

中国梦

之企业家访谈与有奖征文

四川省电力公司协办

放飞中国梦 心系矿山情

梦想是什么? 梦想是理想、信念和蓝图的代名词, 是我们对未来的承诺, 不同的人有着不同的梦, 让我们脚踏实地、携手共筑中国梦。

——题记

四川煤气化公司 陈建华

梦, 人人都有。只是每个人所追求的目标不同而已。因为梦是永远走在现实的前面。

中国梦说到底, 是人民的梦, 是富民强国的梦, 是人人幸福、家家兴旺的梦。2013年3月17日, 习近平总书记对中国梦作了深刻的阐述。他引用了“雄关漫道真如铁”、“人间正道是沧桑”、“长风破浪会有时”, 将中华民族的昨天、今天和明天熔铸于百年中国沧桑巨变的历史图景, 展现于几代人为民族复兴的艰辛历程。

只有每个人都充满激情和梦想, “中国梦”才够美丽, 才够坚实。中国梦与个人梦唇齿相依, 对于十三亿中国人民来讲, 中国梦的伟大构想并不是口号。它承载着历史悠久、灿烂文明的民族自尊、自强与自豪。

位于四川省筠连县的鲁班山北矿, 近几年来, 有着一群陆续来自四面八方的大学生, 告别学习生涯, 背上行囊, 踏上艰辛之

路, 来到梦开始的地方——矿山。这些 80、90 后的孩子们, 用他们娇小的身躯书写自己灿烂的人生, 践行自己美丽的梦想。

曾经的梦想, 充满激情诱惑, 曾经的梦想, 显得空洞飘渺。这些大学生们在父母长辈的呵护下, 在大学生涯无忧无虑的环境下来到大山深处, 即将开始新的生活, 适应新的环境, 稚嫩的翅膀, 翱翔在矿山的天空, 学会成长, 逐渐成熟。他们深知煤矿是高危行业, 工作环境也很辛苦。但目前, 煤矿企业相当重视大学生, 他们做的都是技术活和有分量的工作, 住房、职称都会解决, 全然解决了大学生们的后顾之忧, 企业给了他们圆梦空间、铺就梦想的平台。

习总书记在讲话中提到“中国梦归根到底是人民的梦”, 我们的梦想有大有小, 它不遥远, 它就在我们日常生活工作中。在平时和大学生们聊天、相处中了解到, 有的大学生的梦想是祖国越来越强大, 人民越来越幸福, 人们的脸上经常洋溢着灿烂、自信的笑容; 有的大学生的梦想是将学到的科学文化知识用于矿山现代化建设, 让矿工们减轻劳动强度, 提高安全系数、经济快速增长, 过上幸福快乐的生活。一句句纯真实朴的话语, 道出了大学生们无比美好的梦想。梦想的种子在蓄势萌发, 梦想的翅膀在蓝天绽放。他们用青春和热血为打造现代化矿井努力着、奋斗着, 一个个伟大梦想, 凝聚着大学生们艰苦奋斗、对未来的无限期盼。那么, 作为矿工, 最大的梦想便是高高兴兴上班、平平安安升井, 作为煤矿安全生产主要领导人的梦

想就是保护矿工生命安全、为企业创造更多、更好的经济效益。这些梦想都发自内心, 要求不高, 都想用自己勤劳的双手, 踏踏实实工作, 按行为规范操作, 不违章, 不失误, 尽全力搞好矿井安全生产, 努力实现自己的梦想。“国家好, 企业好, 大家才会好!” 这些伟大的梦想, 饱含着煤矿人走向繁荣的强大自信。大学生是国家民族的希望, 矿工是煤矿安全生产的生力军, 他们将成为“中国梦”的兑现者, 让“中国梦”这个词更有质感。

