

围绕金融风险管理、中小微企业信用融资、个人及企业信用信息服务等展开深度合作

## 云征信息与冠群驰骋河南分公司达成战略合作

■ 本报驻河南首席记者 李代广  
特约记者 陈天恩

近日,我国中部地区最知名的信用信息查询机构云征信息技术有限公司与冠群驰骋商务信息咨询(天津)有限公司河南分公司正式达成战略合作,双方将围绕金融风险管理、中小微企业信用融资、个人及企业信用信息服务等、大数据分析评估等多个方面展开深度合作。

冠群驰骋是国内知名的互联网民间资本出借与借款咨询服务平台,平台为资金出借客户提供借款客户的资质评估、风险指数评级、借款用途、还款管理、法律咨询等全方位服务,冠群驰骋凭借强大的互联网信息平台,实现了全国辐射发展,目前在全国建立了512家以上分支机构,拥有超过1万人的专业化团队,服务网络遍布全国主要地区。

冠群在快速发展过程中,凭借出色的“冠群1+1”资金解决方案和过硬的风控体系,有效解决了几十多万中小微企业的资金需求困境,有效缓解了中小微企业融资难、融资贵问题,在业内及客户中赢得了良好的口碑。为追求风险管控的即时化、信息化、信用量化,冠群驰骋河南分公司与我国中部地区最知名的大数据信用信息应用机构云征信息技术有限公司一拍即合,以双方云征信息的大数据信用信息查询系统为合作核心,围绕金融风险管理、优质客户筛查、贷后监管治理、企业信用评价等多个方面展开深度合作。

长期以来,社会诚信体系建设难、社会治理治理难、中小微企业融资难、金融机构贷后监管难等多种难题成了社会经济发展的瓶颈。其主要原因是客观的信用评价体系未能有效建立,信息不交融,数据难共享,信用未量化,价值未挖掘,在人们社会经济生活中形成一张无形的信任隔膜,特别是商业交易和投融资过程中,潜在风险巨大。

云征信息技术有限公司是集信息技术研发、金融与信用服务于一体的信息技术企业,其多年积淀的互联网基因让他们敏锐地意识到,作为全球网民数量最多的国家、全球最大的电子信息产品生产基地和全球最具成长性的信息消费市场,中国逐渐成长为全球重要的大数据资源集聚地和大数据应用市场。而社会诚信建设的核心因素也是数据,怎样让主观信用判断改变为客观信用评价,唯一改变的就是让信用进行量化,以数据化呈现。为此,他们展开技术攻关的漫长之路。他们深耕大数据行业七年来,以高精专技术力量潜心

研究,开发数据挖掘采集、信用计算评估、大数据财务供应链分析等大数据关键技术,通过对企业的各种指标等明细数据的全自动、全天候、全链条的挖掘分析,实现企业信用的数据化,为政府和金融机构以及投资者提供决策支持。

冠群驰骋河南分公司相关负责人表示:“大数据信用信息的应用将对民间借贷金融机构产生巨大影响,至少要从风控体系的建设重新设计,当前的运营模式和资金配置也要同步改善,将进一步使借贷关系更为可靠和透明,为整个行业的健康发展带来不小的受益。”

云征信息大数据项目负责人表示,云征信息不仅要为金融机构服务,还要着眼于社会诚信体系建设和多个行业的诚信引导不断努力,我们着力构建中部地区大数据应用中心和中部地区大数据清洗中心,进一步深化社会信用评价体系、金融风险管理体系和企业信用融资体系,以及企业信用信息服务平台、地方金融风险管理平台、银行量化风险信息平台、区域经济数据服务平台、个人信用报告查询平台,以真正发挥大数据应用领先者的角色作用。

## 让赤峰乃至内蒙古再多一张对外名片——访赤峰市林西县伟信商贸有限公司总经理吕乐

随着赤峰市旅游业的发展,赤峰市风干牛肉行业如火如荼地发展起来。内蒙古草原的天然优势,风干牛肉的美味与营养,使这个行业的发展格外抢眼,成为赤峰市乃至内蒙古对外宣传的一张名片。

在赤峰,提起赤峰伟信商贸公司,知道的人很少,但提起老乐牛肉干,几乎人人都知道,赞不绝口,这也是记者要采访的原因之一。老乐风干牛肉,这么好?值得大家这么称赞吗?在电子商务会展中心,记者采访到了老乐风干牛肉的创始人吕乐,果不其然,他乐呵呵的态度和做事风格感染了采访的记者,名副其实的“老乐”。

