

## 河北省正式启动“十三五”规划编制工作

本报讯（记者 杨会民）5月15日在石家庄河北会堂召开的河北省“十三五”规划编制工作电视电话会议，标志着河北省规划编制工作的正式启动。河北省发改委主任陈永久介绍，他们已经确定了一批“十三五”规划前期重大研究课题，将于近期向社会公开招标。各地各有关部门也可以从实际出发，研究提出一批关系未来发展的重大课题，做深做实前期研究。另外，河北省政府也将成立全省“十三五”规划编制工作领导小组，统筹协调规划编制工作。

重大项目是经济社会发展的载体和支撑。河北省“十三五”规划的编制将与项目的谋划相结合，特别是谋划一批能够支撑经济社会发展的重大项目。河北省将根据经济和社会长远发展的需要，谋划一批产业发展项目、交通、能源、环保等重大基础设施和公共服务项目。围绕加快推进京津冀协同发展，谋划一批优化产业布局、完善基础设施、治理生态环境等协同发展的项目。结合新型城镇化建设，谋划一批优化城镇布局和形态、改变城市面貌、提升城市功能的重大项目。围绕保障和改善民生，谋划一批事关人民群众切身利益的民生项目，为规划实施提供强有力支撑。

市场与政府的关系如何理顺，将在“十三五”规划中得到体现。据悉，河北省已明确了规划编制的范围，凡是市场机制能够充分发挥作用的领域，将少编或者不编规划。政府将主要针对关系发展全局而且存在市场失灵的重要领域编制规划。会议要求，各地要深入研究探索“三规合一”或“多规合一”，有条件的地方探索编制集经济社会发展、土地利用、城乡建设、生态环境保护等于一体的市县总体规划，为“一张蓝图干到底”打基础。

## 千秋煤矿举办2014年职工技能大赛

为引导广大职工学知识、钻技术、练本领、提技能，不断提升职工素质，增强企业核心竞争力，推动矿井稳定持续、长远发展，日前，千秋煤矿安排 2014 年职工技能大赛。

开展此项活动旨在通过加强技能大赛中涌现出的优胜选手的管理，倡导开展技术能手导师带徒活动，培养和造就一批业务精通、技术精湛、勇于创新的知识型、技能型、专家型、复合型技术人才。为加强对职工技能大赛的领导，确保技能大赛顺利进行，该矿成立了以矿长、党委书记为组长的职工技能大赛领导小组。技能大赛专业涉及掘砌工（锚杆支护）、锚喷工、综采维修电工等 14 项工种，规定各工种技能大赛的具体方案、理论考试的命题和范围、复习资料等，依据《国家职业技能鉴定规范》对高级工的要求，或依据国家有关专业项目高技能人才标准；技能大赛实行理论考试与实际操作相结合的办法，理论成绩占 30%，实际操作成绩占 70%；比赛名次排定以总分为准，当总分相等时，按实际操作分数高者列前，工龄短者列前，工资档次低者列前，不存在名次并列现象。获得矿技能大赛第一名的选手，年终评为矿“优秀员工”。

（司英歌）

## 冰箱市场销售渠道改变

今年第一季度，冰箱内销市场出现同比下滑现象，数据显示，一季度行业销量累计同比下滑 3.36%，其中内销 2 月同比下滑明显，3 月降幅环比收窄，1 到 3 月内销整体同比下滑 7.31%。从具体的企业表现来看，今年美的系和海信系的市场份额都出现了提升。

五一期间，冰箱市场出现小幅上涨现象，由于去年的基数较高，冰箱市场零售量为 485 万台，与去年同期相比微增 2.0%，零售额为 160 亿元，同比增幅为 4.7%。

业内人士预计，第二季度，冰箱内销市场将延续稳健发展趋势，市场规模将达到 1026 万台。

相关数据显示，今年一季度社会消费品零售总额实现 62081 亿元，其中网上零售额为 815 亿元，同比增长 51.7%。冰箱市场今年的最大变化就是销售渠道的变化，连锁企业的销售模式已经完全溃败。

