升产品的市场竞争力。周慧如是说。老百姓最讲实在,产品有完美的口感,比花巨资请明星推销强。

过不了员工关 走不出实验室

劲牌公司新品事业部张敏经理介绍,每次新品出炉,他们就立即组建一个10-30人数的内部员工志愿者团队,尽自己最大的能力来品鉴酒体。如果有不良反应情况反馈超过10%,新产品就将被无情推倒重来。测试的内容主要是入口的口感、功能的感知,以及饮后的反应,看是不是头晕、头痛、口干等不良反应。

1998年9月,当时劲牌公司保健酒的一款新产品研发出来后,由于经过志愿者口感测评体验反响均未过关。就只好让其长期“待字闺中”了。

目前,劲牌正在研发中的一款新

入口就如饮料酒般温润。但也就是因为酒体入口容易,很容易造成消费者饮用过快过量,

这种低度营养保健酒酒体开发之后,许多员工口感测评志愿者在餐桌上边吃边聊,气氛十分活跃,因为酒体本身口感好,入口绵柔,不知不觉志愿者全喝醉了,当天晚上询问志愿者口感时,几乎每个人都说不醉。但第二天早上,技术研究人员调查发现,大部分员工反应“上头”。员工周颖平时55度的白酒都可以喝个半斤八两的,结果这种酒喝了一斤多,就醉倒了。劲牌企业文化中心主任覃文钊也参加了那次破坏性试验,他悻悻地说,“我平时喝酒都会很好的把握分寸,几乎没醉倒过,这是我第一次喝醉,实际上,我那次的饮用量并不算高,但不知不觉中就醉了,而且醉后感觉很难受,此后一个星期都不想喝酒。”收集此类信息后,劲牌公司立即组织研发人员重新改进配方,这款新产品目前还在继续进行相应的改良中,预计到2014年才会正式推向市场。

劲牌每一款产品都必须经过很多轮的员工亲友团队体验,确保“无可挑剔”才会正式宣布上市。有的产品品鉴测试反反复复经过了很多年才能面世。“我们手中好比握着一把尚方宝剑,过不了我们的员工关,别想走出实验室”。说这番话时,张经理笑着用双手在空中用力比划了一下。

消费者满意才是硬道理

在劲牌公司,流传着这么一种说

法,如果每个食品企业的员工都愿意放心食用自己生产的产品,那么这个社会出现的食品安全问题就会大量减少,甚至绝迹。基于这种意识,许多劲牌员工愿意当新品口感测评检验的志愿者。

截至目前,经过内部员工志愿者口感测评后上市的劲牌保健酒以及健康白酒共有84个品种(含新品),每一件产品要经历近乎苛刻的口感测评团队严格把关,以及反复改良再面市。

艰苦卓绝的努力,终将获得丰厚的回报。劲牌公司的全系列产品,受到了社会多方的高度肯定和评价。目前市场上十分畅销的保健酒品种有中国劲酒、劲牌劲酒、参茸劲酒、劲酒(新品),白酒产品有毛铺老酒、枫林酒和大团圆等。其中参茸劲酒、毛铺老酒、劲酒(新品)等产品已成酒类市场的“新宠儿”,其销量一直稳步上升,居全国同类酒品的前列。

劲牌人深深体会到,在激烈的市场竞争中,让消费者满意才是硬道理。而消费者是否满意,首先要让自己的员工说“好”。

据悉,2003年12月,“劲牌”商标被认定为中国驰名商标。2005年10月,劲牌公司被全国文明委评为“全国文明单位”;2007年9月,劲牌保健酒被评为“中国名牌产品”。劲牌的战略目标确定:到2015年,劲牌力求发展成为营业额超过80亿元、主营产品“劲酒”成为中国保健酒第一品牌的国内一流健康食品企业。

(邱云)

“不安分”的创业者

——记赤峰市宝音格阿茹娜食品厂厂长陈诚

他,没有显赫的业绩,很普通,也没有耀眼的光环、荣誉,很平凡,但他的创业精神、思路,却值得我们去探讨。他在用心再创业,经营自己事业,他带着他的团队,一步一步走来,步伐是那样的坚定。他,就是陈诚——内蒙古赤峰市宝音格阿茹娜食品厂厂长。阿茹娜牌风干牛肉因其物美价廉而风靡市场,作为一个创业者他是成功的。

