

千秋煤矿工会 扎实推进基层工会 组织建设

进入四季度，千秋煤矿工会以创建服务性工会组织为抓手，健全机构，丰富内容。积极推行队务公开，认真听取职工意见，不断创新管理机制，想方设法为基层工会排忧解难，努力激发基层工会组织干事创业热情，使各项管理更加规范有序。

千秋江矿工会针对该矿队伍分散，耿村项目部、常村项目部、孟津矿和铁生沟煤业公司都有队伍，采取了一系列措施。一是制订统一队务公开牌版，统一公开内容，规范管理程序。二是协调矿纪委、劳资、企管等单位对基层各单位的队务公开情况定期、不定期开展检查，监督各单位的工资奖金分配、经费使用、互助金的使用是否规范。在检查中认真听取职工的意见和建议，让职工参与监督和管理。三是不断改进工作方法和工作方式，对于在队务公开工作比较规范的一队、机电一队、矿职工医院、机电三队、运三队分别给予800元和500元的奖励。对在年度和季度考核工作中比较规范的给予重奖，对工作滞后的给予通报批评并进行处罚，努力激发基层工会干好工作的合力。
(司英歌)

汽车租赁 试水电商营销

伴随电商的迅猛发展，尝试借助电商平台试水电商营销的汽车租赁企业也日渐增多。

■ 赖集锐

2014年9月19日，国内最大汽车租赁公司神州租车在港交所主板挂牌上市；与此同时，中国电商行业“巨无霸”——阿里巴巴登陆纽交所，完成了美国资本市场最大规模的融资。前者代表着租车，后者代表着电商。试想，租车+电商，该会擦出怎样的火花呢？

阿里巴巴9月19日在美国上市，使马云团队和与其紧密合作的伙伴们成为了新一批百万、千万甚至亿万富翁。阿里惊人的造富能力，让人不禁叹为观止，而更关键还在于，其给世人证明了消费服务的电商化，已经不再是“梦”，而是一条正在不断发展，前途无量的道路。

据理财周报报道，伴随电商的迅猛发展，尝试借助电商平台试水电商营销的汽车租赁企业也日渐增多。他们积极拓展传统营销的同时，也乐于探索和尝试新的销售模式，欲求为消费者提供更方便的消费体验。

2014年6月，沃尔沃与国内O2O创新用车服务平台易到用车实现战略合作，开启了豪华车借助移动互联网平台来提供租车服务的汽车电商新模式。易到用车在APP上开设了沃尔沃专区，消费者可在手机上预约沃尔沃S60L接送，在线支付租车费等一系列服务，并且还能选择司机、接送时间、地点以及路线，按自己需求在车上添加安全座椅等相关配件，从上车到下车整个过程，完全根据消费者要求制定。这不仅进一步拓展了沃尔沃的营销渠道，还能以更便捷和直接的方式让消费者去感知其产品和服务。

2014年巴西世界杯期间，AA租车携手酒仙网旗下新项目“酒快到”APP，联手打造了“9分钟，特斯拉送酒到手”的营销活动。实际上，这是AA租车首次与移动电商的跨界战略合作，在获得不错的营销效果同时也备受大家好评。

2014年8月18日，北京汽车与易车达成深度合作，前者将通过易车旗下B2C汽车电商平台“易车商城”，以一种新型融资租赁购车方案独家发售绅宝D70。据悉，此次活动提供的融资租赁方案包括三种，分别主打“零元购”、“零首付”、“低月供”。以活动主推的“零元购”融资方案为例，用户办理24个月租赁后即可“0首付0保证金0手续费”提车，根据车型不同每月支付3000元—5000元不等的月供，租赁期满支付尾款，也可选择保值将车“卖回”易车商城。易车商城回购价最高可达终端销售价的55%。所选汽车可上用户的自有牌照，如果用户因限购等原因无法取得牌照，也可使用租赁公司的牌照。