他打开话匣子,把他的创业经历向记者娓娓道来:“其实,我就是个爱琢磨事的人,也是一个闲不住的人,高中毕业后,进入社会,尝试了很多行业,打过工,做过业务,做过熟食,开过饭店,有过波折,有过低谷,也有过高峰期,但我始终有个乐观心态,一切都会过去的,阳光总在风雨后。我现在在做风干牛肉,迎来了我人生创业的新起点,当年做熟食的时候,我就在捉摸,做些高端食品,既有市场,

又有高附加值,我就想到了做风干牛肉,因为随着赤峰乃至内蒙古旅游业的发展,作为内蒙古特产的风干牛肉很畅销,是个朝阳产业。当时,在林西县做风干牛肉的还不算多,偶然的一次机会,我去清真寺拜访一个老阿訇,带去了自己的风干牛肉,给人家品尝,阿訇不以为然,拿出了自己的风干牛肉,一张油纸上摆着七八块牛肉干,外形很怪,每块牛肉干上遍披牛肉纤维绒毛,进口软硬适中,牛肉的醇香在唇齿之间久久回味,顺着肉的纤维扯开,丝与丝之中断而相连。事后在一些老人口中得知,这就是绝迹多年的发丝牛肉干。

后来老阿訇告诉我,这种风干牛肉,是以伊斯兰传统制作工艺制作的,名字叫做绒毛手撕牛肉干。赞叹不已的我佩服得甘拜下风,没想到风干牛肉能好吃到如此地步,没想到如此好吃的风干牛肉能出自眼前这位不起眼的老者之手。老阿訇毫无保留地传给了我配方以及制作工艺。绒毛手撕风干牛肉的制作经过多道工序,要七天,看来好的东西都需要用真功夫。

回来之后,我用阿訇的配方,结合现代生

产工艺做出了一个系列、两个种类。当这种全新的风干牛肉面市后,得到了更多的好评,被玉龙论坛的美食家们评价为“赤峰地域最好吃的风干牛肉”。这种极具特质又异常美味的特产当作赤峰的名片,带到外地作为礼品送给外地的亲朋。网店、一些地域的代购点便应运而生。2010年,我出席山东淄博农博会,得到主办方和各地客商的好评,纷纷来电来函,商讨合作事宜。在这种情况下,2010年9月我置备了厂房,预备把这一带有蒙古传统工艺和浓厚伊斯兰风味的绒毛手撕风干牛肉,在本人手里继续发扬光大,让赤峰乃至内蒙古再多一张对外宣传的名片。

吕乐顺拿起包装袋指着包装图案说:以前的是老乐系列风干牛肉,现在注册的“伊兰特”老乐系列只适合本区域销售。注册商标,是为了做品牌,做全国市场。为了做市场,我们做了充分的准备,跟电商合作,做电子商务系列,建立直营旗舰店,统一形象,招加盟商与代理商,以共同发展,共赢未来。

(明月)

## 新的一年,新的征程,新的起点,新的希望,新的常态 羚锐制药贴膏剂事业部召开半年度工作会



7月8日,河南羚锐制药股份有限公司贴膏剂事业部2015年度半年工作会议,在羚锐制药总部所在地河南省新县宾馆会议中心召开。羚锐制药总经理熊伟、副总经理夏辉、财务总监潘滋润,总经理助理王晓枫、姜家书,羚锐制药贴膏剂事业部部分高级经理人、中层管理人员及来自销售市场一线的营销经理人参加了会议。

2015年,是羚锐制药在贴膏剂药品营销上全面发力,并力争实现业绩新突破、推进企业加快发展的关键之年,也是全面完成企业“十二五”规划的收官和“十三五”规划谋篇布局之年。“看似寻常最崎岖,成如容易却艰辛”。新的一年,新的征程,新的起点,新的希望,新的常态。在公司董事会的指导和以熊伟为核心的管理团队带领下,今年以来,贴膏剂事业部认真研判医药事业和企业发展的新形势、新要求,从容应对各种挑战,强力推进加快发展,企业安全、优质生产工作和销售业绩、市场开拓、终端队伍建设等各主要经济指标均达到预期目标,实现了企业持续、健康发展。

会议较全面地总结了半年来企业经营、尤其是产品营销与市场开拓方面所取得的成绩,并对企业今后的科学发展,尤其是落实好年度目标任务进行了认真规划和部署。

会上,羚锐制药财务总监兼贴膏剂事业部财务工作负责人潘滋润宣读了羚锐制药第四期营销,即2015羚锐制药营销“未来星”表彰决定;会议对获得表彰的30名来自市场一线的羚锐营销“未来星”高级会员颁发了奖。

