《诚信载道》连载七十五

□ 魏建国 著

（接上期）

建设枢纽机场必须具备以下几个条件：一是根据国内民航业发展情况看，枢纽机场的条件是，所在城市在国家经济社会中居于重要地位，是国家政治或经济中心；航空地理位置优越，在国家整个航空运输网络中具有重要战略地位；周围较大区域内机场数量较多，除短程支线辐射外，有较多的中远程干线辐射；为大型航空公司本部所在地，具备较强的中转功能和先进的客货处理设施；国内和国际吞吐量较大。二是枢纽机场的地位以规模效应为依据，以规模效应为基础的枢纽机场定义，实质上强调的是机场的经济意义，是将视角扩大到包含航空公司、机场当局、地面综合交通运输体系乃至区域经济社会综合发展的范围，是更高角度、更全面的概念。只有当旅客和货物达到相当的密度和数量后机场才能取得规模效应，提高自身竞争力，并促进区域经济的繁荣，彼此之间是相互关联、相互促进的。三是有强大的基地航空公司和完善的航线网络。枢纽机场的航线结构属于轮辐式航线网络，需要强大的基地航空公司大量开辟始发航线，进行广泛的航线连接。因此，要求在枢纽机场运作的航空公司具备辐射范围广大的航线网络和能够灵活调配的强大的机队。实力强的基地航空公司表现为航线多、航班密度大、飞机型号多、飞机利用率高，在飞机数量、机型配置、定座系统、离港系统等方面符合枢纽航班、航线规划的要求。所以，吸引足够多的航空公司驻场或有成熟的基地航空公司支持，是构成枢纽机场的必要条件，是机场和航空公司“双赢”的可行途径。四是高效的枢纽运作条件。在枢纽机场建设过程中，高效的枢纽运作条件也起到关键的作用。机场、空管、驻场单位等相关部门也需要具备相应的软硬件设施设备。首先，高效的地面保障。枢纽机场要具有更高效的进离港系统、行李系统、安检设备、值机柜台等。配套的航班服务，如现代化高效的航油供应、航空食品供应、航空货物装卸和快捷的飞机维修服务等地面服务保障体系，也为枢纽机场的顺利运作提供了保障。其次，快捷的中转流程。业务流程是根据机场服务的市场来设计的，目的就是使机场陆侧的客货（包括中转客货）能够更高效、更安全、更方便地离开或到达。第三，合理的航班波设计。要提高枢纽机场的中转效率，根据中转市场的市场特性来安排航班波是十分必要的。第四，良好的空域发展能力。宽松的空管环境是指航空公司在航线、航班、时刻选择等方面有较大的自主权和灵活性。航空公司在枢纽机场的航线结构已由点到点调整为轮辐式结构，使航空公司的飞机、人员、航材及维修设施等资源配置得到充分优化。第五，便捷的通关政策。机场、航空公司、海关、边检、检验检疫等部门要协调配合，为客流、货流迅速流动创造条件，简化手续，保证乘客在短时间内完成国内到国际、国际到国内的航班转机，保证货物、邮件、行李迅速到达。

昆明机场建设枢纽机场现状与“构建面向东南亚、南亚，连接欧亚的大型门户枢纽机场”的目标还有一定距离，但已初步具备了基础。昆明巫家坝国际机场是我国西南地区重要的省会干线运输机场，是国务院公布的全国五大口岸机场之一，民航总局确定的地区枢纽机场，西南地区航空网络的辐射中心。云南作为我国西南门户，是我国参与中国—东盟自由贸易区、孟中印缅合作、大湄公河次区域经济合作的中心地带。从地理位置上看，昆明是连接中国和东南亚、南亚最便捷的通道之一，是中国飞往印度洋区域的快捷航路之一，以昆明800公里为半径的范围内，有近30个国内外机场，昆明机场正好位于各辐射航线的交汇点，具有很强的集散优势。

从门户枢纽机场的特征来看，云南独特的地理位置优势成为昆明机场建设门户枢纽机场最显著的特征，为发展国际航线，构建面向东南亚、南亚，连接欧亚的大型门户枢纽提供了天然的资源和优势。枢纽机场建设任重道远，不可能一蹴而就，昆明机场以诚信做标杆，除了在安全管理、机场运行、服务质量等方面采用国际标准，符合国际惯例。

（待续）

重温战友情 敬老慰英魂

成都军星酒业赞助“2013感恩父母团拜会” 吴鹏董事长畅忆军旅深情

■ 余学春 本报记者 王剑兰 王道海

军人与白酒自古就结下了不解之缘，乃至形成了一种文化现象：酒乃指点江山之尤物，可壮胆鼓志，解忧祛乏，激励军人征战铁血沙场；酒也是战友们怀旧的最佳媒介，渗透着军人的刚烈与豪迈，融合了战友的侠骨与柔情。成都军星酒业有限公司董事长吴鹏在自己公司赞助的“2013感恩父母团拜会”上慷慨陈辞：“今天我们相聚在老战士俱乐部，共同举行2013感恩父母团拜会，一起重温昔日战友情怀，一起感恩博大的父母爱、兄弟情，一起讴歌革命军人一家亲的无疆大爱。”

