

擦亮蜀地诚信企业“金字招牌” 中国诚信品牌万里行昂首阔步走进四川

■ 本报记者 唐勤

8月26日,“中国诚信品牌万里行走进四川”新闻发布会在成都隆重举行。国家质检总局副司级巡视员王清祖、中国诚信品牌万里行组委会执行主任林宝、四川省工商联副主席陈建、四川省委宣传部原副部长扈远仁、四川省委原巡视员杨忠好、四川省畜牧局原局长罗毅、四川省质监局原副局长陈文钦等相关部门领导以及中国诚信品牌万里行四川组委会主任彭古清、执行主任邓平安等出席了此次会议。

众口一词赞诚信

会上,四川省质监局原副局长陈文钦指出,中国的市场经济需要诚信,需要用诚信构筑一个让人放心的交易环境,越来越多的厂家、商家已经认识到诚信是企业最大的无形资产,只有诚实守信,企业才能持续发展。四川省工商联副主席陈建在会上发言指出:“人无信不立 市无信不兴 国无信不强”。讲诚信、守信用是中国几千年以来传统文化的核心思想之一,是立国之本,是人与人之间交往的根本原则,是企业生存发展的基本法则,是社会主义市场经济健康发展的基础和保证。

四川省委宣传部原副部长扈远仁在讲话中说,加强政务诚信、商务诚信、社会诚信和司法诚信建设,是党中央、国务院的要求,中国诚信品牌万里行活动践行了党中央、国务院和十二五规划纲要的要求,对此,一要充分认识,并要大力宣传诚信品牌建设的重大意义;二要树立先进典型,引导诚信品牌活动全面展开;三要整合资源,多方参与,加强合作,提高活动质量和效率;四要发挥媒体的公众性、公益性、加强媒体与活动、与企业的合作,

营销经典

东鹏特饮怀旧营销引发情感共鸣

1915年,可口可乐公司向全美玻璃制造公司立下征集令,要求设计一款“在黑暗中仅凭触觉即能辨认,甚至摔碎在地也能一眼识别”的独特包装,弧形瓶由此诞生。2015年,可口可乐弧形瓶成就了百年经典。

上世纪90年代,初进美国的绝对伏特加曾被认为是仿品,通过一系列将其酒瓶轮廓和绝对城市等场景巧妙融合的艺术海报,如今,它已成为文化、个性和品位的象征,成功销往100多个国家、地区。

这就是经典瓶身的力量。纵观国内饮品市场,不管是软饮还是酒类,在这一块一直是空白,企业未在瓶身形象上做足文章,给消费者千篇一律的模糊定位。其实不然,在这样一个拼颜值年代,品牌的存在和在和在同样缺一不可。近期,东鹏特饮通过一系列瓶身图样创意玩出界,有望成塑塑造国内第一款经典瓶身。

借势《复仇者联盟》手绘漫画 突出瓶身形象

今年5月,《复仇者联盟》是最受关注的好莱坞引进大片,不少品牌斥资几十万、数百万元购买合作版权,推出各种版本的营销海报,但收效甚微。然而东鹏特饮仿照《复仇者联盟》中的角色形象,推出一组《我们是被创造出来拯救世界的》主题漫画,巧妙成功借势。漫画中,东鹏特饮瓶身俨然成为最佳模特,游刃有



中国诚信品牌万里行四川组委会主任彭古清致辞。

引导活动全面展开;五要加强交流与培训,不断提高品牌建设能力;六要结合实际,做好规划,使活动有序展开,特别是要加强统一指导,确保活动上下一盘棋。

让四川诚信品牌企业脱颖而出

国家质检总局(原国家质量技术监督局)助理巡视员王清祖就实施品牌发展战略,推动我国产品向品牌转变为重点内容作了简短发言。他说,重视质量、诚信品牌建设,实施品牌发展战略,推动中国产品向中国品牌转变,在创新过程中,把产品优势转化为品牌优势,在推动经济发展中,从要素驱动、投资驱动向创新驱动转变,大力发展品牌经济,以品牌为核心,整合经济要素,提升国家的综合实力和竞争力。他强调:诚信品牌活动的开展,要按

照中央的有关政策精神,力求争取各方面的支持和政府相关部门的指导,使活动取得实效。

会上,中国诚信品牌万里行组委会执行主任林宝宣布了四川组委会组成名单并致辞,他强调指出:中国诚信品牌万里行走进四川,要让全中国全世界聆听四川省诚信品牌企业的声音,让四川省的诚信品牌企业走向全国、走向世界。他指出,首先打造诚信品牌定位与思路很重要;其次要由专业的人来干专业的事;再次要有自己的新思路,发挥自身的优势,他举了蒙牛集团和河北绿农集团的两个优秀企业的例子说明四川诚信企业品牌一定会脱颖而出,让世界听到来自四川诚信企业的心声和足音。

