

长沙市副市长何寄华在考察克明面业时说： 让消费者吃得放心，也吃得舒心

本报讯 1月28日上午，寒风凛冽，这是今年冬天长沙最冷的天气。但湖南克明面业却洋溢着温暖，长沙市副市长何寄华当天来到这里调研，该公司总经理陈克忠陪同并对企业的情况作了详细的汇报。何副市长深入长沙克明面业厂区，参观了整个生产流程，并来到湖南克明食品研究院进行了细致的考察，他对克明面业高规格的研发院及检测中心工作给予肯定，并对克明面业严格食品安全生产给予高度评价。

陈克忠总经理介绍，挂面第一股的克明面业作为国内领先的挂面生产企业，其产能、销售额、市场占有率均名列全国挂面行业前茅。公司2014年计划销量300000吨，实际完成突破了

30万吨；与去年相比，销量增长率超过20%。

关于食品安全生产，陈总经理汇报说，企业有三个关口牢牢把握。第一关：把牢“禁止”的关口。直到2011年，国家才正式明文规定禁止使用增白剂。而克明面业在行业内最早提出不使用含有增白剂的面粉。第二关：内控标准超过国家食品安全标准，严控面粉入口关。克明面业挂面的原料小麦粉定点、定厂、定品种、定标准生产后，统一配送至各个挂面生产基地。每个批次的原料入库后，公司都要对其进行农药残留、重金属含量、增白剂、理化指标、面粉品质等方面的检测。第三关：克明面业生产的每一个环节都严格按照生产指导规范，严格作业。

陈总经理还介绍，近几年来，公司投入的



科研经费均占年销售收入的3%以上。公司成立了独立的检测中心和研发中心，配备了设施齐全的检验室和产品实验室，拥有国际先进的检测、实验设备，不仅能检出国家禁止的有害成分，而且还能检出国家标准没有禁止，但可能对人体造成潜在危害的成分。

在长沙克明面业产品展览室，何副市长从展览柜上拿下一包包精致的面条仔细察看，当他看到每包面条上都印有煮面的方法时，深有感触地说，克明人真是有心人，事事处处为消费者着想，让消费者吃得放心，也吃得舒心。（记者 李凤发 通讯员 周忠应）

桑海集团召开 2014 年度总结表彰大会

特约记者 袁敏

江西桑海集团有限责任公司2014年度总结暨先进表彰大会于2015年2月9日在南昌济生制药厂召开，大会对过去一年集团的生产经营、财务运行等工作进行了全面总结；对今年的重点工作进行了安排部署；对南昌济生制药厂等10家2014年度企业目标管理综合先进单位、南昌桑海制药厂等16家2014年度安全生产先进单位、江西味精厂等19家2014年度信访维稳工作先进单位进行了表彰。集团领导张京生、鲁德洪、罗国仕、王刚、廖文进出席大会。

2014年，桑海集团面对国内外经济复苏迟缓，动力不足，传统制造业步入深度转型调整期，生产经营下行压力大的困难环境，坚持稳中求进、改革创新，把改革创新作为稳和进的着力点，采取多种创新性措施，使驾驭全局

的能力不断提高，生产经营水平持续提升。2014年，桑海集团继续保持了经营业绩自2004年以来连续11年的高速增长，各项经济指标再创历史新高；集团完成工农业总产值与上一年同期相比增长14%；销售收入同比增长15%；上交税金同比增长25%；职工人均收入同比增长15%。

今年是全面完成“十二五”规划的收官之年，更是我国深化农垦改革的关键之年。桑海集团党委书记、董事长、总经理张京生在总结表彰大会上的讲话中指出，中共中央、国务院近日印发了《关于加大改革创新力度加快农业现代化建设的若干意见》，首次将农垦改革纳入，并将之视为改革重点。因此，今年面对深化农垦改革的经济新常态，我们要正确处理改革、发展、稳定的关系，以提高发展质量和效益为中心，坚持稳中求进，推动企业持续健康发展。我们要进一步深化改革，紧密结合实际，探

索发展混合所有制经济的改革，激发企业发展活力。我们要坚持以人为本，尽力为职工办实事，增加职工的就业岗位，逐步提高职工的收入。尽心为职工解难题，全力抓好1050户集中新建危房改造工程，让职工早日搬进新居。我们还要不断加强学习，提高适应新常态的能力和水平。只有不断加强学习，才能吃透深化农垦改革的精神，保持稳步发展的战略定力；只有不断加强学习，才能适应经济新常态的新要求，提高应对新情况、解决新问题的能力。