为国捐躯烈士的父母，无疑是最应该感恩的老人。30多年前曾三次参加中越边境自卫反击作战，立下过赫赫战功的团职退伍军官，成都军星酒业有限公司董事长吴鹏在2013感恩父母团拜会的致辞中深情忆战友：“两山前线是我们共同的情结，是我们永远难以磨灭的回忆。展厅里那熟悉的沙盘仿佛又把我们带回那硝烟弥漫的岁月，朝夕相处的战友、手足情深的兄弟为了祖国人民的安宁，顽强地冲锋陷阵，有的永远长眠在了南疆的国土上，只留下展厅里那一张张熟悉的、年轻的笑脸。”

对越反击战已经过去33年了，但那场惨烈大搏杀中幸存的老兵，总难忘怀那场血与火的较量，生与死的拼杀，更难以忘怀长眠在两山的战友。在成都温江永宁镇有一位名叫董贵生的老兵，转业后经营了一家“老兵俱乐部”（听涛园），在他的经营场地里，放眼望去满是对越自卫反击战的真实照片场景，里侧房间正中放置着一个沙盘，标注着老山山体的名字。他的134位战友，就长眠在者阴山的烈士陵园。这位老兵每天都会在军号吹响后，默首祭奠沙盘里战友的灵位，数十年如一日，无怨无悔，不曾改变。几十年来，董贵生都会拿出自己辛苦挣来的钱替逝去的战友尽他们来不及尽到的孝义；并时常在八一建军节等特别的时节，接来烈士的父母一起团聚，去年还曾携4对烈士父母一起重返老山前线……

近日，董贵生再一次邀请牺牲战友的父母或兄弟姐妹来到沙盘前“团年”，同是当年冲锋陷阵参战军人的吴鹏董事长慷慨解囊，他在致辞中表示：“火热的军旅生活锻炼了我们的身体，锤炼了我们的意志，凝结了我们的友情。老山前线的战场，更是把我们的友情升华为兄弟之情，我们为此感到无比的光荣和自豪，更是我们人生旅程中一笔精神财富。”他说作为老山前线一名老兵，作为一名自主创业的转业军人，我代表成都军星酒业略尽绵薄之力回报社会，“旨在为战友们，英雄的父母、兄弟姐妹们，搭建一个聚会的平台，再续战友情，感恩父母爱，共享革命军人大家庭的欢乐。”

从闻名世界的两山战场回归的吴鹏，至今腿上、胸上、手上还留有弹片。他在自己的创业之路上，始终有着难以忘怀的军人情结。30年的军旅生涯，增加了他人生的厚度，他脱下军装，跨入市场，成为一名商人，但他执着追求、勇于奉献的精神没有变，军人的作风和气质没有变，并将征战沙场的智慧和感情运用到了企业发展中。他带领成都军星酒业依据自身优势和特点，立足于将军旅文化宏扬彰显，将军酒与军人的气质与品格相连，成功铸造出军酒品牌，成功开发了将军红、将军情、功勋、荣誉、一品军酒、军中美酒、炸雷子、兄弟连壶、双连子弹瓶、战友情水壶瓶等十几款军酒系列产品，注册了商标和外观设计专利，并由此形成了军酒的根、军酒的魂、军酒独特的魅力。

通过成都军星酒业公司全体干部职工共同的不懈努力，军星酒已具有了浓郁的军人情结，独特的文化内涵，鲜明的品牌个性，既是送战友、聚老乡、庆功会的必备之物，也是喝出战友深情、喝出人间真情的上佳饮品，因而受到军营内外广大消费者的青睐和欢迎。从而真正体现了“军中无戏言，军酒尽情喝”的真诚与品质；铸造出了“中国军旅文化第一酒”、“军中名酒”、“军中美酒”；先后荣获了“中国文化名酒”、“优质白酒精品”、“首届中国食品博览会解放军金奖”等称号。

重温战友情，敬老慰英魂。当年，为了祖国南疆那片土地的安宁，一大批中华儿女抛洒热血，不惜献出最宝贵的生命。33年过去了，当年参战的老兵仍然忘不了那场血肉横飞的残酷战争。那情，那景，那事，时时刻刻留在他们心中，成为永恒的记忆，尤其是无法忘怀牺牲了的战友。吴鹏董事长在“2013感恩父母团拜会”上表示：“此时此刻，我们更是无比地怀念他们，这种生死之交的战友情谊来之不易，在经历了30年后的今天更是弥足珍贵。”他在致辞中向参加团拜会的各位英雄的亲人表示崇高的敬意，向与会领导们、战友们表示衷心的欢迎，并立足现实面向未来抒发情怀：“带着无限憧憬的2013年已经来临，让我们在无边的大爱里奋勇拼搏，创造更加幸福的明天！”