五一期间，传统渠道方面，百货商店和超市等表现平平，而连锁渠道则下消明显，冰箱市场的增长点已经完全转移到了电商渠道上，电商渠道增长依旧强劲，拥有同比增幅 192.1% 的表现。

不仅仅是冰箱市场，整个白电市场的销售渠道都在变化，电商渠道则仍然是五一促销期的增长亮点，电商渠道的增长规模远远高于百货商店、超市、大连锁等其他家电渠道。

多个家电企业也看到了电商渠道的重要性，纷纷推出相应的电子商务部门，与电商企业进行密集合作，家电线上渠道开始进入加速发展阶段，家电网购已经成为大势所趋。

除了销售渠道的变化以外，三四级市场的表现成为冰箱市场增长的主要动力，数据显示，五一促销期间，一二级冰箱市场表现乏力，同比分别下降了 4.3%、3.1%，而三四级市场表现突出，同比分别有 4.6%、10.7% 的高增幅，三四级市场必然会成为今年冰箱市场增长的动力所在，企业一定要抓住这块市场。

（环球网）

# 蒋颖：让孔雀在宁波灿烂“开屏”

■ 袁兴国

“是安徽的王老板吗？你要的 200 羽孔雀都准备好了。”5 月 17 日，挂断电话，浙江省宁波市朝凤珍禽发展有限公司总经理蒋颖马上把王老板提货的时间登记到本子上。如今，她的孔雀养殖场，已创下了全省规模、数量、品种的“冠军”。

三年前，蒋颖在奉化城里经营 3 家服装店，由于她脑袋灵活，服装时髦，生意一直十分红火，几年下来，就挣到了几百万元现钱。2011 年 4 月，蒋颖无意中在电视上看到一条养殖孔雀的消息，不禁心头一热。“我觉得这个我能做。”蒋颖马上行动，到江西、福建及本省的孔雀养殖场考察参观，查阅资料，拜师学艺。经过一段时间准备，她在宁波奉化市西坞街道孙候村山坡上，租了一块占地面积 60 亩的山地，同年 7 月，创办了宁波市朝凤珍禽发展有限公司（奉化孔雀养殖生态园）。随后，从外地购进 667 羽蓝孔雀的种、苗“落户”养殖场。

“刚开始真是太困难了，技术生疏，对孔雀的生活习惯不很了解。我只好一边看养殖孔雀书籍，一边从实践中摸索经验。通过‘双管齐下’，才慢慢走上了正规。”回想最初饲养孔雀的情形，蒋颖不由得唏嘘感叹。



蒋颖在办公室接受记者采访。 袁斌 摄

2012 年 5 月，500 羽肉食孔雀出栏，就被抢购一空。养殖蓝孔雀的确“钱途”无限，初尝甜头的蒋颖信心百倍。饲养上了轨道，蒋颖便着手开辟市场。家养的孔雀肉销往大城市宾馆、餐厅。孔雀翎作为工艺品材料卖给收购商。成品孔雀能销往公园、家庭，作为游览观赏之用。“我已经有不少固定的老客户，孔雀售价按照饲养期长短，一羽成品肉

食孔雀可卖到六七百元，行情好价格就更高了。”蒋颖笑着说。

要发展就一定要扩大规模。蒋颖在奉化市农林局的大力支持下，特别是该局局长王荣定多次过问，还上山实地亲临指导，更鼓舞了蒋颖做大做强决心。于是，她又从家里拿出 200 万元，在原有 60 亩山地基础上，又租了 120 亩，把 4 只养殖大棚，增加到 12