新常态蕴涵新机遇，孕育新希望。张京生最后号召集团广大干部职工继续发扬“艰苦奋斗，开拓进取”的农垦精神，主动适应经济新常态，紧紧抓住深化农垦改革等国家层面重大战略带来的发展机遇，顺势而为，乘势而上，创新发展，提质增效，稳增长，全面开创各项工作的新局面，续写桑海集团更加辉煌的新佳绩。

鲁花集团：“走心”的产品才会赢

前不久，在与鲁花集团总裁孙东伟交流的过程中，“一切从消费者出发”这个词不断地被提起。而这，其实正是人们常说的“用户为王”。

传统产业互联网化，要先从战略上实现互联网化。

我们的生活正在被互联网迅速冲击和改变着。当平均每人每天低头看手机150多次时，你会发现这张“网”已经无处不在。既然企业已经身在“网”中，就要适应这个“网”的游戏规则。

互联网游戏规则的核心是什么？用户为王。具体到传统产业和企业自身呢？客户为王，消费者为王。

在客户关系领域，虽然从来不乏“顾客永远是上帝”这样的宣传用语，但“上帝”始终缺乏与企业沟通的渠道和权利。到了互联网时代，好评权在顾客手里，越来越多的试吃、试用，成就着企业与顾客的温暖情谊。

这个时候，企业只有站在消费者的立场考虑问题，才能在“好评”中骄傲地前行。

还是从鲁花的产品说起。无论是食用油系列，还是调味品系列，孙东伟经常讲：“我们一定要坚持自己的品质，有空多想想消费者需要什么，需要为他们改进什么。这样，才能走到消费者的心里去。”比如，鲁花的产品通过网络进行大规模销售时，要求实现两点：一是包装要好拆，因为每个人在接收快递的过程中，对不好拆的包装都会感到不满意；二是可以重复利用，因为大量的快递包装已经造成了我们生活中的垃圾。

“你时时处处为消费者考虑，他们总能感受到。”孙东伟说，只要坚持消费者立场，就一定能走到消费者的心里。

事实上，无论是小米手机，还是火爆的打车软件，都在证明，在用户为王、消费者为王的时代，只有“走心”的产品，才能走向更大的市场。

（张雪）



安徽楚源公司：拍摄微视频 弘扬正能量

2月3日，安徽楚源公司工会、团委启动的“最美青工”微视频拍摄活动圆满结束，专题视频《“最美青工”杨培宁》将参加省“岗位践行价值观 青春建功中国梦”——寻找“最美青工”主题活动

展播，展现楚源风貌，弘扬青春正能量。杨培宁是安徽楚源工贸有限公司新集宾馆餐饮服务部职工，她珍惜岗位，勤奋踏实，热情服务，迅速成长为单位业务骨干，多次在国家和省级餐饮服

务大赛获奖，刷新省市纪录，获得国家二级技师证书，“优质文明服务标兵”荣誉称号正是对她努力工作的最佳褒奖。许广泉 摄影报道

“四纵四横”初具规模 中铁总布局海外

高铁在中国发展的良好势头，无疑也增加了中国铁路总公司在海外推介中国高铁的底气。

随着国内“四纵四横”快速铁路网主骨架初具规模，中国高铁正在由国内走向国外。1月29日，中国铁路总公司总经理盛光祖在年度工作会上透露，2015年将以拓展国外高速铁路建设市场为重点，大力推进铁路“走出去”，进一步提升我国铁路的国际竞争力。简而言之，“铁路走出去实现新突破，总公司国际化水平明显提升”。

据了解，中国铁路总公司有意利用在管理、技术、资源方面的优势，以及在企业层面的牵头作用，加快搭建企业层面合作平台，形成协调机制，避免恶性竞争。

高铁的中国模板

记者从中国铁路总公司获悉，截至2014年底，我国高铁营业里程突破1.6万公里，2015年还将突破1.8万公里，以“四纵四横”为主骨架的高速铁路网已全部开工建设，且大部分段落已经建成通车，只剩少量将在2015年年末建成。

