

服务中的真诚

海尔产品随着服务不断地完善,质量不断地提升,科技研发不断地进步,在市场上取得了非凡的销量。其油烟机也因为功能的强大,性能独到,而受到广大用户的信赖。回想起那天安装油烟机的情景,还感动不已。

那天海尔师傅带着我订好的油烟机,准时来到我家里,在精心选好安装位置后,就忙开了,在安装的同时给我详细讲解注意事项,安装工作顺利完成了。我看到我家安置油烟机的地方都被他们清理得干干净净,窗子也透出了原来的晶明。我纳闷地问道:“师傅你们这样帮我清理,这本来不属于你们工作之内的事情,是有费用的吧?”“没有啊。在我们工作中,如果有机会帮用户一下,我们就会尽力帮,就这么一点小事情,希望你不要客气了。”几句简单的话语折射出海尔不俗的服务,让我在海尔的服务中享受着海尔的真诚!

(文文)

精细分级使超微粉体材料身价倍增 浙江丰利高效 涡轮超微分级 机获国家专利

随着我国现代高新技术和战略性新材料产业的迅猛发展,被誉为21世纪新材料的“超微粉体材料”几乎应用于国民经济的所有行业。

国家高新技术企业浙江丰利粉碎设备有限公司在引进吸收消化国际先进粉体设备技术的基础上,采用当今先进的涡轮分级原理,创新研制而成一种高性能、适用性广的新一代超微粉体材料分级机——高效涡轮超微分级机,其核心技术日前获得国家实用新型专利(专利号:2011203875736)。这是该产品获得浙江省科技成果鉴定后的又一殊荣。该机可自由调节产品粒径,分级效果更细,粒径分布均匀,使用寿命长,分级范围广泛,分级精度高,为粉体生产企业提供了一种低到中等硬度超微粉体材料理想的精细分级设备。

该分级机为干式物料空气分级机,拥有多项先进工艺技术: (1) 分级涡轮和与之相连的配套均采用国内首创、国际领先的动态气流密封装置,具有结构合理、分级精确、产品粒度分布范围窄及效率高、能耗低的特点。(2) 分级叶轮的叶片采用特殊高强度耐磨材料,提高了高速运转的稳定性,使得分级粒度更细,使用寿命更长,处理黏性及凝聚性物料时,极大地减少了微粉在出料管中的沉积。(3) 自动化程度高,操作方便。(4) 分级精度高,分级范围广,能在3~150微米之间任意调整产品粒度。带二次进风和高精度涡轮,能获得最细达3微米的细料。使用特殊材料的转子可分级高硬度物料。(5) 占用空间少,易损件少,费用低。(6) 先进的涡轮涡壳设计使其噪音很小,运转非常平稳,振动小。

目前,高效涡轮超微分级机与球磨机、超细机械冲击磨、气流粉碎机及配套或单独设置,广泛应用于化工、医药、食品、非金属矿等行业超微粉体加工中的分粒、除铁、精选等。用户使用证实:普通粉体材料经该机分选出超微细粉体材料即可身价倍增,大大提高产品的附加值和资源利用率,社会效益和经济效益显著。

咨询热线: 0575-83105888、83100888、83185888、83183618
网址: www.zjfengli.com
邮箱: fengli@zjfengli.cn

国药准字H46020636

快克®

复方氨酚烷胺胶囊

请在医生的指导下
购买和使用

海南亚洲制药股份有限公司生产
海南快克药业总经销

苏宁云商将开“云店” 零售企业寻求“转身”

■ 苏雪燕

互联网信息技术日新月异,阿里、京东、亚马逊等电商不断冲击着传统行业,传统企业开始找寻路径以求“华丽转身”。苏宁云商董事长张近东近日向记者表示,今年四季度苏宁将在北上广深开设1.0版的互联网门店,苏宁称其“云店”。

“苏宁正在从传统的零售企业,向一个新型互联网零售企业转型,苏宁要加速拥抱互联网新技术。”张近东说。

张近东是在参加弘毅投资年会时作出上述表示的。张近东说,消费者在“云店”购物可以享受和苏宁易购一致的价格,并通过二维码墙及电子价签寻找更多网店的信息。苏宁的门店未来将向销售、展示、体验、服务等综合功能转变。