鲁迅说过, “唯有民魂是值得宝贵的, 唯有他发扬起来, 中国才有真进步”。梦想既定, 圆梦的脚步就要跟上时代的步伐。“实现中国梦必须凝聚中国力量”, 涓流汇海, 聚沙成塔, 我们每一位员工在工作、生活中与企业都是命运共同体, 都应精诚团结, 爱岗敬业, 脚踏实地, 从身边做起、从点滴做起, 只要我们拿出攻坚克难的勇气和劲往一处使的齐心, 踏实坚定地实干, 我们的梦想才会实现, 国家的梦想才会实现。历史证明, 个人前途与国家、企业命运息息相关, 而每一个人的奋斗努力都是“中国梦”的重要组成部分。作为煤矿行业, 安全是天字一号工程, 抓好安全工作是头等大事, 必须严格执行“安全第一、预防为主”的安全生产方针。2012 年鲁班山北矿实现了安全生产, 杜绝重伤以上事故, 顺利实现了安全生产两周年, 原煤完成了 80 万吨、掘进 12993 米、瓦斯发电 2240 万度。2011 年、2012 年相继涌现出胡华刚、殷榜荣两位全国煤炭工业劳动模范。这些骄

人成绩的取得, 虽然已属于过去, 它凝聚着每一位员工的智慧和汗水, 诠释了北矿人的梦想正一个个实现。

风吹过的矿山, 巍峨无比, 雨淋过的矿山, 清新无比, 在这里, 春暖花开、雪花纷飞季节交替的每个瞬间, 都呈现精彩与美丽。日新月异现代化矿井正需要知识型人才, 矿山、井巷, 留下了大学生、矿工们艰辛、拼搏的足迹, 他们用双手勾画宏伟蓝图。我们煤矿人用实际行动、拼搏的精神兑现承诺, 我们的成绩让世人刮目相看, 未来的矿区林木花香, 环境优美。看, 矿井深处, 轨道标准干净、巷道电缆悬挂整齐, 矿工们只需用按钮就可对割煤机组割煤进行遥控, 机械化出煤、出矸石全然代替了以往的人工作业, 调度室的大屏幕上显示着井下各个场所的安全、生产情况, 井下的瓦斯预警会自动检测……当煤海深处的乌金从千米井下开采出来的时候, 放飞梦想承载着大学生、矿工们的智慧和汗水, 骄人的成绩书写着绚丽篇章!

梦想, 是一座灯塔, 为我们带来光明, 指引我们前进的方向, 有梦想就有希望, 有梦想就会有期待, 有梦想, 才能踏实做好该做的事。船, 因为有舵而远渡重洋, 雏鹰因为有翅膀而在蓝天自由翱翔, 人, 因为有梦想而铸就生命的辉煌! 让我们将梦萦魂牵的“中国梦”、“企业梦”、“个人梦”放飞, 在蓝天绽放!

放飞青春

四川煤气化公司 王皓阳

梦想, 是人生的起点, 是前进的动力, 是希望的源泉。

只要敢想, 只要敢做, 就能成功。实现中华民族的伟大复兴是中华民族近代以来最伟大的梦想, 无数中国先贤先烈为了这一个梦想而不断奋斗。习近平总书记说: “实现中华民族伟大复兴的中国梦, 就是要实现国家富强、民族振兴、人民幸福。”

先贤顾炎武早就发出了“天下兴亡, 匹夫有责”的呐喊, 周恩来总理也曾高呼“为中华民族之崛起而读书”。我们是初生的朝阳, 是民族的希望。年轻是我们的资本, 也是我们梦想得以实现的保障。没有做不到的, 只有不敢想的。

我们矿山人民最基本的梦想——安全梦。

为了这个梦想, 南矿全体干部职工不断探索, 不断努力, 到今天, 我们原煤生产累计超过 450 万吨, 累计掘进进尺超过 5 万米。安全生产周期更是长达 1939 天, 实现了安全生产五周年, 在全省国有大中型矿井中排名第一, 并在向安全生产 2000 天目标奋进。2012 年, 我矿被国家人力资源和社会保障部及中国煤炭工业协会共同评选为“全国煤炭工业先进集体”。