## 北宿矿“三化”管理提质创效

面对当前严峻的煤炭市场行情，兖矿集团北宿矿坚持重教育、严制度、抓现场三措并举，确保以稳定的煤质促销售，提效益。今年 1—4 月份，商品煤灰分完成 25.65%，比计划降低 1.35%；水分 7.2%，比计划降低 1.8%；混煤合格率达到了 100%，商品煤销售实现了“零投诉”，实现产销平稳，为矿井度危求进打造了克难制胜的煤质“利器”。

**煤质教育常态化。**为了提高干部职工的质量意识，该矿充分利用广播、电视、宣传栏等舆论工具，利用班前班后会、集中学习日、安全办公会等不同形式，着力宣传“安全决定生命、煤质关乎生存”的煤质管理工作理

念和“视野之内无杂物、无石头”的煤质管理工作标准，大力宣传在煤炭市场不景气、市场疲软下滑的形势下抓煤炭质量的必要性和重要性。该矿各单位针对不同岗位制定了不同的煤质管理措施，在强化职工岗位必知必会的学习基础上，狠抓煤质管理措施、技能的培训学习，使各级干部职工都能认识到任务再重，质量为先的思想不能变；困难再大，抓质量的劲不能松；工作再忙，事关质量的问题不能忘，为煤质管理工作筑牢了坚固的思想防线。

**制度建设规范化。**今年年初，该矿在多次讨论研究的基础上，修订完善了《煤炭质量管

理办法》、《加强原煤生产质量管理的工作意见》等文件，出台了《采掘工作面杂物回收管理办法》、《综采工作面超高点处罚制度》等多项管理制度，针对采掘区队制定了超灰超水扣产规定、毛煤灰分与区队质量工资挂钩考核规定、煤流混入杂物明码标价处罚的规定、掘进煤分打分装的规定。优化矿、区队、班组三级抓煤质管理的网络系统，实现了横到边、纵到底、全方位的煤质管理新模式，全过程多角度抓煤质管理制度的贯彻落实。

**现场管控精细化。**该矿要求采煤面上矸石不上矿、不上溜子；掘进区队在出掘进煤时，先清理干净扒装机前矸石，对使用火药

营销经典

## 移动零售——美国 Target 的“第二春”

■ 王小燕

美国零售巨头 Target 既充分享受过实体店黄金时期的成功喜悦，也深切体会到电商崛起带来的冲击和蚕食。

总部位于美国明尼阿波利斯的 Target 于 1962 年开设了第一家零售门店，以高端折扣店为主要业态。经过 50 多年的发展，它在美国的店铺数已经超过 1700 家，成为美国第四大零售商、2013 年财富美国 500 强的第 36 位。Target 在电商时期反应缓慢，在长达十年的时间里甚至把网站交给电商竞争对手运营。而在移动时代，它正在努力站在趋势的潮头。

### 错过电商 发力移动

在移动领域，Target 相当主动。移动科技公司 Mobiquity 每年会对美国顾客在 6 个月中在全美前 20 大实体零售品牌的移动购物体验进行调研。2013 年的这一调研显示，Target 的移动应用和移动网站分别获得了 39% 的智能手机顾客和 45% 的平板电脑顾客的浏览，超过沃尔玛成为移动浏览量最多的实体零售商。而在另外一个由 Comscore 在 2013 年进行的研究显示，Target 的网络顾客中，纯粹使用移动设备访问的比率为 37%，不仅超过了沃尔玛的 33%，也超过了亚马逊的 29% 和 eBay 的 24%。虽然在移动总访问量上不及后二者，但上述两项调研结果至少说明，Target 在吸引移动顾客方面已经做得相当成功。美国专注于移动商务的媒体 Mobile Commerce Daily，也在 2010 年和 2013 年两次评选 Target 为年度“移动零售商”，使其成为唯一一家两度荣获这一奖项的企业。

### 用户中心 多管齐下

据调研显示，约 50% 的用户不愿意在移动端体验不佳的零售商店进行购买。而移动购买流程步骤太多、商品或商品评论不易找到、图片看不清楚等，都是让顾客最不满意的体验。但与此同时，用户也期望在移动端获得和 PC 网站一样丰富和强大的功能。因此，满足客户的期望和要求，是在移动领域获得成功的前提和基础。