澳网赛场外的娜姐闪电营销战

麦迪逊邦1月31日报道 作为中国体育的新形象代言人，李娜接替姚明、刘翔，已经成为中国体育界又一颗熠熠生辉的巨星，李娜先后代言了耐克、劳力士、哈根达斯、奔驰、泰康人寿、昆仑山饮用水、VISA、伊利、三星电子等品牌。

“李娜是中国的李娜，今晚，她也是世界的。”足球解说员苏东在赛后第一时间发出了由衷的感慨。在这一晚之后，李娜赢得了全世界。两次摔倒两次回到赛场的李娜，用她的顽强征服了全世界的网球迷，也赢得了赞助商。

在比赛结束后，赞助商们通过不同的渠道和方式对李娜的坚强表达了不同的祝福和鼓励。

伊利此次则走了温情路线，因为赛前李娜夫妇为伊利代言，所以伊利此次的标语则是：没关系，我们和他同样为你欢呼。你依然是你，同样的勇气与雄心，豪情不减，意志如坚，我们也依然在你身后，你从来都不是一个人在战斗。

昆仑山矿泉水的文案则是最动人的。“两个冠军”的主题使体育精神和李娜在赛场上的风采都描述得很到位。而爱情这个主题也被运用到文案和海报中来，使这次的宣传更加完整。

昆仑山矿泉水还在微博里这样写道：“爱大满贯，更爱永向巅峰的精神！这也许是有史以来戏剧性最多的有一场大满贯决赛。然而无论是次盘的蹩脚，还是决胜盘意外摔倒磕碰到头，李娜都能淡定自如地应对，虽然憾失冠军，但她用灿烂的微笑征服世界，诠释正能量不放弃梦想。”

泰康人寿也作为赞助商，虽然没有制作海报，却同样在微博上表示了对李娜的鼓励和祝福。

“娜样坚强！在刚刚结束的澳网女单决赛中，中国金花李娜在两次受伤后仍坚持回到赛场，将比赛拖入决胜局，最终以1:2惜败阿扎伦卡，获得澳网女单亚军！虽与冠军失之交臂，但娜姐顽强拼搏的精神，乐观灿烂的笑容，仍然赢得了全世界球迷的尊重！祝福娜姐，你永远是最棒的。”

另一条微博“娜姐 永远的NO.1！2013澳网女单决赛，李娜遭遇世界第一、1号种子阿扎伦卡逆转，屈居亚军。顽强的李娜带伤将比赛拖入了决胜局，虽然距离冠军只差一步，但李娜两次受伤倒地后两次站起回到赛场，这样的娜姐虽败犹荣！祝福娜姐，加油！”

（汪易）

“康奈集团2013年品牌大片女主角”决选

“梦享女主角”活动完美收官

■ 本报记者 何沙洲 通讯员 王滨 徐佩

经过两个月漫长的寻找之旅，由中国鞋类领导品牌康奈集团携手旅游卫视共同打造的“梦享女主角”全国大型选秀活动在北京圆满落幕，一位名叫杨莹莹的美丽姑娘以甜美的笑容、动听的音色、稳健的台风和自信的心态，征服了评委团，更打动了现场观众，在21位逐梦佳丽中脱颖而出，最终如愿以偿，圆梦京城。她不仅将“最佳才艺”单项奖奖杯揽入怀中，更摘得了“梦享女主角”全国总冠军的桂冠。她将有幸与陈坤携手，共同演绎康奈集团2013年的美丽与舒适。另外，兰州赛区选手荣梓希凭借在康奈官网上高达26283票的支持率捧走了“最佳人气奖”奖杯，温州赛区两位选手付冰倩、陈铱锐分获“最具潜力奖”和“最受关注奖”。

据悉，作为品牌的提升年，康奈集团在2012年先后进行了签约国内知名艺人陈坤为代言人、开设精品定制店等一系列活动，为品牌新形象造势。2012年9月15日，精心筹备的“梦享女主角”活动正式启动，“康奈集团2013年品牌大片女主角”以及“签约旅游卫视作一年嘉宾主持”的丰厚回报吸引了大批逐梦佳丽的关注和踊跃报名，在社会上引起了广泛影响。随后，初审合格者被分为7组，每组20人，分别在成都、兰州、合肥、温州、青岛、沈阳、郑州七大城市进行了“冠军争霸赛”，由此产生的21名佳丽最终在北京总决选出“梦享女主角”。

据悉，康奈此次举办“梦享女主角”活动是一种新的尝试，旨在通过这个活动，为广大“有梦想”的年轻女孩搭建起一座“梦享”的舞台，让更多女性能在这个平台上追寻自己的梦想，并了解、喜欢康奈的产品，享受康奈品牌、文化带给她们的快乐和惊喜。