

2 热点透析 Hot Dialysis

漯河市总工会为双汇员工送凉茶抗暑

■ 本报驻河南首席记者 李代广

8月3日上午,河南省漯河市人大常委会副主任、市总工会主席陈平,市总工会党组书记、常务副主席陈瑞峰一行,在双汇集团工会主席刘清德、双汇化工事业部总经理李现木的陪同下,来到双汇第一工业园卓智公司,慰问卓智公司的一线员工,并为他们送去了凉茶、水杯、毛巾等慰问品,传达了市委、市政府、市总工会对员工的关心和爱护,给员工们带来了夏日的清凉。

近日,高温酷暑天气“烘烤”着漯河的大地,但是漯河市总工会时刻关注着一线职工的“防暑降温”工作,此次活动也拉开了漯河市总工会2015年“盛夏送清凉”的活动序幕。在双汇第一工业园,漯河市总工会领导首先对双汇集团工会采取的职业防护和防暑降温措施工作进行了肯定,同时鼓励在场员工,工作中要注意保护好身体、注意安全,做到安全、身体两不误,并预祝双汇的明天更美好。



上海嘉庭中心 让孩子在这里享受到 “父母的最好”

龙应台说:父母也是有“有效期”的,在孩子最依赖的十年里用心教养,提供依靠,一旦孩子长到青春期,父母再怎么努力,也再无法提供实质性影响。孩子在小的时候,父母对他们来说是万能的,是完全可以依靠的。陪伴是最好的成长。童年只有几年,过得快乐还是艰难,对一生都有很大影响。成功的爸爸说:童年时短暂的,现在就要给孩子最好的。不知道将来会怎样,只知道今天,我要给你一个最好的童年。

成功的爸爸选择上海嘉庭中心,在这里从小培养孩子贵族式的优雅。上海嘉庭中心是中国首个会员制顶级家庭休闲生活与运动养生中心,由东渡国际集团开发,在顶级与独具特色的设备基础上,确保会员在最优质的环境享受尊贵的专属服务;并通过各项为家庭成员专门定制,寓教于乐的活动,尽心尽力为精英家庭打造更多美好的家庭记忆,让做父母的在这里学会“给孩子最好”,让孩子在这里享受到“父母的最好”。生命中不可回复的时光,在这里成为永恒的记忆和美好,在这里踏上健康的人生阶梯!东渡国际集团致力于成为这一世界领先的美好生活的服务商。(力平)

令人“害怕”的安全培训

本报讯(记者 任二敏 通讯员 卫红霞)“太可怕了,尘肺病到后期呼吸困难,竟然要插氧气管子!”“就是,真吓人呀,咱们以后上班时一定要戴好防尘口罩。”近日,在梨园矿“宁庄井煤矿”综采队会议室里,该队职工们一边观看电脑上的《活着之沉默的肺》及《尘肺病家庭的爱与绝望》等图片,一边发白内心的感叹。

“大家一定猜到为什么看这些令人‘害怕’的图片了吧?”该井综采队队长邵振东趁机反问道。

原来,这场让人“害怕”的安全教育源于半月前的一次安全检查。那天,该井通风科科长刘建辉在二1—21110采煤工作面检查时,发现作业现场架间喷雾没有打开,而且个别作业人员的防尘口罩没有正常佩戴。于是,他要求作业人员停止作业,马上进行整改,并按规定开出“三违”处罚单。待作业人员全部按要求整改后,刘建辉准备离开,然而他还没走几步,便听到有人在发牢骚:“就会罚罚罚,这防尘喷雾一开,衣服都打湿了,多难受呀。”“就是,身体是我们的,他瞎操什么心!”听到这里,刘建辉心里“咯噔”一下,本想立即回头对他们进行批评教育,但转念一想,只有尽快调整喷雾的位置,消除喷雾打开时的“副作用”,让作业人员自己意识到煤尘的危害,懂得“害怕”,才会自觉落实防尘措施。

于是,刘建辉升井后,将此事和队长邵振东进行了沟通,并和该队党支部书记王耀臣一起到现场对架间喷雾的位置调整进行了反复试验,既避免了原来喷雾位置高,水雾容易被风流吹散到作业人员身上的弊端,又提高了喷雾降尘效果。

同时,邵振东按照刘建辉的建议,安排人员从电脑上找来与尘肺病相关的图片资料及尘肺病的早期症状及预防措施等内容进行整理,利用周五学习会时间开展了尘肺病防治知识专题培训。