羚锐制药副总经理夏辉在会上就企业人力资源开发、利用等进行了相关政策宣讲,并就企业将进一步强化管理人员和企业经理人培训工作进行了通报。他指出在市场竞争日趋激烈的条件下,企业管理人员特别是中高层管理人员更要注重学习,进一步强化个人综合素质的提高。

会议期间,组织举办了羚锐营销论坛,羚锐生物药业总经理汪鹏程、羚锐制药信阳分公司销售总监郭先镇,羚锐制药贴膏剂事业部销售商务总监刘兴国、销售OTC总监李本林、张立、刘景伟、熊大辉等11位来自全国各地销售区域市场一线营销经理人,结合自己所在市场实际和长期在市场上打拼所积累的经验,就落实好产品营销工作,如何建队伍、如何使产品上量,尤其是在经济新常态、新的营销变革条件下如何实现产品销量的翻番,如何招聘并建立健全激励机制以留人、用人,如何贯彻好公司政策、用足用好企业管理制度,落实好通路法膏膏等主导产品,特别是小羚羊退热贴、舒腹贴膏等新品销售,进一步做

细、做精、做实市场,做大、做强、做优羚锐品牌等,畅谈了自己的感想与体会,在充分的沟通交流中,进行了经验分享。

羚锐制药总经理熊伟就营销论坛上各位营销经理人的经验所得和观点作了重点点评,并就如何推进企业营销战略,促进贴膏剂产品深度营销与市场开拓,对营销将士们提出了明确要求。

在随后的总结讲话中,熊伟总经理对羚锐制药贴膏剂事业部半年来的企业发展,尤其是产品营销工作所取得的突出成绩给予了充分肯定,并对广大员工,特别是多年来“舍小家、为大家”奋战在销售市场一线的营销将士们表达了由衷的感谢。他强调,上半年,大家精诚团结、共同奋斗,取得了较好的成绩,有很多好的做法值得推广,同时工作中也存在问题和不足,需要在下半年进行克服和改进。他号召全体员工要以新常态引领预期,凝聚共识,稳健前行;要在公司的统一管理下,紧抓企业全年的各项目标和任务,在新的起点上顺势而为,继续保持和超越上半年的良好发展势头,奋力开拓,奋发有为,力争取得更大成绩,努力续写发展新美景,拓展新天地,镌刻承前启后、继往开来的新印记,标志追梦脚步抵达的新高度。

(汤兴)



于东洋(中)在看图纸

## 于东洋:躬身煤海写春秋

■ 冯守柱 王磊荣

从19岁参加工作到现在,他与采煤打了24年交道;从当初的青涩小伙,到今日的生产标兵、优秀共产党员,于东洋,用24年的煤海实践,写实了一名共产党员的奉献、责任和担当!

### 挑战大倾角

于东洋现任山东陈蛮庄矿生产技术部部长、调度室主任,参加工作20余年来,积累了丰富的安全生产管理经验。陈蛮庄矿属大倾角煤层,局部倾角达40度,破解大倾角安全采煤问题是该矿的现实难题。2014年9月,于东洋担任生产技术部长之初,正值该矿3206工作面处理漏顶的关键时期。工作面顶板破碎,溜尾段顶板因漏顶被抽空,综采支架架架、倒架,拉架、调架极其困难。面对工作面错综复杂的条件,于东洋在现场一盯就是十几个小时,掌握第一手资料,迅速进入工作状态,并根据现场实际,制定了《3206大倾角工作面30条管理措施》,打出了物探预测地质构造、打眼注浆、超前支护顶板、预注高分子材料加固、铺设金属网护顶的组合拳。同时,利用斜拉千斤顶、特制千斤顶、长圆环链进行调架架架,很快扭转了生产被动局面。

“于主任工作严谨、细致、果断,处理3206面漏顶时,没白没黑地靠在现场,值得我们年轻的学习。”矿调度室调

度员崔军健说。

### 勇当“急先锋”

为尽快实现“两面生产”格局,于东洋超前考虑,积极组织力量集中开展3402工作面掘进、安装会战。会战期间,他天天调度指挥、每周总结分析,及时协调工作中存在的问题,做到设备、人员“两到位”,工作面安装质量、机电设备检修质量“两提高”,目标、责任、考核“三落实”。倒逼倒排掘进,准备、安装三阶段工期,挂图作战,加快3402轨道顺槽和3402切眼施工组织。同时,积极调研安装单轨吊设备,加快工作面安装进度,科学合理布置安装每个细节,每道工序,做到无缝安装,滴水不漏。在他的带领下,32度的倾角,180米长的工作面,仅25天就完成了设备安装任务,为下步产量提升创造了有利条件。