90年代创业的苏宁电器,曾经只是单一的线下传统电器连锁经营商。为了适应互联网时代,2009年,苏宁开办线上商城“苏宁易购”。2013年2月“苏宁电器”改名为“苏宁云商”,全面执行“去电器化”战略,开始全品类经营、走“沃尔玛+亚马逊”的模式,定位自己为“店商+电商+零售服务商”,如今又提出开设“云店”。苏宁这些年所走的路线图,勾勒出传统零售企业寻求“华丽转身”的轨迹。

苏宁之所以将自己的转型定位为“沃尔玛+亚马逊”模式,源于苏宁对电商、对传统零售企业优劣的思考。

“零售业有几千年的历史,无论是原始的杂货铺、单体的百货店,还是连锁店、电子商务,零售的本质是要在生产商和消费者之间架起一座快捷、便利的桥梁。而B2C独立电商从目前来看几乎没有盈利的企业。原因



在于,电商没有建立起零售业的核心竞争力,缺少遍布全国的物流能力、商品供应链的经营能力、企业信息化的管理能力,即使通过互联网建立起了销售前台,也不能形成有效的规模零售。”张近东说。

苏宁得出的结论是,电子商务不可能完全替代实体经营,两者之间应该是相互融合、相辅相成的关系。为此,苏宁为自己开出了一剂“药方”:转型为“互联网零售商”,其重点就是O2O(Online To Offline)和开放平台。线下,有集展示、体验、物流、售后服务、休闲社交、市场推广为一体的新型“互联网化”的实体门店;线上,网上销售继续有条不紊地进行。与此同时,整合后台的物流、资金

流、信息流,实现“三流合一”。

根据公开资料,苏宁已在全国300多个城市形成了58个大区级分公司,各大区都拥有完整的配送服务能力,能够覆盖全国3000个县级以上地区。这是苏宁引以为豪的配送物流后台。

分析人士指出,线上、线下的融合,最根本的是价格的“融合”——即价格实现线上、线下的统一。今年6月,苏宁宣布,全国所有苏宁门店、乐购仕门店销售的所有商品将与苏宁易购实现同品同价;9月,苏宁又在北京发布了开放平台战略,并承诺全场正品、费用全免(平台年费、技术服务费、大部分商品的佣金)。

需求。

酿酒,最重要、最应坚守的不过有二——原料和酿造工艺。所谓原料,即是水、粮、曲。而珍贵、纯净的水、粮、曲正是酿造建文坊酒的原料“三绝”。

建文坊选水酿酒的标准极为严格,要求必须是天然纯净无污染、矿物质元素含量丰富而均衡、软硬度适中的地下深井泉水。水是酒之血,粮是酒之肉,曲是酒之骨,除了高标准的水以外,建文坊在粮食和酒曲的选取上亦是从来谨慎用心,从不稍有疏忽。精致而高端的原料构成了建文坊系列酒,以及酒文化的基础,更从源头处保证了酒酿的高品质。

建文坊始终坚持“以糟养窖,以窖养糟”的规律酿“皇酒”。他们一直精巧地调和着酿酒过程中粮、糠、水、糟、温度、窖泥的比例和关系,这是建文坊人日积月累、代代传承下来的经验和必须坚持的准则。酿酒师眼看粮糟,鼻闻酸度,手摸湿度,几分钟就能精确判断出配料是否达到了最佳的程度。他们巧妙调剂酿酒过程中的动态平衡,以保证酿出上乘美酒,其间,有如庖丁解牛之奇、匠人轮扁之妙,经岁月历练、时光打磨,最终留下了无数的酿造绝技——回马上甑、续糟混蒸、分层蒸馏、加回减糠、低温入窖、窖评勾调等等。

记者洞悉其妙,建文坊的酿造技艺是阴阳调和的智慧。阳者为可见之糟、水、糠、窖泥微生物种等有形之物,阴者为不可见者之理、气、神、静。阴阳鼓荡,动而生阳,静而生阴,一动一静,互为其根。建文坊美酒在阴阳和合鼓荡交融之中达到了出神入化的境界。