而最让人印象深刻的，还属去年的神州租车“11元租车”试水电商活动。“光棍节”之际，神州租车宣布，11月11日当日，全国所有市区门店，所有车型日租金均为“光棍价”11元。表面上来看，这是一场营销活动，实际上则是在培育新客户，激活老客户，促进公司的淡季销售的同时也将租车的想法付诸行动。



博时置业情系社会 多次向学校捐款捐物并设立100万元的“博时助学奖励基金”

■ 本报记者 罗红耀 通讯员 张伟讯

10月24日，河南省博时置业有限公司向伊川县直中学第四次捐赠课桌和奖学金活动在该中学举行，伊川县委统战部长郭邵军、教育局长张金楼等出席捐赠仪式。

河南博士置业有限公司是一家成立于2005年9月的房地产开发企业，该公司不仅在房产开发中打造了一批批精品佳作，而且关爱社会，勇于担当，先后多次慰问部队官兵、消防官兵、修路架桥、关爱老人，为社会做出了突出的贡献。

伊川县直中学是教育窗口学校，成立以来秉承先进的教学理念，把爱作为教育灵魂，一方面狠抓教学质量，注重师资队伍的建设，另一方面积极促进课改，推进素质教育，率先在全县实现班通，是伊川高中为重点生源基地。

在捐赠大会上，校长张军堂说，张圣贤在资助社会上大爱无疆，对别人千金不惜，对自己刻苦有加。他从5元钱购买一把瓦刀和剩余的2元3角钱做生活费起家，一直到现在公司注册资金几千万元。

他今天捐助高质量课桌500套和奖励基金十万元已是第四次慈善活动。2011年12月12日，董事长张圣贤心系学生人身安全，首次为全校捐赠了价值5万余元的精美安全教育图册3000本，2012年1月9日，董事长张圣贤第二次来到学校，设立100万元的“博时助学奖励基金”，每年10万元，连续10年，今年已先后接收到助学基金20万元。2013年6月，张圣贤第三次来到学校，捐助课桌凳300套。他们的义举激发了全体师生干事创业、刻苦学习的热情，学校教学质量不断提高，中招考试被省示范

性高中录取人数连年提高。

董事长张圣贤说，善举创造和谐，爱心传承美德。捐资助学是一项功在当代，利在千秋的事业，是公司始终不渝、坚定不移秉承的社会责任。今天我们捐赠的一些课桌椅，对一个学校来说也许只是杯水车薪，但代表了我们对家乡人民的牵挂。我们希望通过捐助，带给同学们更多的社会关爱和关注。关爱同学们不仅仅是政府的职责，更是每一个有爱心的人、有爱心的企业家的责任，更是社会各界共同的责任。这次捐赠是博时置业有限公司关注教育、关注未来的一些举措，我们希望通过这些举措，起到抛砖引玉作用，带动社会各界朋友对教育事业倾注更多的爱心和支持，给每一个需要帮助的孩子多一份关爱、多一份期待，使同在蓝天下的学生，一起健康成长。使社会重视知识、重视教育、关心人才的成长，使全社会有这种共同的责任心、责任感，为人才、为教育、为社会、为未来、为中国梦尽一份心，出一份力，承担一份社会责任。

张圣贤说，关注教育、重视人才，为学子们成才尽心尽力是我们的一种长期责任，我们会把捐资助学活动一如既往地继续下去。

“授人玫瑰，手有余香”，捐助是真诚的，爱心是无价的。教育局长张金楼说：企业家对教育事业的无私奉献，见证了社会各界对伊川教育事业的关心和支持！

统战部长郭邵军希望学校要励精图治，严谨办校，把学校办成领导放心、社会满意、家长称心、学生成才的好学校。希望同学们要以此为动力，刻苦学习，练好本领，以优异的学习成绩，报效祖国，回报社会。



捐资助学爱心连连

多次向学校捐款捐物并设立100万元的“博时助学奖励基金”



农产品注册商标量5年翻1倍 有影响力品牌仍不多

■ 新华社记者 文静

品牌化是农业现代化的核心竞争力和重要标志。截至2013年，我国农产品注册商标已达125万件，5年翻了一倍，但具有明显竞争力的产品品牌仍然不多，品牌农业培育保护机制有待进一步建立。