中国铁路总公司有关人士向记者表示，随着高铁运力持续增强，全社会人流、物流周转明显加快，大幅缩短旅客的旅行时间，全社会物流成本有效降低。

据介绍，高铁开通后，各地人们的旅行时间大幅压缩。比如贵广高铁开通后，贵阳到广州的列车运行时间由20小时缩短至4小时；兰新高铁全线开通后，兰州至乌鲁木齐的列车运行时间由18小时30分钟缩短至9小时。随着运量的持续快速增长，高铁节约的社会时间成本还会大幅增加。

大动能的高铁开通后，还能有效缓解货运能力长期紧张的局面。依托沪昆、向莆、京九、赣龙铁路干线，加快形成至上海、宁波、厦门、深圳的铁海联运班列运输网络。

此外，随着高速铁路在综合交通运输体系中的作用持续增强，全社会人流、物流周转明显加快，成本有效降低，为改善企业经营效益、提高经济发展质量发挥了重要作用。据统计，我国已开通运营的高铁可为货物运输腾出2.3亿吨的年运力。与2007年相比，2014年全国铁路货物发送量增加68154万吨，增长21.8%。

高铁不仅带来上述直观影响，也对加速产业转型升级，降低社会物流成本，优化产业结构调整具有重要作用。正因如此，交通运输部部长杨传堂首度参加中国铁路总公司年度会议便赞道，铁路为稳增长、促改革、调结构做出重要贡献，铁路的发展计划将会是正在起草中的十三五交通规划的重要一章。

而高铁在中国发展的良好势头，无疑也增加了中国铁路总公司在海外推介中国高铁

的底气。

建立企业层面协调机制

在此之前，中国高铁曾有望在墨西哥高铁项目获得“基建+装备”的整体出海，不料项目生变最终流标。中国铁建与中国南车等公司近期重启投标，再战墨西哥。

北方交通大学教授纪嘉伦认为，标准之争才是未来中国高铁国际化进程的最重要挑战。墨西哥高铁原在接受中国标准之后反遭去标波谲，显示标准背后的之争利益深重，而中国标准走出国门不易。

盛光祖在会议上透露，2015年铁总将积极推进铁路行业技术标准体系建设，加快我国铁路技术标准国际化进程，健全铁路知识产权管理工作机制，完善中国标准动车组知识产权布局。在装备领域，加快推进时速350公里中国标准动车组研制，确保2015年完成样车下线、型式试验、运用考核等工作，同时加快研制时速250公里中国标准动车组，形成中国标准动车组系列化产品。

而国内企业也考虑在出海之前集结成团，不再重演南北车及其他央企在海外恶性竞争的局面。盛光祖表示，将会充分发挥铁路总公司在管理、技术、资源方面的优势和在企业层面的牵头作用，加快形成由铁路勘察设

计、施工建设、装备制造、通信信号等企业参与的铁路“走出去”企业间信息共享和工作协调机制，统筹好国内资源与国外市场，实现互利共赢，增强铁路全产业链竞争力。

这一协调机制可谓来得恰是时候。不过也有铁路内部人士向记者表示，中铁总搭建沟通平台，协调用意初衷极好，但是效果尚难定论。此前铁道部作为部委尚能一纸令下，让各相关公司协调组建18个海外铁路项目。然而，如今中国铁路总公司自身已变为央企，与中国中铁、中国铁建、中国南车、中国北车等公司同级，协调工作或较此前更为困难。

除了协调平台外，中国铁路总公司还打算推进与周边国家铁路互联互通建设。近期以中老、中泰铁路项目为重点，同时积极推动匈塞铁路、俄罗斯莫斯科-喀山高铁、坦赞铁路等项目，按期完成建设目标。

此外，中铁总还打算整合全路集装箱国际联运业务，加强国内和国际经营网络建设，构建铁路跨国物流平台，提高我国铁路在国际物流市场的竞争力。目前中欧、中亚集装箱班列是工作重点。盛光祖透露，将加强与沿线各国铁路的协调、畅通和扩大国际运输通道，建立健全量价捆绑机制，大力开发境内货源和境外回程货源，实现班列开行数量持续快速增长。

据记者了解，2014年共开行中欧班列308列，发送集装箱26070标准箱，较上年同期多开228列，增长285%。（高江虹）

中铁二局四公司 实现生产“开门红”

本报成都讯（通讯员 梁明清 苟桂兰）进入新年，中铁二局四公司迅速掀起了生产大干热潮。截至1月底，该公司月完成产值3.24亿元，为公司月计划的142.1%；为中铁二局股份公司季度计划的54%，同比增幅6.6%，取得了2015年生产的“开门红”。今年，该公司在建项目有38个，各工程项目进展顺利。