在南矿, 许多人留下了青春, 洒下了汗水。每当看到矿工那黑色的脸庞, 不再干净的衣服, 我就不再抱怨工作的困难, 不再因贪玩而懈怠, 因为他们创造了财富, 挖出了希望。从他们身上, 我学会了坚持, 学会了责任。

平凡的梦想, 平凡的人生, 创造出不平凡财富。伟大的中国梦, 是复兴, 发展, 强大! 伟大的民族魂, 是不屈, 不悔, 不惧! 为了家中妻子的等候, 为了子女健康的成长, 他

们展现了矿工不屈的脊梁, 不悔的付出, 不惧的勇气!

中国梦是民族的梦, 是每个中国人的梦。每个中国人的梦想, 就是中国梦的基石。梦想的价值并不一定是结果, 更多的是那追逐的过程, 在那精彩的旅途中, 梦想的花朵就已经悄然绽放! 如今, 历史的交接棒已经传递到了我们的手中, 我们拥有最好的资本去实现梦想, 那就是青春。

少年智则国智, 少年富则国富, 少年强则国强。我们是祖国的希望, 我们是祖国的未来。重担已经压在了我们身上, 或许, 我们会经历失败, 或许我们会面临坎坷, 但是, 我们还年轻, 我们可以改变。创造源于梦想, 只要敢想, 只要奋斗, 那就不会失败。因为年轻, 我们可以高呼: 我的未来充满希望。因为年轻, 我可以拼搏, 我可以不断前行, 放飞希望的翅膀, 迎接美丽的朝阳。

让青春承载梦想起航, 乘风破浪, 创造出无限希望!

营销经典

roseonly 如何把鲜花当作钻石卖?

如何把 3 支玫瑰卖出 520 元? 给它一个故事, 让买花人做主角。

李春晖

上线 10 个月, 鲜花月销售额过千万, 是市场给高端花店 roseonly 的回应。

凭借“一生只送一人”购买规则和“信者得爱, 爱是唯一”的品牌理念, roseonly 以微博为阵地迅速蹿红, 而且短时间内拿到了时尚传媒集团 A 轮和腾讯公司价值千万美元的 B 轮融资。

比其发展速度更令人咋舌的是产品价格。在 roseonly 官网“热卖推荐”中, 12 支一盒的鲜花玫瑰售价 999 元, 1 支永生玫瑰要 699 元, 而新推出的 9 颗装巧克力, 单盒售价高达 999 元。

roseonly 与“网购就是买便宜货”的旧观点大相径庭, 却成为当下互联网营销的新热点。“野兽派”花店、“雕爷牛腩”、“黄太吉”煎饼, 这些仿佛是一夜之间闯入市场的品牌, 都在践行着一条互联网轻奢品之路; 以网络间的口碑传播为主, 把一些看似平常的产品卖出了天价。

“鲜花市场本来没有品牌, 我们是第一个品牌。”roseonly 创始人兼 CEO 蒲易说。在创办 roseonly 之前, 他曾成功投资大众点评、梦芭莎电商和机锋网, 并创立了安沃传媒和白天使医疗。

蒲易不喜欢自己的公司和“雕爷牛腩”、“野兽派”花店相提并论, 觉得不是一个级别。在蒲易看来, 玫瑰有了 roseonly, 就像手机有了 iPhone。

一般认为奢侈品牌需要时间积淀, 但蒲易大不以为然。他认为那都是欧洲人编的故事。说什么百年品牌, 还不都是被财团收购后商业运作出来的。要按那一套, 中国永远出不了奢侈品牌。“LV 也是 Marc Jacobs 来了之后才开始做服装, 更不用说 Marc Jacobs

自己的牌子时间更短。”