这是记者近日从在青岛市举行的中国品牌农业发展大会上获悉的。会议围绕“大

中国·大农业·大战略”主题，就我国现代农业品牌化发展的方向和路径进行经验交流和理论探讨。

“随着市场化的发展，农产品品牌建设迎来难得机遇，出现一大批具有地方特色的名优特产品，如三元牛奶、西湖龙井、阳澄湖大闸蟹等。”农业部市场司司长张合成指出，从2008年到2013年，我国农产品注册商标数量5年间翻了一倍，但是农产品品牌总体

建设基础差，具有明显竞争力的产品品牌依然少，多数品牌还停留在局部地区，国际知名品牌更少。

与会专家认为，加快推进农业品牌建设是转变农业发展方式、加快推进现代农业的紧迫任务。要积极探索建立农产品品牌目录制度，完善评价体系。激活农产品品牌发展动力，创立品牌培育和保护机制。要加强品牌农业发展的顶层设计，以品牌化引领农业生产

经营的产业化、规模化、标准化和组织化。

农业部副部长于康震在会上表示，在现代农业加速发展的进程中，品牌农业建设迎来了发展的黄金期，今后应做好品牌农业建设的统筹规划和相关政策安排；大力发展优质农产品，提升产品品质；各地要找准自身特色，实现差异化发展；创新营销方式，加强品牌宣传，并处理好政府引导和市场主体的关系。

卡位乳业市场 恒大出手多渠道营销

■ 张歆晨 彭甜甜

时隔一年，恒大再次利用“球衣平台”向外界展示其在快消领域的新产品。日前，广州恒大球员身披“哇娃熊婴幼儿奶粉”球衣进入中超赛场，恒大在乳业领域的新产品正式曝光。据了解，在渠道方面，目前恒大旗下乳品定制的有电话购买、网上购买和楼盘直销店预订三种渠道方式。

短短几个月时间，恒大地产集团的多元化运作或多或少让外界感到眼花缭乱。从最早期的饮用水，到最近的太阳能光伏，再到最近的婴幼儿配方奶粉，恒大涉猎之广确实让人叹为观止，同时也给外界造成疑惑：未来的生活中会有多少东西被贴上“恒大”标签？

迈出乳业第一步

今年上半年，曾陆续有本地媒体曝出消息，称恒大高层考察张家口、内蒙古等地区，发展现代农业和乳业。不过，最终，恒大选择了“出海并购”的方式，迈出进入奶粉行业的第一步。据了解，今年9月份，恒大收购了新西兰乳业品牌哇娃熊，成为首家收购国外乳业的企业。

据第一财经日报报道，知情人士对记者表示，收购哇娃熊是恒大进入乳业的第一步，引入国外先进技术后，恒大可能要在建设自己的乳业基地，打造在中国自己的乳业品牌。

该知情人士认为，恒大未做过奶粉，收购国外品牌一方面可以积累经验，另一方面可以缩减切入奶粉行业的时间。

记者从哇娃熊的广告牌上了解到，恒大哇娃熊奶粉为新西兰原装进口，主打智能优化组合、视能优化组合和体能优化组合的“三能”组合配方。其全国统一零售价分别为：1段236元/罐（每罐900克），2段216元/罐，3段196元/罐。

在苏宁易购上，原装进口的1段婴幼儿奶粉，丹麦原装进口的雅培 Abbott 聪智婴儿配方奶粉售价416元/罐，荷兰原装进口的Nutrifant 谢诺优能贝能白金版婴儿配方奶粉售价395元/罐，荷兰原装进口的美素 Friso-lac 金装美素力售价255元/罐。而在非原装进口的1段婴幼儿奶粉中，Nestle 雀巢能恩210元/罐，美赞臣安儿 A+为266元/罐，惠氏 S-26 金装爱儿乐售价为193元/罐。从价格上看，恒大哇娃熊奶粉价格在原装进口奶粉中位于中等。