Target 在制定移动策略的时候，并不是每个季度先定好计划然后执行而已，而是每三个月会回过头来审视和评估顾客反馈，然后根据出现的新技术、新趋势和新的顾客行为，调整和指引下一步的策略。这是 Target



能够做出受到顾客青睐的移动工具的本质原因。

Target 的移动网站和应用，在设计思路上尽量做到简洁和清晰。以 iOS 版 App 为例，无论是界面、功能列表还是滑动翻页的方式，都符合 iPhone 和 iPad 用户的认知和习惯。而且，Target 的 App 不断更新和迭代，跟随操作系统新版本的推出而添加更多新功能，例如，iOS7 推出后，Target App 增加了新的字体、logo、颜色以及 Passbook 功能等，其核心目标是让顾客满意、愿意再回来购物。因此，顺应顾客的喜好和趋势，比保护自己的固有利益更重要。举个例子：对于大多数实体零售商来说，“比价”是他们的噩梦：实体店顾客对准商品条码轻轻一扫，各家竞争对手以及网上的价格一目了然。于是，有些实体店想方设法阻止顾客在店内使用条码扫描的应用程序。但 Target 恰恰相反，它干脆在自己的移动 App 里内置了一个条码扫描程序，去顺应和鼓励顾客的这种习惯，以提高顾客忠诚度。事实上，开发这一功能并非只对顾客有利。顾客通过扫描条码可以看到商品信息、顾客评论，对于顾客的店内体验和商品的销售都有促进作用。此外，像根据用户的所在位置提供个性化优惠，生成购物清单等功能，都嵌入了 Target 应用里。这样的不断迭代和完善，使 TargetAPP 应用广受欢迎和好评。Target 的移动网站也同样因为有序的页面编排和方便查询商品而被 Mobile Commerce Daily 选为 2013 年年度移动商务网站。

除了移动网站和移动应用，Target 在基础设施方面也做了大量的工作。Target 在全美的 1700 多家门店全部为顾客提供免费

Wi-Fi，这样做之后，Target 自己的网站成为了顾客在店内访问最多的网站。Target 还是美国第一家在所有店铺里都能扫描移动条形码的零售商，这个功能使 Target 能够为顾客提供许多新的移动功能与服务，例如，移动优惠券，顾客只需要持手机在收款台扫描条码即可使用；移动礼品卡，顾客只需把礼品卡信息存入自己在 Target 网站的账户，便可在门店收款台通过手机调出自己的移动礼品卡条码进行扫描，并可以在门店充值、网上查询余额等等。

### 结合社交 打通渠道

Mobile Commerce Daily 分析指出，在 2013 年，Target 与沃尔玛的移动战略显示出不同的重点：沃尔玛偏重于改进其 App，以提高顾客在实体店内的体验，而 Target 则致力于借力移动社交来加强与顾客的互动。

2013 年上半年，Target 与 Facebook 合作推出 Cartwheel（车轮）移动应用的 Beta 测试版本。Cartwheel 是一个独立于 Target 公司品牌移动应用之外的应用，它向顾客提供数百种折扣优惠，优惠幅度可高达 30% 左右，顾客下载 App 后可以通过 Facebook 账号或者 email 账号注册，随后便可以从最多选择 10 种优惠并获得折扣条码。顾客可以选择把条码打印出来或者直接用手机设备到门店去扫描。当顾客到实体门店去使用这一优惠折扣，以及购买后在 Facebook 上分享，都将获得新的积分奖励，从而赢得更多折扣优惠选择机会。Cartwheel 与 Target 应用之间设置了接口，可以互相引流。Target 开发这一项目的目的，一方面是为了借助社交网络促进商