随后,中国诚信品牌万里行四川组委会主任彭古清致辞,他首先代表组委会对参会



出来拯救童年的”系列漫画。这组漫画同样以东鹏特饮瓶身为素材,成功创作出包括葫芦娃、米老鼠、樱桃小丸子、铁臂阿童木、哆啦A梦、黑猫警长、忍者神龟,以及大白等经典卡通形象,引发70后、80后、90后甚至00后对“六一”儿童节的集体怀旧情感。

其中,一些经典独白,比如超人的那句“其实,我也想把底裤穿里面”,樱桃小丸子的“理发师永远不懂‘剪短一点点’是什么意思”,还有葫芦娃的“一部集集子、爱情、战争、悬疑于一身的魔幻史诗大作”等等,再一次引爆社会化媒体,微博、QQ空间和微信朋友圈显示累计浏览量多达31万余人,获赞6100多条,评论及转发6500多条。不仅成功塑造了东鹏特饮瓶身经典、形象百变的概念,而且进一步提升了消费者对东鹏特饮整体形象的认知——从产品功能维度上升到品牌情感维度,有助于东鹏特饮将用户转化为粉丝,像小米手机一样增强用户黏性,拓展粉丝经济,对

领导和与会代表莅临表示欢迎,他还指出:组委会将与社会各界和企业密切协作,整合资源,共同为四川培育和打造出更多更好享誉华夏、走向世界的知名品牌、诚信品牌献计出力,为助推四川的经济发展作贡献。

“中国诚信品牌万里行”深得人心

一直以来,我国十分重视诚信建设,党的十八届四中全会明确提出了“推动自主品牌建设,提升品牌价值和效应,加快发展拥有国际知名品牌和核心竞争力的大型企业。”最近,我国又明确提出,要把中国制造变成中国创造,要把中国速度变成中国质量,要把中国产品变成中国品牌。国家十二五规划中提出推动自主品牌建设、提升品牌价值和效应,充分说明了诚信品牌建设的重大意义,“中国诚信品牌万里行”走进四川,将极大地推动四川的诚信体系建设,带动并促进国务院提出的战略目标任务的完成。

据悉,去年9月27日,以中央电视台、中国商业文化研究会道德建设委员会、商品与质量周刊等社会组织和新闻单位为主,联合全国数百家电视台、数百家纸质媒体、数百家网络单位共同支持发起在全国范围内开展“中国诚信品牌万里行”活动受到社会各界的大力支持,深得人心。目前,活动已在河北西柏坡、山东青岛、福建厦门启动,广东广州也已拉开了帷幕。

据悉,“中国诚信品牌万里行活动”,将动员全省社会各界积极参与、大力扶持,打造四川诚信品牌,助力地方经济发展。随后,一系列声势浩大的务实行动将在四川各地紧锣密鼓地展开,此举将为四川的诚信企业鼓与呼,让更多的四川企业崇尚诚信,既而步入诚信企业的温暖“大家庭”。

未来东鹏特饮品牌升级转型创造了极为有利的条件。据悉,除了塑造经典形象外,东鹏特饮还以瓶身作为载体,通过微信扫码直接邀请用户参与梦想大平台线上活动,大胆尝试“移动互联网+”新玩法,将给消费者带来更多惊喜,创造更紧密的连接。当然,瓶身之外,东鹏特饮对成为经典还有更大的野心。但何为经典?就是一个品类里的唯一标杆,正如可口可乐之于可乐、绝对伏特加之于伏特加,无形之中品牌与品类已经傻傻分不清楚,这才是名副其实的经典。无巧不成书,在对外进行一系列品牌宣传推广时,东鹏特饮无时无刻不在强调自己的特饮属性,是特饮品类中当之无愧的领头羊。

东鹏特饮瓶身形象塑造取得了非凡的传播效果,难道这只是商业世界的偶然吗?它有望成就百年经典吗?市场,最终会给出答案的。(品牌中国网)

未来东鹏特饮品牌升级转型创造了极为有利的条件。据悉,除了塑造经典形象外,东鹏特饮还以瓶身作为载体,通过微信扫码直接邀请用户参与梦想大平台线上活动,大胆尝试“移动互联网+”新玩法,将给消费者带来更多惊喜,创造更紧密的连接。当然,瓶身之外,东鹏特饮对成为经典还有更大的野心。但何为经典?就是一个品类里的唯一标杆,正如可口可乐之于可乐、绝对伏特加之于伏特加,无形之中品牌与品类已经傻傻分不清楚,这才是名副其实的经典。无巧不成书,在对外进行一系列品牌宣传推广时,东鹏特饮无时无刻不在强调自己的特饮属性,是特饮品类中当之无愧的领头羊。

