

# 始终坚持将食品安全放首位 伍田食品展示食博会受青睐



伍田食品展出吸引了广大客商的眼球

■ 本报记者 何沙洲 特约记者 王辉

在由国家商务部、四川省人民政府联合主办的第九届中国食品博览会上，展示出的数万种国际国内各类美食，令前往参会的食品界生产商、零售商、批发商、代理商、餐饮业、进出口商及采购商为之陶醉。成都伍田食品公司展出的黑牦牛肉、手撕牦牛肉、牦牛肉粒等几大代表性产品，仍是来自全国的客商和消费者们的大爱，吸引了他们停步、观看、品尝、交谈……

日前在成都世纪城新会展中心举办第九届中国食品博览会期间，食品安全领域的年度盛会——中国食品安全年会也首次移师成都在新会展中心举办。安全年会以“确保食品安全、构建和谐社会”为主题，旨在探寻食品安全保障措施，构建食品安全行业联盟，形成科学合理的高效机制，铸造一张集预警、检测、快速反应于一体的全国食品安全防护网，全面动员社会各方力量，社会共治，营造良好的竞争及消费环境，同心携手维护食品安全。而本届食博会在总结前八届经验的基础上，

办展水平大幅提升，参展国家数量不断增加，众多龙头名企纷至沓来，专业化、国际化水平再上新台阶，配套活动更加注重实效，全力为参展企业打造良好的合作交流平台。

据了解，通过食品安全年会和食品博览会的互动，目的是进一步提升各界食品安全意识，提高我国食品安全水平。为此，食博会专设了“食品安全示范展区”，全面展示食品安全示范方面的龙头企业形象。伍田食品公司作为“全国行业质量示范企业”、“四川省优秀农产品加工企业”、“四川省农业产业化经营重点龙头企业”、“中国肉类工业 50 强企业”应邀参会示范展示，展出了公司的黑牦牛肉、手撕牦牛肉、牦牛肉粒等公司的几大代表性产品，即以产品的品质、以产品的差异化、以产品的品牌内涵吸引了广大客商的眼球。纷纷前来品尝，多位客商还表达了合作意向。

“这是伍田食品连续第二年参加盛会了，通过新产品的展示，不仅让消费者看到了伍田的不断成长进步，更进一步向消费者宣达了伍田坚持做放心食品，把食品安全始终放在首位的经营理念，更有效提升了伍田公司的品牌形象和品牌地位，为后续经营奠定了良好的市场基础。”伍田公司营销负责人陈叶告诉记者，伍田坚持公司总经理范正海在业界倡导的“做产品凭良心，让经销商安心，让消费者吃了放心”的“三心”经营理念，此次展示，目的就是更好地为合作者和消费者提供更好的产品、服务和价值。

## 红岩汽车直营店在上海浦东隆重开业



为迎接上海自由贸易区成立带来的新一轮商机，加大拓展华东地区重卡市场力度，近日，上汽依维柯红岩商用车有限公司红岩汽车直营店在上海浦东开发区曼卡(上海)汽贸有限公司隆重开业。

在开业仪式上，上汽依维柯红岩华东大区总经理汤长国表示：浦东是我国华东地区重要的物流集散地，它辐射外高桥保税区、外

高桥物流园区，是重要的集装箱卡车运输基地。上汽依维柯红岩以前几家经销商都集中在宝山区，这次曼卡直营店在浦东开业能更好地把握自贸区商机，全面展示红岩汽车产品，解决用户购车及售后服务，使用户买得称心、用得放心，促进华东市场的全面拓展。

曼卡(上海)汽贸有限公司总经理单同新表示：红岩杰狮是一款美观、经济、高效的重



卡产品，非常适合华东地区物流运输需要，曼卡公司将从人员、资金、配件上狠下功夫，围绕用户需求全面展开工作，本着用户利益第一的思想，全方位为物流运输提供一流的解决方案。

仪式现场，与会的物流企业代表签订了 14 台红岩杰狮牵引车的购买合同。

(林勇)

## 沃尔沃 S60/XC60 获美国 IIHS 前防撞系统测试最高评级

近日，美国公路安全保险协会(IIHS)引入了全新测试项目以评定汽车的前防撞系统。沃尔沃汽车参与测试的 S60 和 XC60 车型均表现优异，双双获得最高评级，再一次凸显了沃尔沃在汽车安全领域的领导地位。

IIHS 的这一全新评价系统通过两个项目来测试追尾撞击，一个测试时速为 20 km/h (12 mph)，另一个测试时速为 40 km/h (25 mph)。此外，该评价系统还对车辆的前方碰撞预警效果进行了测试。

本次参与测试的共有 74 辆量产车型，最终获得最高评级的仅有 7 辆，占据两个席位的沃尔沃无疑是最大的赢家之一。而且，沃尔沃是所有参与测试的品牌中，唯一将具备中低速防撞功能的安全配置——City Safety 城市安全系统标配于旗下新款全车系的品牌。

“我们很高兴看到权威机构关注主动安全技术并投入测试。”沃尔沃汽车集团高级安全顾

问 Thomas Broberg 表示，“这可以使消费者更加深入地感受自动刹车系统的优势，并有助这项技术的应用与推广。”