因而,从原料的源头开始坚守,以酿造绝技为手段,再经过时间的抛光,建文坊最终将上好的原料酿成了入口的珍品——这就是建文坊人几百年来所做的唯一一件事:酿好酒。在传承的数百年间,建文坊系列酒

有评论称,“线上线下同价”是苏宁自我革命的结果,说明苏宁在内部已经实现了真正的思想统一,消除了内耗;同时,“线上线下同价”真正是站在消费者角度考虑的。此外,线上线下实现业务互动和数据共享,苏宁才真正铺了一张O2O的大网。

但这也让苏宁饱受“门店是否还有盈利价值”的质问。对此,张近东一再表示:不会抛弃门店、压缩门店。门店不但是优势资源,还是抢夺O2O主动权的杀手锏。“苏宁现有1600家门店不但不会减少,还会进一步增加,未来,各种形态的苏宁线下门店有望达到3500个。”张近东说。

在布局转向“互联网零售”企业的同时,苏宁在整合“资金流”上也已逐步布局。去年,苏宁斥资3亿元发起设立重庆苏宁小额贷款有限公司,用于解决苏宁供应商的融资难的问题。苏宁认为,这可促进供应链、物流、金融三个环节高效融合,形成面向消费者、供应链的完整的金融服务板块。如今,苏宁又向监管层申请设立民营银行,如果得以申请成功,这将为苏宁的“转身”画上浓墨重彩的一笔。

2012年,苏宁云商实现营业收入983.6亿元,净利润26.82亿元,同比下降了44%;2013年上半年,苏宁营业收入同比增长了17%,但净利润降幅进一步扩大至58.24%,这被普遍解读为苏宁向互联网转型所必须付出的阵痛和代价,但苏宁的转型未来也被大多数人所看好。

在传统零售企业向新型互联网零售集团“转身”的过程中,苏宁能否“破茧成蝶”?让我们拭目以待。

以“绵、甜、净、爽、香”的柔畅风格著称。曾有文人以打油诗的方式称赞建文坊——一杯香露落入口,千粒珍珠滚下喉;三杯入腹浑身爽,一滴沾唇满口香。

坚持:帝王酒进百姓家

建文坊传承到现在,有了一个非常现代的名字:泸州万里飘香酒业有限公司,而建文坊已是一个风雨如磐的佳酿品牌,在社会主义的市场经济时代有了不可动摇的立足之地。

但今天的建文坊并不“高调”。随着宏观政策、市场需求、经营环境等多方面的变化,中国白酒的消费群体也随之发生变化。市场上许多品牌为在如火如荼的竞争中争得一席之地,都为自己的产品定位为高端,然而,在建文坊人看来,做酒类产品,最重要的是货真价实、有益于人的身心,一如鼻祖陈富,秉持宽容善良之心,乐于救济他人,才能与建文帝结缘,成就了“建文坊”百年老号。因此,万里飘香决策层综合分析市场,准确定位,着力于将建文坊系列酒打造成价廉物美、品质卓越的百姓佳酿,并以此作为企业的发展理念,将建文坊白酒挤去泡沫、发力中低端产品,广泛推动百姓宴酒和婚庆用酒消费,实施微量顺价的营销策略,以建文坊的品牌建设为根基,确立未来发展趋势。

不汲汲于暴利,不精心于机巧,建文坊一如既往地坚守和看重的是其最单纯的初衷——为平常人酿好酒,这也是六百年来,建文坊传承的一种纯粹、朴实的酒文化。

旧时王谢堂前燕,飞入寻常百姓家。

记者认为,泸州万里飘香酒业有限公司在物欲横流的今天,坚持不借皇酒投机市场,而以好酒取向于百姓消费,具有持之以恒的品格与操守,又与目前力反奢靡的国策契合,前景无限,令人叹服。

专利拍卖招商公告

受专利权人委托,北京金槌宝成国际拍卖有限公司将对下述专利权进行拍卖,欢迎报名参与竞买。详情可查阅我公司网站www.jebcpm.com,或致电010-57110083索取详细资料。

1.一种电子控制飘浮伞(ZL201220626292.6)