在渠道方面，记者了解到，目前恒大定制的有电话购买、网上购买和楼盘直销店预订三种渠道方式。

2014年5月1日，洋奶粉进口新规实行，在国家公布的名单中，哇娃熊是第一批获得注册的新西兰婴幼儿配方奶粉生产企业。据悉，首批仅有全球13个国家41家婴幼儿奶粉生产企业获得注册。

有业内人士对记者透露，收购哇娃熊后，恒大各地的分公司在乳业领域展开新一轮的“挖人行动”，挖角的对象包括惠氏、贝因美、美赞臣、多美滋、合生元等主要乳企。

多元化看准两条主线

去年11月，恒大表示计划投资百亿发展高端矿泉水；今年8月，恒大进军粮油、乳

业和畜牧业，目前已投入70亿元建立恒大粮油22个生产基地；今年9月底，恒大再次宣布豪掷900亿元图谋光伏发电。此前，恒大已经在韩国收购了较大规模的一家整形医院，更早前该公司在唱片娱乐影视方面也有布局。

恒大在多元化方面的投资虽然看起来凌乱，但有两条主线贯穿其中：一条线是能够形成品牌规模效应的大消费领域，以饮用水、粮油、奶粉、畜牧业为主；另一条主线便是受国家政策支持，利于进行资本运作的新产业如太阳能光伏产业。

从恒大对外宣称的信息来看，动辄上百亿的投资额，以及上千亿的目标市场总额，显示出该集团财大气粗的霸气，同时也让其他行业感受到来自地产资本的压力。

除了去年11月宣布投资百亿布局高端饮用水之外，今年8月26日，该集团董事局主席许家印在投资者见面会上透露，粮油集团的投资已经多达几十亿，而其规模要做到1000亿。加上之后在奶粉以及畜牧业上的投入，该集团仅在不到一年时间内投向快消领域的资本就已经超过百亿规模。

在外界看来，许家印这种大规模砸钱的投资方式过于高调，同时也对其资金提出质疑。穆迪认为，在其他产业过多投资可能会在短期内消耗公司大量资金，并预计其年度净负债水平会超过80%。数据显示，该集团中期净负债水平已经由去年底的69.5%上升至89.5%。

但在恒大以及许家印看来，相对于其在地产上超过千亿的销售额而言，这点资金“并没有压力”。知情人士透露，预计到10月底，该集团地产板块1100亿的年度销售额

务便可以达成，预计该集团会上调年度销售目标，但具体调高多少还需要许老板亲自拍板。

就在恒大地产今年的中期业绩发布会上，许家印也曾表示，鉴于地产有大量资金回笼，以及公司收缩土地扩张，将使得集团有大量资金可以投入其他产业。而且他表示：“中国目前有太多市场机会，如果我们不去做就太可惜了。”

有接近许家印的知情人士透露，该集团在多个产业上的做法是积极卡位，先把声势做大，“霸住”市场避免其他竞争者进入，例如光伏，集团宣布在张家口投资900亿，其实只是一个投资意向，最终会投资多少，仍有待进一步研究。

对于大消费板块，恒大的目标在于旗下超过200个楼盘和项目的“最后一公里”。上述知情人士透露，该集团新近成立了1800人的销售物流团队，研究与客户之间“最后一公里”的市场机会，这意味着未来很可能其他快递公司将无法直接进入恒大的楼盘和社区，而贴着恒大标签的饮用水、粮油产品、婴幼儿配方奶粉以及未来可能推出的畜牧产品，都将在恒大的社区中进行重点布点销售。

至于太阳能光伏，由于受到资本追捧，则将成为恒大旗下进行资本运作的另一筹码。本月7日，主营电缆电线等产品的国缆集团发布公告称，与恒大和美国太阳能企业Solar Power Inc(SPI)签订备忘录，恒大将折让近九成的作价、合共涉资12亿元认购公司股份。恒大公开表示，将利用国缆作为平台，“发展新能源行业”及“在适当时候透过资本市场集资”。