### 安全不打折 City Safety 新款全车型标配

安全是沃尔沃自创建之初便始终秉承的立身之本，86 年来，每一辆沃尔沃汽车在安全领域都经得起考验。目前，沃尔沃所有在售的新款车型都标配了 IIHS 测试中使用的具备中低速防撞功能的 City Safety 城市安全系统。大部分车型还搭载了国内领先的带全力自动刹车的行人和自行车探测系统，这些安全科技有效地降低了行驶中发生碰撞的几率。

Thomas Broberg 说：“IIHS 主要针对两种情况进行了模拟测试，而且都是前方车辆静

止时的情况。而沃尔沃 City Safety 城市安全系统适用于更广泛的实际情况，无论前方车辆是动是静，我们都可以保护同向的车辆、行人和骑车人。”

目前为止，沃尔沃在全球已经卖出超过 100 万辆带自动刹车系统的汽车。在未来，沃尔沃将继续开发扩展这一系统，并实现夜间行人探测以及动物探测等进阶功能。

### 目标“零碰撞” 自动刹车已降低 23%追尾事故

据之前的 IIHS/HLDI(美国公路损失数据学会)报告显示，现在已有大量的数据可以证明沃尔沃独创的 City Safety 城市安全系统为车主带来了有效的保护。报告还指出，City Safety 城市安全系统将车辆的碰撞几率降低了 20%。而来自瑞典汽车保险业的数据也表



来宾一双双地看康奈设计的新款

## “全感舒适”全新亮相 康奈参加上海国际皮革展获好评

■ 本报记者 沙戈 通讯员 王滨 龙进

9 月在上海新国际博览中心举行的中国国际皮革展会上，康奈推出了“D6 全感舒适”概念鞋，进一步阐释了“每一步都是享受”的品牌理念，引起各方关注。

此次康奈展厅设计的主题是以“D6 全感舒适”为灵感，整体重在打造全感舒适体验的氛围。灰白三角形构图的橱窗，错落有致的高低展台，配以品牌形象代言人陈坤新加坡舒适之旅的形象广告，走进展馆的来宾尽享尊贵、舒适体验。工作人员称，虽然此次只有 25 个新款参展，但每一款无论从做工还是款式上，都经得起最严苛的检验，很多客人过来，都是一双双地拿在手里看完才

走。

据悉，康奈所谓“D6 全感舒适”体验，即通过加强品牌的门店形象提升顾客悦目形象感；提高店内体验来提升消费者舒畅选购感；用精致服务创造温馨客至感；提高产品品质创造高端品质感；用日常穿着舒适随享感和忠诚依赖的舒心信赖感来全方位提升消费者对康奈品牌的认知。此次参展的“全感舒适”概念鞋融入了悦爽、清氧、轻盈、舒踏、优切、劲柔等六大制鞋技术。

康奈首次在大型展会上推出“全感舒适”概念鞋，引起众多媒体关注。有媒体评论道：康奈经过 33 年的积淀与发展，塑造了好品质形象，此次提出“全感舒适”概念，是康奈品牌理念的一次升华。

## 河南、江苏两省三地 30 名新浪“鸭粉”走进华英

■ 本报记者 李代广

金秋时节，丹桂飘香。

9 月 14 日—15 日，来自江苏南京、河南郑州、信阳等两省三地的 30 名新浪网友齐聚潢川县，共同开启新浪“鸭粉”走进华英活动。这些网友均是微博活跃份子，是美食达人，亦是华英美食的忠实追随者，自诩为“鸭粉”。

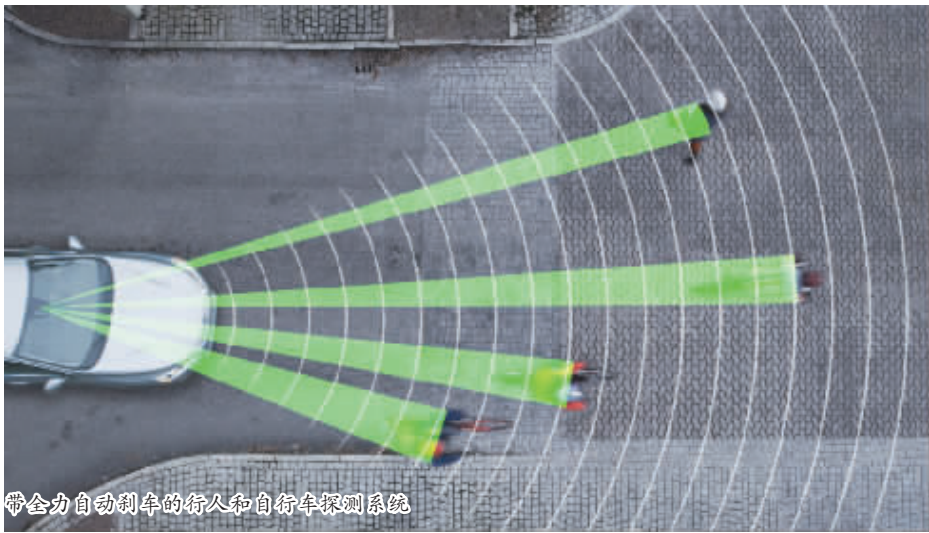
9 月 14 日下午 3 点，网友们第一站到达华英集团种鸭孵化五厂，刚孵化出的毛茸茸的小鸭子让网友们爱不释手，大家与这些小鸭子进行了一次近距离的亲密接触。随后，网友们在参观了华姿雪羽绒公司后来到了鸭血生产车间，这是本次走进华英的一个重要环节。在鸭血生产车间门外，所有人都从头到脚换上了全套的工作服，并经过了严格的卫生消毒程序后才进入车间。在车间内，网友们一边参观，一边听着讲解员介绍华英鸭血的生产过程，并不时的询问区别华英鸭血与其他鸭血的方法。来自南京的网友说：“我们南京人一向爱吃鸭产品，吃鸭血更

