

物业服务或成营销新法宝

近年来，物业管理越来越受到广大购房者的关注，因此也越来越受到品牌房地产开发企业的重视，物业管理水平的高低将成为消费者购房的重要取舍标准。记者了解到，业内外埠知名品牌如万科、恒大、金地、龙湖、金科、西安本土品牌如经发、高科等物业服务堪称行业内典范。仔细分析发现，这些企业之所以市场销量较好，除产品质量过硬之外，更重要的是他们量化的物业服务，让购买其产品的业主对于自己将来入住后能享受到怎样的服务一目了然。

好物业 已成为选房关键

很长时间以来，地段、房价及房屋质量是购房者在看房时的最为关键的三个因素，地段代表升值空间，房价代表购买力，房屋质量代表建筑质量，这三大要素考察的，是一个商业住宅的基础综合价值。随着房地产行业产品的不断升级，房地产普遍重视这三大要素，产品的差异化也逐渐弱化，如今，房地产已经渐渐转变为买方市场，产品质量出现同质化，在这样的市场情况下，房子售出后的系列服务不亚于生产、销售的重要性，已经成为地产业的竞争制胜法宝。

近年来，随着西安房地产市场的快速发展，住宅质量和档次的一进步提高，人们对物业服务 的认识水平和质量要求也随之水涨船高，消费者的购房观念也日趋理性，居住要求更加独立，对居住品质的要求不断提高，不仅需要高品质的住房，更需要高品质的全程服务和后期的物业管理。他们认为，现在的房地产市场就如以前的家电市场，消费者的消费理念已经逐步从“买产品”转变到了“买服务”，物业服务的好坏已成为购房者最终下定

体育营销贵在持续

不久前,WTA 总决赛战罢,李娜收获亚军,弥补了国庆节长假期间,在北京的中网比赛中李娜惜败科娃的遗憾。越来越多的企业家认识到,体育是个好产业,但要和经济“联姻”,赛场算终端,是个宣传的好手段。于是产生了体育营销。

在家居行业里，体育营销做得风生水起的当数业之峰装饰集团，早在 2011 年，业之峰瞄准了李娜的加入、中网新场馆的启用及国庆黄金周的绝佳时机，成为“中网唯一指定装修供应商”。对赞助项目缺乏长期的规划和经营，短视行为严重，是中国企业的软肋。然后，业之峰从连续举办五届北京高校 EMBA 网球团体邀请赛，到连续三年为中网提供装修服务，再到开启中国将军队高尔夫邀请赛，董事长挂帅，全员行动，贯彻执行到位，真正把体育赞助、打造自身品牌成为公司战略实施的一部分。

投入后的产出有哪些？答案是：就读 EMBA 的企业人士找这家公司装修的多了；越来越多的高端客户关注这个品牌了；装饰公司的单值越来越大了。

试水体育营销，给企业的建议就是，首先要看赛事是否适合目标消费群体。其次要考虑体育赞助项目与品牌定位，产品特性是否相符。再次要评估赛事是否被普遍认同，且处上升趋势。最后，体育赞助不是昙花一现的短期行为，需要长期、持续性的战略规划。（黄兰）

河南煤监局 纪检组长陈滨到永煤集团调研

本报讯 为扎实开展党的群众路线教育实践活动，进一步转变思想观念和工作作风，2013 年 10 月 23 日，河南煤矿安全监察局党组成员、纪检组长陈滨，纪检监察室主任丁守军一行 2 人在豫东监察分局局长张法民的陪同下，到永煤集团公司城郊煤矿开展调研。

在城郊煤矿调研活动过程中，陈滨先听取了城郊煤矿近期安全生产工作汇报，并与职工进行座谈交流。然后，陈滨纪检组长带领督导组 成员和豫东监察分局监察员深入井下到综采工作面现场监察。升井后，陈滨纪检组长一行来到城郊煤矿调度室，详细询问了城郊煤矿井下作业人员数量，查看了井下作业人员定位系统和瓦斯监控系统的运行情况，对城郊煤矿信息化建设给予了肯定。