只大棚，还建起了孵化室、育雏室、脱温室、检验室、消毒室等 10 间管理用房。养殖场内新安装了电路设施、监控设备等，配备了发电机组。

如今，蒋颖养殖孔雀已有近三年了，养殖场占地面积从最初的 60 亩发展到现在近 200 亩；孔雀数量，从最初 667 羽种、苗，发展到现在存栏各类孔雀 1.8 万多羽，已出栏无公害商品孔雀 8000 多羽；孔雀品种，从最初单一的蓝孔雀，发展到现在白孔雀、花孔雀等五六个品种，一跃成为浙江省规模最大、品种最多的孔雀养殖基地。“近三年来，仅养殖孔雀一项，扣除养殖成本，每年纯收入超过一百万元”。蒋颖高兴地说。

蒋颖的孔雀养殖场距城区 10 余公里，离机场、火车站都很近，每逢节假日来参观孔雀的人陆续不断。蒋颖总经理在接受记者采访时说，“打算在今后三年内，养殖孔雀数量突破三万羽，成立孔雀养殖合作社，带动周边 50 户农户养殖蓝孔雀，走共同致富道路；同时，再租 130 亩山地，打造一个宁波式西双版纳旅游区，开辟孔雀养殖观赏、休闲娱乐、科普教育等路线；并开一个以孔雀为主打菜品的“孔雀山庄”等，把养殖场变成真正的孔雀王国，让孔雀在宁波灿烂“开屏”。”蒋颖对孔雀养殖场的发展信心满满。

雷管的机关单位严格执行火工品领退制度，确保在源头上杜绝雷管混入煤中；区队负责人、跟班区长负责班组煤质监督、检查验收工作，遇到特殊地质构造时安排专人在现场对煤流中的矸石杂物进行捡拾，工作面上的矸石全部装袋分运。该矿还制定落实生产接续与煤质预测同步研究制度，坚持每次在安排生产接续时，制定科学合理的工作面配采方案，使高低灰煤层合理搭配。在各皮带转载点，要求皮带司机发现大块矸石和杂物时必须停机进行清除。在井下翻笼、上仓等各个转载点增设了除杂装置和垃圾箱，最大限度地控制进入煤流中的杂物。（张兴茂）

品的口碑传播，同时希望把更多的移动客户引流到实体店中来。

图片社交分享网站 Pinterest 是近年来最受欢迎的社交网站之一，仅次于 Facebook 和 Twitter。其独具特色的图片分享功能吸引了许多零售商的兴趣，其中自然少不了极为重视社交的 Target。

2013 年底，Target Awesome Shop 移动网站的测试版本上线。它收集了在 Pinterest 上分享最多，以及 Target.com 上好评最多的上千种 Target 商品，并且给每个商品标上“最多分享”或者“高度好评”这样的标签。当顾客点击查看细节时，将会被引流到 Target 网站。Awesome Shop 的界面也是按照移动端社交网站的习惯阅读方式来设计，商品纵向排列，方便移动用户浏览。

在注重社交功能的同时，Target 并没有忽视通过移动工具加强顾客在实体店内的体验，例如给移动应用加入店内地图、货架位置、店内商品搜索和存货情况等功能，向实体店引流。

根据 Target 已公开的财报数据，移动购买已经占到了 Target 整体数字销售的 7%，而移动流量则占到了整体在线流量的 25%。这对于一家拥有实体店、网络和移动渠道的全渠道零售商来说非常重要。正如 Mobiquity 移动洞察副总裁 Gene Signorini 所说，“移动对于实体店和网络销售都有直接的影响力，所以必须当做顶级的渠道来看待”。而渠道间的打通确实也给 Target 的整体销售都带来了帮助。Target CEO Gregg Steinhafel 就表示，“我们在网络和移动技术上的投资提升了顾客对 Target 的粘性，并吸引他们在我们的各个渠道上购买更多。”

国药准字H46020636

**快克**<sup>®</sup>

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