是只吃华英鸭血，今天终于让我看到了华英鸭血的生产过程，真是大开眼界啊！今后我们吃得会更安心。”

从鸭血车间出来后，网友们又相继参观了食品公司、污水处理站以及加工三厂，每到一处，大家都被华英先进的生产工艺和严格的管控措施所折服，纷纷举起手中的相机拍摄，并不停地用手机发微博，新浪河南官方微博也全程进行了直播。

参观结束后，网友们来到加工三厂会议室进行了座谈。公司副总经理胡奎代表华英致欢迎辞，他首先向各位网友的到来表示欢迎，并向大家简单介绍了华英的发展概况，最后他希望广大网友用热情的笔墨和多彩的镜头向外界宣传华英。在接下来的座谈中，公司相关部门负责人就网友的提问做出了解答，双方交流热烈，气氛融洽。座谈结束后，网友们在华英厂区前集体合影留念。

9 月 15 日，网友们又集体游览了潢川黄国故城和信阳南湾湖，大家品南湾鱼头，赏信阳美景，high 翻了信阳之旅。



带全力自动刹车的行人和自行车探测系统

明搭载 City Safety 的沃尔沃汽车追尾碰撞率降低了 23%。

通过研究 IIHS 测试结果，汽车保险行业则表示，沃尔沃 City Safety 城市安全系统降低了 33% 的人身伤害赔偿，与此同时，财产损失赔偿降低了 15%。

Thomas Broberg 说：“在过去的几年里，

乘坐沃尔沃汽车发生事故受伤的风险一直在稳步降低。通过不断开发及拓展主动智能安全技术，沃尔沃正在向 2020 年‘零伤亡’的宏伟目标不断迈进，我们的长期愿景是制造不会发生碰撞的汽车，为车主带来安全的交通环境。”

(田媛)

## 中国重汽在“第六届全国售后服务评价活动”揽获多项大奖

■ 李磊

近日，由“中国商业联合会”、“中国保护消费者基金会”、“全国商品售后服务评价委员会”三方举办的“第六届全国售后服务评价活动”圆满结束。中国重汽集团有限公司荣获“全国售后服务功勋企业奖”、“全国售后服务十佳单位”两项大奖，中国重型汽车集团销售部副总经理刘志杰荣获“全国售后服务特殊贡献人物”荣誉称号。

全国售后服务评价大会是国内售后服务领域最权威、最具影响力的的大会之一。中国重汽能在此次大会中荣获多项大奖，是对中国重汽售后服务的充分肯定。一直以来，中国重汽一直秉承着“亲人”服务的理念，打造“亲人”服务品牌。中国重汽用户服务中心作为中国重汽的售后服务的职能部门，更是在售后服务方面不断的创新和努力。

伴随着国家汽车产业发展政策的调整，我国汽车产业进入健康、持续、快速发展的

轨道。在汽车工业大发展的同时，汽车消费主体日益多元化，广大消费者对高质量的汽车售后服务渴求日益凸现，汽车厂商围绕提升售后服务质量的竞争已展开，市场竞争从产品、广告层面提升到服务层面，这些发展和变化对汽车企业的售后服务能力提出了挑战。重卡行业做为汽车工业里一个特殊的板块，由于其特殊性，所以对售后服务的要求更高。

2012 年，重卡行业产销量全面缩水，形

势十分严峻。重卡行业随着市场需求的逐步饱和以及产品同质化现象的日益突出，各商用车企纷纷将目光投向售后，角力服务市场，以期提升市场竞争力。2012 年，中国重汽销售部用户服务中心面对着市场严峻的形势，更加注重在售后服务上做文章。通过大胆创新，不断地增强其自身服务质量，提升“亲人”服务品牌的市场影响力。

2013 年以来，伴随着新产品 T7H、T5G 的投入市场，用户服务中心为适应市场，不

断积极求变：实行服务站分级管理，加强服务站的综合能力；实行配备件条码管理，严格控制配备件的质量；加大服务站资质人员的培训力度，以加强服务站维修人员、鉴定人员的综合素质。正是不断地改革售后服务体制，才使得中国重汽在过去一年的时间里取得了一定的成绩。