陈滨在调研活动中对城郊煤矿近年来的安全生产工作给予了充分的肯定，并指出城郊煤矿无论从产量还是从安全管理水平来说在河南省都是名列前茅，但仍然要注重现场管理，认真学习贯彻上级文件精神，做到勤学习、常学习，把日常工作同上级要求结合起来，做到有的放矢，真正把 工作落到实处。针对城郊煤矿井型大、产量高、井下作业地点多、作战线长的情况，陈滨指出，城郊煤矿一定要做好劳动定员核定工作，合理布置采掘头面，按照实际劳动需要核定作业人数，严把井口人员核准，避免超员。

（本报记者 任二敏）



的关键因素。

“好产品 + 好物业” 方可制胜

业内人士更指出，房子是“三分建，七分管”，虽然地段、楼盘的硬件设施很重要，但各种生活配套也是决定物业价值的最主要因素之一，更受业主们的重视。众所周知，房屋作为一种特殊的商品，它同样遵循商品营销的一般规律，经历了市场定位、产品设计、施工与工程管理、销售及售后服务等环节，各环节的品质，除了影响楼盘的销售业绩外，还影响到开发商的品牌与市场信誉，从而影响了开发商的市场地位和竞争能力。

熟悉房地产市场发展的人都知道，第一阶段开发商盖什么楼盘，市场就买什么楼盘；第二阶段，市场需要什么楼盘，开发商就盖什么楼盘；第三阶段，也就是目前的市场阶段，表现为在市场细分的基础上，开发商根据市场需要，提供有附加值及售后服务的产品品质。

一组来自权威研究机构的数据显示：争取一个新客户的成本是保住一个老客户所花费的 7 倍；一个企业只要比以往多留住 5% 的老客户，则利润可增加 25% 以上；向一个新客户推销产品的成功率是 15%，而对一个老客户而言差不多能达到 50% 以上。因此，真正能够获得市场热捧的开发企业，一定是拥有了极具竞争力的高品质产品，外加可为其提供超高附加值的物业服务，只有具备了这两个大的关键因素方可制胜市场，取得较好的销售业绩。

注重服务 品牌房企面面观

随着物业服务行业和社会经济快速发展，业主对居住环境和社区文化建设的要求也日益提高。今年 6 月 28 日，中国指数研究院发布了“2013 中国物业服务百强企业研究报告”，入围“2013 中国物业服务百强企业服务质量 TOP10”的企业，有绿城物业、金地物业、万科物业、重庆金科物业等 10 个品牌物

管公司。记者了解到，在业内较为知名的公司还有戴德梁行、锦园物业、中海物业、龙湖物业、恒大物业，在西安本地服务质量较高，口碑较好的还有经发物业、紫薇物业、高科物业等多个知名物管公司。

采访中记者了解到，2004 年成立的经发物业，现已拥有国家一级资质、质量服务信誉 AAA 级单位，在经发地产城北白桦林居小区，70 万平米的小区划分为 6 个责任区，实施“客服经理负责制”，每人管理一个区域。这一管，包括了区域内保洁、维修、秩序维护，还包括照顾孤寡老人、寒暑假提醒父母对孩子的安全监护……在白桦林间项目，在每个单元楼下设立的楼宇管家，负责监控系统及设备巡查等安防服务，并为业主代理订餐、预约家政、维修受理等物业服务。为了业主方便，楼宇管家还担负起代订桶装水、报刊、票务等生活代理服务，医药箱、工具箱、雨伞、购物车等物品的借用服务。

10 月 23 日，在地金集团“云服务”发布会上记者了解到，“云服务”是金地集团基础物业服务之外的增值服务体系的总称，包括“云”居家、“云”教育、“云”健康、“云”商旅、“云”消费、“云”公益等 6 大类别 18 项服务，这一服务将各区域、城市、项目的资源进行统一整合和管理，构成一个服务资源池，业主可享受“云服务”提供的所有资源和所需各项服务。

今年对于西安购房者而言，另一个好消息传来，金科地产高调进军西安。金科因为其卓越的产品受到业界和业主的广泛认可，更重要的一点是金科物业，成立于 1998 年的金科物业，早在 2008 年时就荣获“中国物业服务质量全国第一”的美誉，这次金科地产的到来，西安购房者将有机会零距离地感受知名品牌房企的一流产品与服务。（周军）