### 争当技术能手

作为一名技术管理人员,于东洋一有时间就翻阅书籍、查看图纸资料,逐渐成长为技术管理能手。针对矿井“三软三大”的复杂地质条件,他制定了《大倾角工作面安全生产红线管理规定》《大倾角工作面特殊管理规定》等规章制度,持续强化工作面基础质量,促进了安全生产,提高了生产效率,为陈蛮庄矿稳产增产作出了突出贡献。

## 太钢:风正扬帆党旗红

■ 黄传宝 芦文晓

太钢党委围绕中心工作,深入开展“三严三实”专题教育等活动,积极探索党建工作的新规律,不断探索党建管理工作的新模式,有效提升了党建工作科学化水平,使太钢党建工作展现出了勃勃生机与活力。太钢获评“2014中国工业企业履行社会责任”四星半级企业。太钢在中国国有企业100强社会责任指数排名中处于领先者行列。

深入开展形势和目标任务教育。围绕中央、省市及太钢重要政策,以党建、反腐倡廉、安全生产、重点工程建设、降本增效、节能环保、提升质量等为重点,通过主题活动、征文、漫画、典型案例宣传、演讲等多种形式,深化宣传教育活动;编辑《形势任务教育问答》专栏文章27期,在《太钢日报》刊发,积极推动了重点任务的完成。

围绕太钢深化改革主题,大力加强企业文化建设创新力度。组织实施太钢敬业评估,开展评估结果反馈,各重点单位认真分析评估报告结果,形成改进提升实施方案,达到了预期目标。开展多层次、宽领域的企业文化培训灌输,强化问题导向,开展安全、环保、质量、成本等多种形式的文化主题活动;继续开展“我们身边的闪光点”主题活动,通过多种渠道和途径宣传了先进个人和团队,推动了文化落地。加强网站、展馆、微博、微信、手机报等载体建设,积极应对突发事件,消除不良信息,提升了太钢形象和影响力。继续开展“公众开放日”活动,和开展以“我与太钢共成长”为主题的厂庆征文活动等。

学习讨论落实活动和“三严三实”专题教育,打牢党员干部思想基础。学习讨论落实活动中,突出反复学、深入学,认真领会习总书记重要讲话精神。下发“三严三实”专题教育工作方案,太钢董事长、党委书记李晓波以“学习践行三严三实,坚决打赢太钢生存保卫战”为题讲专题党课,太钢领导班子成员也分别到二级单位联系点,给二级单位班子成员和党员干部上了“三严三实”专题教育党课,同时还就二级单位“三严三实”专题教育开展情况进行了蹲点调研。各单位

党委相关负责人也为基层党员干部上了“三严三实”专题教育党课。以“三严三实”专题教育为从从严治党打下了思想基础。

健全体系,深入开展“三个转化”实践活动,不断提高党建科学化水平。健全体系,落实责任,形成齐抓共管局面,建立党委层面的“531”工作模式,支部层面的“组织生活设计”和党员队伍层面的争优行动,形成三级活动品牌。在此基础上,严格落实党委会、党政联席会、党委书记办公会议制度,定期组织分析研究部署基层党建工作,细化、量化党建目标任务,把“软任务”变成“硬指标”,实行公司、二级单位和作业区基层党建三级联动,纳入绩效指标,实行月检查、季考核和年评价。深入开展“三个转化”实践活动,设计了超越目标、降本增效、政治生日、知识酒吧、党员责任区、党员示范岗、党员安全卫士等多个活动载体,营造了“组织活动有载体,党员人人能参与,一个单位一特色”的浓厚氛围。

稳步做好困难职工帮扶救助工作。组织开展“一人平安、全家幸福”主题安全演讲活动,31个单位、1000余名职工参加了活动,其中53名职工参加了太钢比赛。实施员工心理援助计划,举办心理健康专题讲座10余场,参加人员达1500余人。开通了心理健康微信公众平台和心理健康QQ群,开展了“美丽太钢的梦”心灵故事征集活动。经过两年多的实践,太钢在实施EAP方面走在全国机冶建材系统及我省的前列。群众性经济技术创新工作,开展劳动竞赛、岗位练兵比武、创建创新工作室、创新创效等活动,收到了良好效果。

以“服务企业、服务青年”为根本出发点搞好工作。围绕青年思想教育、文化建设、人才培养、岗位建功和组织建设开展的各项活动。开通“太钢团委”微信公众平台,创建6个常规模块和2个专题模块,组建太钢青年网络文明志愿者队伍,拥有2420名青年注册网络文明志愿者。组织全太钢100余对“一助一”青年志愿者结对小组开展志愿服务,对困难青工、患病青工和残疾青工进行帮扶。在各级团组织中创新建立太钢“五为”共青团系统特色工作品牌体系。