“尘肺病防大于治。我们一定要从每个细节做起,将防尘措施落实到位,及时消除井下作业环境中的粉尘危害,做好自我防护。”最后,该队队长邵振东在培训结束时强调说。

赵迎光： 把决策权交给“听得见炮声的人”

■ 席敏

做了6年代购后,赵迎光不甘心了,他要做自己的服装品牌。员工眼中的他穿着并不时尚,他也自嘲为“站在时尚门外的时尚品牌掌门人”。但这并不矛盾。他将时尚的事交给了公司的创意团队,并创出18个备受欢迎的时尚品牌。他的互联网服装品牌韩都衣舍也成了“双十一”“双十二”电商购物节里的赢家之一。

被韩国电商“惊晕了”

韩都衣舍,这家在淘宝等电商网站上有些名气的企业,已在济南默默成长了7年。

2001年,曾是山东大学第一批韩语专业大学生的赵迎光,在被一家贸易公司派驻韩国期间,感叹于韩国时尚文化和电商发展,利用工作之余做起了韩国化妆品、母婴用品、汽车用品的代购。

做了6年代购后,赵迎光在韩国参观一家电商企业时被“惊晕了”。这家企业每天的发货量接近3万件。他由此萌生自己一家互联网服装企业的想法,按照一位韩国朋友的建议,他将企业定位于主打时尚女装品牌。

2008年3月,韩都衣舍成立。没有设计师,他就从济南高校招揽毕业生;缺乏经验,就让员工们先尝试从韩国3000个时尚品牌中选择1000个品牌做代购,以此熟悉品牌和潮流。

一年后,韩都衣舍开始做服装设计和品牌构建,旗下的代购员工逐渐变成服装设计师,并设计出带有韩都衣舍风格的服装。现在,韩都衣舍已塑造了18个品牌,2014年交易额达到了15.7亿元。

“传统说法是渠道为王,但电商平台给了所有企业一个共同的渠道,在同一个渠道里就应该是品牌为王了。”赵迎光说。

把决策权交给“听得见炮声的人”

赵迎光喜欢聆听一线员工的意见。他说:“在互联网企业中,拥有无穷创意的员工应该是天花板,管理团队是为他们提供

■ 席敏

在创业7年后,做代购起家的赵迎光已成为电商领域的领军级人物。尽管在外人眼里,赵迎光已算是成功人士,但他却觉得创业仍未结束。他认为“互联网很大,还有很远的路要走”。

记者:作为一家专门代购的企业已有自己的优势,为什么你一定要做自己的品牌?

赵迎光:刚起步做电商,代购是比较容易上手的。我在做了化妆品、母婴用品和汽车用品三类代购之后发现,我一直都在卖别人的品牌,这实际上是互联网渠道里面的渠道,只能靠打价格战。后来我想明白了,互联网其实是适合做直销的,渠道为王已经成为品牌为王。不做自己的产品,没有自己的品牌,将一直是电商潮流的附庸,不可能成为弄潮儿,更不可能站立潮头。

记者:互联网时代很容易被模仿,你对此担心吗?

赵迎光:韩都衣舍可以被复制吗?这个问题我想过很多次,从理论上讲,答案是肯定的。但是要经历两个挑战,一是别的企业管理层能不能做到像我们这样,俯下身子为员工打工?韩都衣舍管理层都是服务员,



支撑的地板,天花板的高度决定了企业的高度。”

韩都衣舍办公区的过道和会议室墙壁上贴着18个品牌创始团队的照片。照片上,年轻人衣着时尚,充满朝气。这和41岁的赵迎光形成鲜明对比:除了一头过早花白的头发,衣着并无显眼之处。

自嘲为“站在时尚门外的时尚品牌掌门人”,赵迎光领导着近300个3人制的创意小组,每年有3万余款韩都衣舍的服装从这些小组里诞生。“他们负责时尚,我只是为他们提供服务,把决策权交给一线‘听得见炮声的人’。”赵迎光说。

从管理层到一线员工,韩都衣舍每位成员都用《本草纲目》中一味中草药作为自己的“花名”。赵迎光的“花名”是“百两金”,这是一味解毒消炎的中药。韩都衣舍一位高管对此的解释是,每一味中药都有独特的药效,这和每一位员工都有自己的价值一样,多味中药搭配可以治病,一家企业的员工凝聚在一起发挥各自作用就能成功,而“百两金”寓意消弭矛盾、解决问题。