一个薄煤层老矿的“春天”——兖矿集团北宿矿积极筹备转龙湾煤矿承包运营工作纪略

北宿矿是山东兖矿集团目前唯一一对薄煤层矿井，至今已有 37 年的开采历史。近年来，北宿矿通过有序实施薄煤层充填、综合机械化开采等攻关项目，为公司本部薄煤层矿井转型战略进行了有益的尝试，但终究无法回避老矿井资源枯竭、产能逐步下降、难以持续发展的现实，矿井的发展似乎进入了漫长的“寒冬”，面对生存、发展的难题，怎么办？

早走早主动，晚走就被动

北宿矿于 1976 年建成投产，由于受技术条件的限制，现在来看设备实施老化，已经不能适应现代机械化大生产的需要；同时经过 37 年的开采，现在除了“三下”压煤，所剩的储量还有 300 多万吨，如果按照一年 100 万吨的生产能力去组织的话，三年以后北宿矿将面临无煤可采的困境。

可采储量已经枯竭、经济效益逐年下滑、煤炭销售不容乐观、发展包袱越来越重，可持续发展问题如不尽快解决，北宿矿将面临无煤可采、无炭可卖、无钱可挣、无路可走的窘迫局面。这是事关全矿职工家属未来生计的大问题，每一名职工对此也有切身感受。该矿运搬工区职工张林告诉记者：“我在这工作五年多了吧，从工作到现在第一次真正感觉到我们煤矿面临的形势不太好，压力也比较大，第一次自己切身感受到，北宿煤矿资源已经枯竭，亏损也比较严重。不走出去对外开发，真是没有别的好办法。”

“山重水复疑无路，柳暗花明又一村”。正当北宿煤矿举步维艰之际，集团公司审时度势、高瞻远瞩，果断做出本部矿井对口承包外部开发矿井的重要决定。8 月中旬，集团公司总经理、党委副书记李希勇在鄂尔多斯能化公司调研期间明确指出，要采取市场化模式实施对外开发政策，实现本部产业和人员有序转移，并确定由北宿煤矿承包经营转龙湾煤矿。“一子落定满盘皆活”，作为响应集团公司号召第一批“走出去”的矿井，北宿煤矿已经抢占了先机，掌握了主动权。

该矿负责人表示：“集团公司做出的这个决定意义重大，解决了我们老矿资源缺少的问题，人员将往哪里去的问题。作为资源即将枯竭的老矿，早晚都得走，晚走不如早走，早走就能早争得一份主动。集团公司把这个重任交给我们，应该说这是对我们北宿矿最大的关心，也是对我们一个极大的鼓舞。这也意味着北宿矿即将走出发展的‘寒冬期’，迎来一个充满生机和活力的‘春天’！”

人心齐，泰山移

集团公司已经决定由北宿矿承包运营转龙湾煤矿，这个矿的职工对这件事是怎么看的呢？

该矿通风工区职工李冬认为，北宿矿的发展遇到了瓶颈期，但是这种瓶颈期并不是不能突破的，对外开发就是一个突破这种瓶颈期的最好的办法之一。采煤三区职工韦中成说：“企业的发展决定个人的前途，作为我们青年人来说，应该服从大局，如果继续留



在 北宿矿，不论是对个人发展还是矿上缓解发展压力等方面都是不利的，走出去是对自己、对企业双赢的一个好路子。”

为了统一大家的思想，提高干部干部职工对承包运营工作重要性的认识，这个矿通过召开外部开发实地考察汇报会、制定下发宣传提纲等形式，将思想发动和形势任务教育有机结合，把矿井面临的形势、承包运营外部矿井的重要性、紧迫性讲清讲透，确保干部职工队伍稳定，人心齐，干劲足，积极营造“全矿总动员”的浓厚氛围。以承包经营外部矿井为契机，深入开展解放思想大讨论活动，认真查找、逐步解决在思想观念、工作作风、精神状态、企业发展等方面存在的问题和差距，同时继续积极稳妥地做好本部矿井各项工作，做到外部承包和本部管理两不误、两促进、两提高。