“品牌的关键是其产品设计和品牌精神。”蒲易反复强调, roseonly “信者得爱, 爱是唯一”的品牌精神, 要高出于许多奢侈品牌。

不得不承认, 一出场 roseonly 确实与众不同。2013 年 1 月 4 日, roseonly 成立, 取“爱你一生一世”的好意头。2 月初, roseonly 官网上线, 预售限量 99 束、单价 999 元、12 支装情人节玫瑰。蒲易调动自己的圈内人脉, 在微信朋友圈卖力吆喝, 搜狗 CEO 王小川、新希望集团创始人刘永好的女儿刘畅、世纪佳缘创始人龚海燕都参与了转发。2 月 10 日, 其情人节玫瑰被提前抢购一空。

此后, 从情人节到白色情人节(3 月 14 日)、母亲节、七夕情人节, 每一个可以借题发挥的节日里, 微博上李小璐、杨幂、李云迪、林志颖等明星都轮番晒单替 roseonly 宣传。8 月, roseonly 的玫瑰和品牌概念又随男嘉宾李思(女星李念的弟弟)亮相《非诚勿扰》, 网站访问量一时激增。

有了明星和意见领袖引路, 第二波普通消费者自发晒单的杀伤力更强。假设在办公室里, 有一人得花, 其他妹子怎能不聊足了劲跟上。微博上, 白富美通过玫瑰秀恩爱, 也会引发群起效尤。

roseonly 还走出互联网, 找到为顶级婚纱品牌 Vera Wang 拍摄时尚秀的国际团队拍摄广告, 计划圣诞、新年、情人节期间在万达影院投放。因《爸爸去哪儿》迅速走红的张亮父子, 也被 roseonly 签下, 作为爱的快递员, 在圣诞期间代班送花。2014 年上映的《小时代 3》中, 也将带来 roseonly 的花篮。

品牌除了带来高溢价, 对鲜花而言更重要的是, 有了品牌概念才能采用预定制, 规避损耗。传统鲜花业的问题是一个花店堆满鲜花, 卖不出去就烂了, 损耗高达



70%。roseonly 因为采用提前 3 天预订制(最初是 15 天), 根据订单采购、贩售, 实现了零库存。“这种管理革新才是我们的核心竞争力, 是我们对行业最大的革命。”蒲易自信地说道。

除官网销售外, roseonly 还开通了天猫店, 并在 2013 年 9 月开设第一家实体店。据蒲易透露, 现在公司每月销售额近 1000 万元, 销售高峰在情人节、七夕和母亲节。不过其销售结构 40% 还是来自天猫占 5%, 线下 5%, 剩下 90% 还有趣, 其中天猫占 5%。

和普通人对身体消费一锤子买卖的心理预设不同, 蒲易表示 roseonly 鲜花部分的回头购买率达到 30%-50%。有 10% 的购

买用户会选择包年系列, 以 3 盒价格购买 4 盒玫瑰, 情人节、七夕、生日和纪念日, 定时送到。

“你买个小米手机, 至少用半年吧? 钻石, 至少十年吧? 但玫瑰你买回去, 一周就没了。自然回购率高。而且送过我们这个, 以后再送便宜的, 女朋友也接受不了啊。”蒲易如此解释。

roseonly 诞生之初, 有人质疑只卖玫瑰和情侣间赠送的模式过于单一, 再与高端定位叠加, 更是小众中的小众。现在看来, 玫瑰其实只是 roseonly 的一块敲门砖。

“只要能喝星巴克的人, 就是我们的用户。”蒲易说。

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

北宿矿新年伊始 首抓安全

2014 年新年第一天, 山东兖矿集团北宿矿召开安全生产誓师动员大会, 吹响 2014 年安全生产攻坚战号角。

刚刚过去的 2013 年, 北宿矿努力克服薄煤层矿井煤层薄、环节多、现场条件复杂多变等诸多不利因素, 始终坚持严管理的理念不动摇, 注重安全意识提高和责任制度落实, 保持了安全生产的稳定形势, 顺利实现了第七个安全年。“成绩的取得实属不易, 凝聚了全矿干部职工的心血和汗水。”该矿负责人深有感触地说, “安全工作是一切工作的前提, 对于北宿矿来说, 抓好安全更是意义非凡。作为薄煤层矿井, 守不住安全底线, 就会失去岗位, 丢掉饭碗。”