东鹏特饮瓶身形象塑造取得了非凡的传播效果,难道这只是商业世界的偶然吗?它有望成就百年经典吗?市场,最终会给出答案的。(品牌中国网)

未来东鹏特饮品牌升级转型创造了极为有利的条件。据悉,除了塑造经典形象外,东鹏特饮还以瓶身作为载体,通过微信扫码直接邀请用户参与梦想大平台线上活动,大胆尝试“移动互联网+”新玩法,将给消费者带来更多惊喜,创造更紧密的连接。当然,瓶身之外,东鹏特饮对成为经典还有更大的野心。但何为经典?就是一个品类里的唯一标杆,正如可口可乐之于可乐、绝对伏特加之于伏特加,无形之中品牌与品类已经傻傻分不清楚,这才是名副其实的经典。无巧不成书,在对外进行一系列品牌宣传推广时,东鹏特饮无时无刻不在强调自己的特饮属性,是特饮品类中当之无愧的领头羊。

东鹏特饮瓶身形象塑造取得了非凡的传播效果,难道这只是商业世界的偶然吗?它有望成就百年经典吗?市场,最终会给出答案的。(品牌中国网)

未来东鹏特饮品牌升级转型创造了极为有利的条件。据悉,除了塑造经典形象外,东鹏特饮还以瓶身作为载体,通过微信扫码直接邀请用户参与梦想大平台线上活动,大胆尝试“移动互联网+”新玩法,将给消费者带来更多惊喜,创造更紧密的连接。当然,瓶身之外,东鹏特饮对成为经典还有更大的野心。但何为经典?就是一个品类里的唯一标杆,正如可口可乐之于可乐、绝对伏特加之于伏特加,无形之中品牌与品类已经傻傻分不清楚,这才是名副其实的经典。无巧不成书,在对外进行一系列品牌宣传推广时,东鹏特饮无时无刻不在强调自己的特饮属性,是特饮品类中当之无愧的领头羊。

未来东鹏特饮品牌升级转型创造了极为有利的条件。据悉,除了塑造经典形象外,东鹏特饮还以瓶身作为载体,通过微信扫码直接邀请用户参与梦想大平台线上活动,大胆尝试“移动互联网+”新玩法,将给消费者带来更多惊喜,创造更紧密的连接。当然,瓶身之外,东鹏特饮对成为经典还有更大的野心。但何为经典?就是一个品类里的唯一标杆,正如可口可乐之于可乐、绝对伏特加之于伏特加,无形之中品牌与品类已经傻傻分不清楚,这才是名副其实的经典。无巧不成书,在对外进行一系列品牌宣传推广时,东鹏特饮无时无刻不在强调自己的特饮属性,是特饮品类中当之无愧的领头羊。

中铁二局四公司引黄项目部六项措施掀起大战施工高潮

本报讯(通讯员 梁明清)8月26日,为全面贯彻落实山西省中部引黄工程建设推进会“大干120天”的精神,中铁二局四公司山西引黄项目部召开专题会,对年度计划及施工组织安排进行全面清理,部署六项措施迅速掀起施工高潮。

该项目部一是加强组织领导。项目召开专题会,成立竞赛活动领导小组,制定详细的大干方案,分工负责,落实到人,提高全体员工对山西省加快中部引黄工程建设任务紧迫性和责任感认识。二是充分发挥领导干部和共产党员的先锋模范作用。为确保完成年度施工任务,要求项目领导班子轮流值班,现场保证至少一名领导值班驻守。项目党委组建“党员先锋队”,发挥战斗堡垒作用。三是充分调集资源,上足人员设备。项目明确各作业队应配备的人员和物资,细化到各个班组。现场实行3班倒不间断流水作业,保证工程快速推进。四是优化施组,倒排工期。项目对施工组织进行了再次合理优化,倒排工期计划到天,并依据实际情况及时调整,制定了详细的奖惩方案,加强对劳务队伍的监督指导,确保各节点工期按期兑现。五是狠抓安全质量不放松。项目严格要求,越是在大干期间,越不能忽视对安全质量的管控力度。在做好安全质量三级教育、每日例会基础上,加大安全巡查力度,检查每道工序、复核每条线、验收每道混凝土支护,确保质量优良。六是后勤保障有力。项目工会落实好防暑降温 and 冬季送温暖措施,并积极与当地医院联系,建立联动机制,对身体不适人员及时送医治疗,使全体员工无后顾之忧,全身心投入施工生产。