“现在干部职工的认识思想还是比较统一的，特别是我们采煤一线的职工，可以说个个摩拳擦掌，都做好了准备，将来去转龙湾煤矿。我们矿上也将采取把最精干的力量最优秀的人员选送到转龙湾煤矿。”该矿负责人这样告诉记者。

同时，为做好承包转龙湾煤矿的前期准备工作，8 月中旬，北宿矿管理技术人员一行九人历时 8 天，详细考察了转龙湾煤矿及其周边的七个矿井。考察归来，北宿矿副总工程师刘万仓这样表述他的感受：“储量大、产量高、效率高、成本低、效益好，是我对转龙湾煤矿的初步认识。我认为，对接转龙湾煤矿为那些想干事、会干事、能干事的北宿人搭建了广阔平台。北宿煤矿多年来在安全管理、生产经营方面积累下来的好经验、好做法同时也可传承到资源丰富、现代化程度高的转龙湾煤矿。”

不打无准备之仗

北宿矿党政清醒认识到，从 100 万吨薄煤层矿井到 500 万吨厚煤层现代化矿井，绝不仅仅是量的增加，更是质的飞跃。困难与机遇并存，机会永远是留给有准备的人。为此，北宿矿从基础管理入手，在思想准备、人员配备、管理机制、后勤保障上做好超前准

备工作，放手一搏。

记者从北宿矿相关部门了解到，根据集团公司统一部署，北宿矿目前承包运营定员方案已经确定，初步打算 是设立一个综采工区、一个综掘工区，井下另外有一个生产服务工区，地面有一个地面服务工区。随着工作的进一步深入再进行细化。

9 月 3 日，北宿煤矿安监处副处长刘祥爱带领 7 人先遣小组，到达转龙湾煤矿，分布到三个专业科室，提前介入和熟悉矿井开发建设工作。一个多月以来，他们全心融入现场工作，熟悉规程措施，参与基本建设、安全管理、工程质量监督等，为将来顺利对接做好前期工作。

刘祥爱认为，从薄煤层到厚煤层的跨越，职工队伍综采综掘技能素质是关键中的关键。他说：“北宿矿是薄煤层矿井，这些年采用的工艺大体上就是打眼放炮，将来转龙湾煤矿是机械化大生产，有了现代化的设备，还需要现代化的人去驾驭，所以说我们前期一定把人员培训到位，像采煤机司机、井下电钳工，这是将来驾驭转龙湾现代化设备两个比较关键的工种，我们将抽调专人送出去，到我们本部的老大哥矿井去学习。我认为通过这半年的时间，到现场跟班，通过理论学习，应该说为我们将来驾驭现代化的设备打下一个坚实基础。”

为了做好此项工作，北宿矿按照精干高效的原则，本着“年轻化、知识化、一专多能”的原则，重点岗位通过考试竞聘优中选优，全面组建承包经营队伍。采取“走出去、请进来”的方式，开展多层次、全方位的培训，突出抓好厚煤层综采、综掘人员技术培训 工作，努力打造一支“召之即来、来之能战、战之能胜”的高素质人才队伍。近期这个矿选拔地面生产工作人员 20 人即将开赴转龙湾，同时选聘生产管理技术人员及部分特殊工种 78 人脱产参加培训，为下一步顺利开展工作奠定基础。

北宿矿负责人同时表示，将统筹抓好对外开发职工的班车通勤、休假探亲、餐饮住宿、医疗保健、身心健康等各方面工作，努力把转龙湾煤矿打造成集团公司和北宿煤矿新的经济增长点。（张兴茂 徐继军）



借力马拉松 游戏产业试水“正能量营销”

网络游戏被视为洪水猛兽的观念正在刷新中，因为在刚刚落幕的 2013 北京国际马拉松赛中，网络游戏忽然成为了正能量的传播者。记者了解到，在今年的北马阵营里出现了一股网络新势力，首次尝试与传统大型体育赛事合作的腾讯《英雄联盟》组成的方阵引来业界的关注。腾讯方面表示，奥运冠军、中国国家男子体操队长陈一冰与明星战队、专业解说、cosplay 选手、忠实玩家等一起组成“英雄联盟”百人方阵参与北京马拉松盛事。他们以自己的方式，与 3 万名跑者一起向全世界展示新一代玩家健康阳光的形象，以实际行动传递电竞的正能量。