2014 年, 北宿矿面临着“稳定本部扭亏, 开拓外部创效”的新形势、新目标、新任务, 保持稳定的安全局势, 对矿井各项工作的开展至关重要。为了确保实现第八个安全年, 这个矿从进一步提升干部职工的安全意识抓起, 引导大家充分认识安全工作只有起点、没有终点, 安全管理没有最严、只有更严, 深入开展“北宿煤矿明天怎么办”解放思想大讨论等活动, 算清、算透“安全五笔账”, 深刻理解“生命不能重来”的道理, 达到我要安全、我会安全、我能安全的“三个安全境界”, 确保 2014 年安全目标的顺利实现。

2014 年, 这个矿本着高于公司标准、严于公司要求的原则, 狠抓质量标准化“精品工程”建设, 夯实安全基础。同时, 要求各级管理人员牢固树立“敬畏生命、敬畏岗位、敬畏职责”的理念, 认真执行现场跟班、调度值班、安全包保等制度, 坚持重点环节重点治理, 牢牢把握现场安全监管的主动权。为了确保承接转龙湾煤矿生产运营顺利推进, 这个矿把确保安全生产作为推进对接工作的重中之重, 研究制定了专门措施, 谨小慎微地抓好各环节的衔接和各工序的组织工作, 决不允许在安全上出现任何问题。

(张兴茂 吕莉)

彩信或成移动广告新渠道

对于大部分人来说, 移动广告应该跟标题广告相关, 但是也有些公司认为移动广告的未来在传统的文本信息服务。而像宜家、星巴克等品牌也都推出了面向短信和彩信的广告业务。尤其是彩信被认为多媒体广告中的机会。

近日位于芝加哥的 Iris Mobile 公司就宣布, 他们成功的获得了 300 万美元的 A 轮融资, 本轮融资由 Chicago's Origin Ventures 和 Illinois Ventures 领投。Iris Mobile 公司计划利用这笔融资对其产品进行扩充。

Iris Mobile 公司的联合创始人和首席运营官 Deep Malik 表示, 通过他们的平台, 客户可以将品牌推送到任何移动平台, 无论是苹果手机还是诺基亚。Deep Malik 表示, 他们选择短信和彩信作为广告媒介, 因为相比邮件消费者更愿意打开信息。另外信息内的图片也会被更多的打开, 因为一张图片能顶上千言万语。

根据网络机构 CTIA 的报告称, 2012 年全球消费者一共发出了 740 亿份彩信, 相比之下, 手机通话时间和短信发送量都有下降。

而短信和彩信广告的支持者指出, 曾有报道称这种方式的广告有 98% 的阅读率。这个数据跟人们更倾向于打开信息而不是邮件的常识也是吻合的。Mogreet 的 CEO James Citron 表示, 很多品牌都有百万级别的用户希望通过短信的方式, 获得优惠券或者打折信息。

除了基本的功能之外, ePrize 公司还能为客户进行一些特殊活动, 比如今年 5 月, 星巴克就通过这个平台, 开展了一场短信营销的活动, 参与活动的用户有机会获得奖金, 而星巴克通过这种方式获得了用户手机的系统信息, 这样今后就可以发送合适的广告。

尽管为星巴克开展的活动很成功, 但是 ePrize 的经理 Zimmerman 表示, 短信和彩信广告并不适合所有人。他表示, 不是所有的手机都支持彩信功能, 而且彩信也不能提供像短信那样的移动链接。虽然比短信能够涵盖更多的文字和图片, 但是这一点上又比不过移动网页。所以 Zimmerman 表示, 市场人员要根据自己的条件, 决定是否采用彩信广告的方式, 可以把它当作一个小技巧, 但是不应该是主力战略。

(快懂云)