他是一个不安分不满足现状的人。他毕业于内蒙古商校,曾有一份令人羡慕的工作,清闲而待遇好。但他不想这样虚度光阴,总想自己做点什么,实现自己的人生价值。1993年他辞职,下海经商,做起了商贸行业,在自己的努力下做得有声有色,令人刮目相看,初步实现了自己的人生价值。他是一个不按常理出牌的人,做得好好的,他又想起了别的。上世纪90年代内蒙古地区风干牛肉如火如荼地发展起来,他又嗅到了商机,他认为这是一个大有前途的行业,是一个朝阳产业,他又改行做起了风干牛肉,代理了奶制品、马奶酒、山野菜等特色食品,搞配货,做得红红火

火的。随着市场的扩大,份额的增加,他的思路越来越清晰了,他要搞深加工,做品牌,在2010年,他注册成立了赤峰市宝音格阿茹娜食品厂,但当时很多人认为,应该注册公司,但他否决了,他认为做企业不能贪大,要脚踏实地,从基础做起。他的步伐迈得大,但他的头脑始终清醒。现实告诉他不能急功近利。

厂子建起来了,以前是散兵游勇,现在是规模化、正规化生产。他加大投入,与农科院食品研发中心合作研发生产风干牛肉,进一步提高产品质量,丰富了产品系列,使阿茹娜品牌更具有市场冲击力。

他低调做人,诚实做事。他认为做企业,先做人,做好人,才能做好产品,才能对消费者、对社会负责。“宝音格”蒙语意思是幸福吉祥,“阿茹娜”是纯洁自然的意思,他想,我们处在内蒙古草原,生产出绿色纯洁天然的食品,把健康、吉祥和幸福送给人们,这正是我们的追求。

(明月)

清明商机拓荒成荫

清明节是人们怀念与感恩的传统民俗节日。通常人们在清明前或清明时,为革命先烈敬献花圈,为逝去的亲友扫墓祭奠,为祖先宗烧香祭拜,以表达敬意、孝思和哀思。但是这个重德、重孝、重恩的传统节日,如今已融入了商业的元素。

“只要精心构思、打造,没有繁荣不起来的节日经济。”随着清明祭品和踏青等需求的深度延伸,这个原本纪念逝去亲人的节日,至今已融入了商业的元素。随着清明祭品和踏青等需求的深度延伸,这个原本纪念逝去亲人的节日,至今已融入了商业的元素。

时下全国正在提倡绿色低碳、

(袁孝冲)

月兔集团打造国内一流木雕城

连日来,江西月兔集团与广丰县红木木雕产业办公室、县红木家具协会多次组织回乡创业的数百户红木商家、木雕企业代表,就“广丰木雕城”的规划设计、市场培育、招商引资等问题广泛征询意见和建议。这是该集团助推广丰红木文化产业发展、打造国内一流木雕城的重要之举。

据了解,由月兔集团开发建设的“广丰木雕城”规划占地18305

(江月轩)

高效节能 HWV 旋风磨

中德粉体工程技术的结晶——高效节能 HWV 旋风磨,由国家高新技术企业浙江丰利粉碎设备有限公司和国际著名粉体设备技术开发商德国霍伯尔工程公司联合开发成功,已通过省级新产品鉴定,认定为浙江省高新技术产品。整机及其耐磨装置已获国家专利。

专家认为 HWV 旋风磨原理先进,拥有独特的不拆机可凋隙功能,粉碎区产生的强烈涡流有着惊人的粉碎效果和干燥效果。在不拆机的情况下即可调节被粉碎物料的粒度和产量;转子采用高硬度高强度材料;设备处理风量大,物料的分散效果好;这在国内尚属首创。该机的开发成功,解决了热敏性、纤维性物料在常温下的超微粉碎同时进行干燥操作、表面改性的难题,其主要

性能指标处于国内领先,国际先进水平;可替代进口,而价格只要进口设备的1/8。

该机不但适合一般物料的超微粉碎,而且还特别适用于连同干燥操作、表面改性在内的超微粉碎。可广泛适用于化工、染料、塑料、非金属矿、医药、饲料、食品等行业不同物料的超微粉碎,是一种适合无机物、有机物粉碎的通用超微粉碎机,尤其对聚乙烯醇、PVC、PE、纤维性物料等几乎所有热敏性物料和球形物料(如金属镁等)均能进行超微粉碎。是目前性能好、效率高、噪声低的环保节能型理想微粉设备。

咨询热线:(0575) 83105888 83100888 83185888 83183618 网址:www.zjfgli.net 邮箱:fengli@zjfgli.cn