据记者观察，热门游戏牵手国际赛事可谓凤毛麟角。《英雄联盟》此番借力马拉松，不仅是当下最流行的娱乐生活方式与最传统的体育竞技项目的首次触电，同时也巧妙地诠释“英雄，去超越”之于北京马拉松的精神内涵。

“游戏玩家更多是宅男宅女，看似与健康 的户外运动格格不入，而各路网游也难以跳出传统 的做法，大多停留在比拼新潮好玩、装备、人气等浅层面。”战国策行业首席分析师杨群认为，很多人怕玩物丧志，也让网游陷入尴尬境地。实际上，要给游戏正名，根本上在于如何挖掘正面价值。他认为，热门网游结缘马拉松等国际赛事，是电竞与传统竞技的一次开创性尝试，以陈一冰为“超越大使”的方阵，将游戏品牌及其所倡导的“超越”精神再次推向大众主流文化的视野中，似乎已经超越电子游戏的范畴。

在杨群看来，游戏产业这盘棋完全可以 把不畏挑战的体育精神传递给更多的游戏玩家，由负面形象向正面转化，把游戏也作为传播文化的一种途径。他认为，“正能量营销”会成为这个行业的新趋势。（南方都市报）

羚锐正山堂养生信阳红红茶精彩亮相 第八届中国国际茶博会

10 月 17 日-20 日，由河南省农业厅、河南省茶文化研究会、河南省茶叶商会、河南省茶叶协会联合主办的第八届中国（郑州）国际茶业博览会，在河南省省会郑州中原国际博览中心举行。河南羚锐正山堂养生茶股份有限公司应邀出席博览会，其红茶在博览会上得到精彩展示。期间，河南省人大原副主任、河南省茶文化研究会会长亢崇仁，信阳市政府副市长郑志强，信阳市政府副秘书长、市茶办主任魏勇，信阳市茶办副主任张企谦等领导出席博览会开幕式，并莅临羚锐正山堂展位，品鉴养生信阳红红茶。

从 2007 年起，中国（郑州）国际茶业博览会已成功举办了七届，展位数量多，参展品类全，举办活动内容丰富，已成为广大茶企展示企业形象，宣传企业文化和产品的重要舞台，成为茶企占领中原市场，辐射拓展华东、华北、西北市场的桥梁和纽带，为广大茶人交流与合作提供了良好的平台，被誉为中国中部地区最具规模、最具影响力、规格最高的茶文化及茶产业合作交流盛会。

本届茶业博览会 有来自国内外数百家企业参展。河南羚锐正山堂养生茶股份有限公司的展厅布置新颖、美观，既体现了信阳茶乡风貌，又彰显了茶企业独特的个性。活动期间，羚锐正山堂养生信阳红股份有限公司展销了自己的“养生信阳红”系列产品，并发放了企业宣传画册。

茶博会期间，羚锐正山堂养生信阳红公司还成功举办了“羚锐正山堂养生信阳红红茶”专场推介会，并特别邀请了信阳农林学院茶学系主任、茶叶研究所所长、教授、国家一级评茶师郭桂义，福建正山堂茶业有限责任公司总经理江志东，新县茶办高级茶艺师闵学锋等做客推介会现场，较好地宣传了高端红茶与养生药材结合的“新国饮·新养生”理念，与会嘉宾纷纷称赞养生信阳红红茶的品牌创新、功能复合和产业融合，是对信阳红红茶的发扬光大。

不仅如此，河南羚锐正山堂养生茶股份有限公司组织的茶艺表演队还应邀参加中原茶艺之星大奖赛，展示精彩的养生信阳红茶艺和有奖知识竞猜，并一举荣获“茶艺之星邀请赛二等奖”。

自成立以来，羚锐正山堂养生茶股份有限公司开发的养生信阳红红茶，凭借其良好的产品质量和优质服务，在北京、信阳、武夷山等地的茶博会上引发了行业的高度关注和一致好评，并先后荣获了“红茶创新奖”和“河南电视台上榜品牌”等