“掌握大数据就占领了制胜高地”

赵迎光认为,韩都衣舍发展至今的最重要因素是对大数据的掌握。他把每一项用户数据精准地运用在对潮流的判断上。

为员工服务。二是韩都衣舍是一家企业,但更是一个平台。平台企业的最大优势是所有的资源都为员工开放并为他们所用,从供应商到仓储,甚至到最后拍板,都由员工决定。这是我们独特的地方,想要复制韩都衣舍的模式并不容易。

记者:电商竞争日益白热化,韩都衣舍的领先优势还能保持多久?

赵迎光:2010年拿到第一笔风险投资的时候,投资人也有过这样的疑虑。但说实话,我现在的压力越来越小了。现在我们有18个品牌,还有一些品牌正在孕育,这如同养了一群“孩子”。从2008年到现在,我们有了非常多的优秀创意小组,他们已经很成熟,他们培养出来的“孩子”也很健康。随着时间推移,“孩子”会越来越多,影响力会越来越大。

记者:很多电商企业在线上成功后会延伸到线下,形成“O2O”模式,你有这方面的打算吗?

赵迎光:没有,韩都衣舍非常明确地提出不做实体店。韩都衣舍并不简单是一家电商企业,我更倾向于将它定位为一家数据公司。任何和数据脱节的事情我们不做。做实体店我无法了解客户的流量,无法得到客户的实时点评,更无法对客户的动向

赵迎光因此成为一名“数据控”,言谈间总是沉浸其中并津津乐道,一串串数据,有的一听就懂,有的晦涩难明。

他认为,大数据是传统服装企业没有的优势。“比如一款卖出去10件的上衣和卖出去两件的上衣,你能说前者就卖得更好?我们能够通过页面浏览量来进行比对,有可能100个顾客浏览前者后才买了10件,但是有5个顾客浏览后者后就买了两件,当然是后者才是最受欢迎的,但这个数据是传统企业无法掌握的,而我们掌握大数据就占领了制胜高地。”他说。

尽管将今年的销售目标定为23亿元至25亿元,但韩都衣舍并未生产过一件衣服。韩都衣舍现有60家核心供应厂商和240家外围供应商,有的供应商甚至愿意为韩都衣舍接下一笔50件服装的订单。

“一个款式我可能只需要他们生产50件,但是我可能一次就下100款的订单。按照价格来计算,这也是一个不小的规模。”赵迎光说。

在大数据的引领下,韩都衣舍始终秉持一种“快时尚”的理念,只做站在潮流前列的服装。

“虽然我不是很懂时尚,但有300个团队和大数据支撑,让韩都衣舍足以发现潮流的方向,参与并引领这种潮流。这是互联网时代大数据的一大优势。”赵迎光说。

进行分析。互联网的优势在于大数据。

记者:现在很多互联网企业一时风光无限,但很快又销声匿迹,有没有考虑过韩都衣舍的路能走多远?

赵迎光:我们现在仍在创业的路上,从最初运作女装单个品牌开始,韩都衣舍已经历了“1.0单品时代—2.0多品牌时代—3.0品牌孵化平台阶段”。下一个计划就是2016年初启动“4.0时尚品牌发展生态时代”。

“4.0”的核心理念是开放,如我们将基于“互联网+传统服装+工商”和“互联网+传统面料供应商”的柔性供应链向其他互联网服装企业开放;为更多的互联网企业提供品牌孵化服务;运用大数据进军互联网金融领域等。除了“4.0”外,以后还会有更多的升级版本,现在不能简单说还能走多远,而应该说创业还有很远的路要走。

记者:在你看来,互联网企业成功的诀窍在哪里?