进入2015年，四公司继续坚持贯彻“调结构、转方式”的经营工作方针，灵活调整经营结构，紧跟国家政策形势，着力调整产业结构，拓宽市场开发份额。与此同时，施工生产稳步推进，资源调配科学合理，上千员工节日坚守，在“抓安全、保畅通、誓夺首月开门红”活动中，取得了施工、安全、质量、效率历年最好成绩。

联手宝洁 维也纳酒店集团 重构品牌布局

继铂涛牵手巴黎酒店集团、华住联姻雅高集团后，2月6日，国内规模最大的中端酒店集团维也纳宣布与宝洁公司正式签署战略合作协议。

根据协议，维也纳旗下酒店品牌将直接采购和使用宝洁产品，未来双方还将打通会员积分体系，实现产品服务嫁接及会员资源共享。

“维也纳在选用宝洁产品后，每年的成本将提升5000万元。”维也纳酒店集团董事长黄德满2月6日向记者透露，为了实现2017年在国内A股上市的目标，维也纳对旗下品牌进行了重新定位与优化，将原有的四大品牌体系梳理调整为六大品牌，全面开启多品牌发展战略。

跨界联手

黄德满分析，在国内酒店市场，高端五星级酒店基本上是国外品牌的天下，低端的经济型连锁酒店市场则由如家、七天、汉庭、格林豪泰等品牌把持，唯独中档酒店的市场远未饱和。“因此，中端酒店依然是维也纳的业务核心。”黄德满说。

据悉，目前维也纳旗下中端品牌已经开始选用宝洁旗下的飘柔和佳洁士两款产品，并按春秋两季为住客进行分类；未来，维也纳集团旗下高星级酒店（维纳斯皇家酒店）也将采用SK-II、玉兰油等高端产品。

据宝洁相关人士介绍，在二期合作，宝洁将对维也纳引进高星产品、O2O产品以及一系列助眠产品。一位酒店业资深人士分析，在双方此次跨界合作中，宝洁第一次允许合作酒店直接打上宝洁产品标志，同时开放会员积分体系，是宝洁应对当下低迷市场环境的一次重要尝试，同时也是维也纳对近期铂涛和华住频频动作的反击。

宝洁最新财报显示，2015年第二财季，宝洁的全球净营收为201.61亿美元，较去年的210.99亿美元下滑了4%；净利润是23.72亿美元，和去年同期相比大幅下滑了31%。

反观维也纳酒店集团，由于是国内最早瞄准中端酒店市场并开始连锁化运营，目前在全国80个大中城市已建立有400多家分店，为国内中档商务酒店市场规模最大的酒店品牌。不过，面对铂涛、华住等大型酒店集团的进攻，黄德满坦言“有压力”，但也有信心“与狼共舞”。

维也纳品牌副总裁罗轲向记者透露，目前该公司正与飞利浦、小米等跨界企业谈合作，藉此进一步提升用户体验，正面迎接与其他对手的竞争。

重构品牌矩阵

为了实现品牌升级扩张，进一步向国际顶级酒店品牌迈进，维也纳同时对旗下品牌进行了重新定位与优化，从原有四大品牌梳理调整为六大品牌，分别是：定位为高星级豪华酒店的维纳斯皇家酒店和维纳斯度假村酒店两个品牌；定位中高端商务酒店的维也纳国际酒店和维也纳智好酒店两个品牌；打造睡眠文化的主题精品酒店维也纳好眠酒店品牌以及环保经济型酒店品牌维也纳三好酒店。

黄德满表示，高端市场是维也纳未来发力的重点，为此该公司成立了高星事业部，将五星级酒店维纳斯皇家酒店作为种子去培育。“另外，我们要进军酒店地产行业，收购经营不理想的五星级酒店，直接管理。”黄德满表示，目前有近八成的五星级酒店在亏损状态，维也纳将用承包的方式与地产商进行合作。

据记者了解，目前该集团旗下的首家五星级酒店维也纳维纳斯皇家酒店已在阳江开业，而好眠酒店和三好酒店也收到不少投资物业提出的加盟意向。

“根据我们的目标，2017年底之前维也纳要在国内100个城市开出1000家门店，其中大部分是中档酒店。”黄德满透露。另据记者了解，继2007年获软银赛富1.15亿元、2010年美国奇力资本2000万美元注资后，维也纳还酝酿第三轮融资，为品牌进一步扩张做准备。（叶碧华）