本专利是以充氮气为主可以漂浮在人的头上部,无需用手支撑自动跟随,主要有充气伞面、支撑折叠式伞骨、针筒式活塞(收纳推出气囊室)、灯、音、布壮发电、手拉绳、冷热转换器、蓝牙信号支持、无线牵引感应器,市场广阔、利润巨大。

2.仰卧方便床(ZL20120098226.6)

本发明专为生活不能自理的老人和病人设计,使用时可呈50°仰坐姿态大小便或看电视、书写、吃饭等,符合人体的生理和心理习惯,方便生活有利健康。适用医院、特护康复中心、残疾人护理院、家庭等处使用,市场前景广阔。

3.弓弩式船用抛缆器(ZL201220392586.7)

该抛缆器体积小,不用弹药,生产成本低,便于携带,安全性能强,可反复使用,使用时不受环境的影响;该抛缆器不仅可方

便各类船只抛缆使用,而且货船在远航时,为了制止海盗和歹徒,必要时还可作为防卫武器备用,适合在大、中、小各类船只上配备使用。

4.正多边形专用圆规(ZL201220407828.5)

本专利在普通圆规的基础上进行改造,可做任意正多边形,可度量圆周弧线长度,实现了弧线与直线之间的等量代换,填补了利用轮轴滚动度量距离在几何作图上的空白,构思巧妙,设计简单,使用方便,作图证明通俗易懂。

5.多功能热普治疗仪(ZL201220172141.8)

该治疗仪包括主电气电路部和操作部,操作部配置有针对不同病灶治疗的靶头,与主电气电路部相互配合,增强了靶头功率的可调范围,操作简单,功能多,性能可靠,减少用户购买设备的经济负担。

6.一种烟气逆转式节能保温炉(ZL201220753148.9)

本专利包括炉身、炉身上端的面板以及炉芯。燃煤燃烧后,高温烟气可进入主烟管排走,也可进入副烟管至保温箱,再循环至主烟管排走,烟气的热量被充分吸收,结

构简单,热能利用率高,节能环保。

7.一种烟草打包装置(ZL201220710405.0)

该装置在使用时对烟草堆整体的压缩面积大,可将需要打包的烟草、棉花、纸页等蓬松物较快的压缩成预定的规格后进行打包,提高了储存空间的利用,更加利于物流运输和仓储,具有广阔的市场前景和巨大的经济价值。

8.一种不充气轮胎(ZL201220707826.8)

本发明免充气不存在爆胎情况,结构轻便,拆解安装方便,使用寿命长,安全性能好,每个零部件损坏都可以单独更换,可减少橡胶使用量从而达到环保节能循环利用的目的。

9.一种内置于易拉罐的方便、卫生吸管(ZL201220468997.X)

本专利包括罐口扣、固定环、外管和内管,设计合理、结构简单、方便、卫生、成本低,可广泛应用和推广,适用于所有包装饮料用的易拉罐,具有广阔的市场前景和巨大的经济价值。

10.水火箭发射装置(ZL201320001190.X)

本专利应用践行寓学于运动快乐,提高了安全性,让师生通过观察发射过程质量的优劣,反映学生设计与动手操作水平,有助于人们理解火箭发射原理及相关物理知识,有利于青少年智力发展和身心健康,可操作性很强,容易普及推广,市场前景十分可观。

11.一种浴刷(ZL201320093660.X)

本专利包括盒体及搓澡件,洗浴时将浴液或盐奶置入盒体,通过盒体上设置的通道,使浴液或盐奶流出,渗透搓澡海绵或搓澡巾外表面,便可以使用浴刷在搓澡去掉死皮的同时利用浴液或盐奶清洁保护皮肤。

12.一种带粘性贴纸的真空吸盘挂钩(ZL201220584959.0)

本专利对比现有的吸盘挂钩/强力吸盘挂钩(吸盘有带胶盖),可以提供更强的承重力度和更可靠的真空密封条件,使吸盘有更大的承重力 and 更不易脱落。

13.水面发电机组(ZL2013200214105)

本实用新型在蓄水设施当中立有一中心桩,中心桩两边分别安装有阳浮子和阴浮子,结构简单,操作方便,发电效率高,没有任何环境污染,可应用于多种场合。