赵迎光:最大的诀窍在于思维方式和理念的转变。我觉得未来真正能够做大的互联网企业,一定是服务型管理的企业,一定不是控制型的企业,一定是生态型的企业,而不是帝国型的企业,一定是开放式的企业,而不是自我封闭循环的企业。

河北省开展建筑业 工伤保险“同舟计划”

本报(记者 杨会民 特约记者 赵振平)河北省人社厅、省住建厅、省安监局、省总工会四部门近日联合下发的《关于开展“同舟计划”——建筑业参加工伤保险专项行动方案》提出,用三年左右时间,实现建筑业从业人员参加工伤保险全覆盖,建立起按项目参保和优先办理工伤保险的工作机制,基本实现应保尽保。

专项行动明确提出了“三步走”:今年,河北全省年内新开工建筑项目全部参加工伤保险,将未参保的在建项目纳入保障范围,推进交通、铁路、水利等建筑施工企业参加工伤保险。2016年,建设项目基本实现全部参保,大部分交通、铁路、水利等建筑施工企业参加工伤保险。2017年,全部建筑企业从业人员参加工伤保险,全面提升按项目参保的管理能力和服务能力。

按照相关规定,对不能按用人单位参保、建筑项目使用的建筑业职工特别是农民工,按项目参加工伤保险。房屋建筑和市政基础设施工程实行以建设项目为单位参加工伤保险的,可在各项社会保险中优先办理参加工伤保险手续。安全措施未落实的项目,各地住房城乡建设主管部门不予核发施工许可证。对于事实清楚、权利义务关系明确的工伤认定申请,应当自受理工伤认定申请之日起15日内作出工伤认定决定。

未参加工伤保险的建设项目,职工发生工伤事故,依法由职工所在用人单位支付工伤保险待遇,施工总承包单位、建设单位承担连带责任。用人单位和承担连带责任的施工总承包单位、建设单位不支付的,由工伤保险基金先行支付,用人单位和承担连带责任的施工总承包单位、建设单位应当偿还。不偿还的,由社会保险经办机构依法追偿。

据悉,“同舟计划”强化了强制手段,未提交项目不参加工伤保险证明的建设项目,各地住建部门不予核发施工许可证,这大大增强了依法参保的行政约束力度。利用三年的时间,到2017年,河北省全部建筑企业从业人员都要参加工伤保险,全面加强按项目参保的管理能力和服务能力。

三年内,河北全省工伤保险参保人数将分别达到800万人、825万人和850万人。

鑫珠春公司 修旧利废成效显著

本报讯(记者 任二敏 通讯员 孟福生)面对煤炭严峻形势和生产的双重压力,河南能源集团焦煤鑫珠春公司针对安全、管理、煤质等内容分点布控,各个击破,今年上半年,该公司修旧利废完成432.89万元,技术创效完成计划的104.94万元,吨煤制造成本材料费每吨下降4.58元,同比下降10.76%。

科技开路,降成本。该公司按照“持续优化、循环往复”的理念,对设计和系统进行再思考、再优化,通过设计再优化,针对53区回风绕道贯通,采用更高精度全站仪一站式全方位高精度实测导线,使导线精度达到了7秒级的精度,量边误差小于1/10000;并先后对井下液管管件、悬移支架等设备自主技术改造,节约生产成本390万元,同时,研制开发整体式扶正器、井下钻孔控水防喷装置、高效防突煤钻头等一批机械加工新产品,有效满足市场需求。

材料管理,微计量。该公司采用材料“微计量”的管理办法,将发放数量精确到个位数,并根据矿井月度生产计划、区队材料消耗、物资回收复用等情况,要求各单位建立专门台账,合理编制材料需求计划,材料消耗严格预算、计划、使用、再计划,对各个环节制定考核办法,坚持做到井上算、井下验,把管理精细化、节约责任化延伸到每一个角落。

精品战略,提“两率”。该公司狠抓煤质综合回收率和精煤回收率“两率”提升,在井下,实行煤质市场化,逐级收购水分、脏杂物,追责到当班生产班组;井上,科学指导选煤,研究精煤、沫煤、煤泥三种产品产出曲线模型,并根据生产实际需要,更换新型直线脱泥筛,并把滤液漏斗、机架等重新进行改造,可降低洗精煤灰分0.2个百分点,水分下降1.3个百分点,确保了商品煤合格。

注销公告

成都达风奇文化传播有限公司(注册号510105000394776,法定代表人,蒋庆)2015年8月3日股东会决定注销。自本公告发布之日起45日内,请本公司相关债权人、债务人前来公司办理有关手续,过期责任自负。

特此公告

成都达风奇文化传播有限公司
2015年8月3日

各类大小项目投资借款,两百万起贷地域不限,个人、企业均可
金融世家豪丰投资
手续简单 利率低 放款快
代打全国各类保证金
咨询电话:028-68807888