付煤公司打出群监协管“双响炮”保安全

“大哥,系上这根红腰带,咱都平平安安、顺顺当当的!下井工作时一定要注意安全,万万不能违章蛮干,可别辜负咱这些兄弟姊妹的牵挂和嘱托。”这是山东能源枣矿集团付煤公司组织女工协管员及矿嫂家属到井口及基层区队为职工送“平安腰带”时的一幕。该公司盯住关键点,找准切入点,把握结合点,发挥工作优势,强化群众安全管理,形成了安全协管与群众监督协同互助的良好局面。

该公司坚持把实现好、维护好、发展好职工的切身利益为一切工作的出发点和落脚点,依托工会工作的优势,充分发挥作用,用心、用情为广大职工精心烹制“情感安全套餐”,助力矿井安全发展。紧紧围绕安全生产主题,打好“情感沟通”这张温情牌,把关爱送到矿工心坎上,用温暖和亲情为矿井的安全生产筑牢第二道防线。深入开展“送温暖、嘱安全”活动,细化协管安全计划,配合安监等部门,开展好“三违”帮教活动,采取跟踪帮教、深入家访等方式,了解“三违”人员思想动态,用亲情话安全,帮助他们拒绝“三违”。与此同时,该公司还将“四德”文化与企业文化相融合,以创建“五好文明”家庭为载体,继续开展家庭文化建设,以家庭和谐促进矿区和谐。在争当“优秀协管员”、“矿上好矿嫂”等一系列活动开展的基础上,拓宽家庭、单位双结合的“安全联保”活动,鼓励矿区职工家属参与安全管理中来,吹好安全枕边风,当好安全贤内助,不断提高职工的自主保安意识,促使他们把规范操作转变为遵章守纪的自觉行动。

为更好地发挥群监网员的安全监督职责,该公司组织一线群监网员开展了“查隐患、反三违、保安全”的群众安全监督检查活动,促进安全生产。他们采取安监员、群监网员集中上岗检查与分组责任相结合的方式,建立紧密的安全监控体系,确保各生产现场的无缝隙管控,形成了群策群力、齐抓共管、多层次、全过程的安全生产监督格局。在不断完善各类管理制度的同时,他们还围绕素质提升工程,深入开展群监员业务培训,持续提升群监队伍的工作能力和履职能力。采取集中培训、技术比武和岗位练兵相结合的形式,促进群监员辨识、分析和处理隐患能力的有效提升。同时结合矿井安全生产的重点任务工作,着重对群监员进行了有关水灾预防、紧急避灾路线、现场急救等方面知识的培训,推动群监员提高隐患排查能力和突发事件的应急处置能力,促进其成为安全生产的“多面手”。(马森 高龙)

国药准字H46020636

快克®

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

战高温 抢节点 保工期 中铁二十三局集团四公司重庆站改工程项目部受通报奖励

日前,渝利铁路公司下发“关于对按期完成成渝客专引入重庆北枢纽站改工程的奖励通报”文件。通报指出:在成渝客专引入重庆北枢纽站改工程施工中,中铁一局、十二局、二十三局渝利项目部以及铁四院、大西南渝利监理站及所有参建人员,克服了封锁时间短、施工场地窄、施工交叉干扰大、连续高温及施工困难等种种不利因素,于8月5日顺利完成了重庆北站渝怀场西咽喉站改任务,为成渝客专按期引入重庆北站渝万场13—15线奠定了坚实基础。通报还特别表扬了中铁二十三局集团渝利项目部准备到位、组织到位、分工到位、安排到位、保障到位、指挥到位以及项目广大员工在站改中顶烈日、冒酷暑、战高温、出大力、流大汗,保安全、保质量、保节点的突出表现。

4月7日,重庆市市长黄奇帆在重庆西站、北站铁路综合交通枢纽建设专题会上指出:直轄以来,在铁路总公司和国家有关部门的大力支持下,重庆铁路建设取得了显著成效,在已有的成渝、川黔、襄渝、达万“三千支”铁路的基础上,建成了渝怀、渝利、遂渝、宜万、南涪等铁路,形成了“一枢纽六干线二支线”网络格局;先后建成投用了重庆北站、

兴隆场编组站、团结村中心站、白市驿等客货运枢纽,铁路运营里程达到1774公里。目前,成渝客专、渝黔、渝万、兰渝、渝怀二线、黔张常等6条干线铁路和三万南铁路在建、重庆西站、重庆北站改扩建、沙坪坝站改建和珞璜、团结村中心站扩建工程等客货运枢纽正在加快建设。今年,国家铁路总公司进一步加大重庆铁路建设的投资力度、支持重庆高铁和骨干货运铁路建设、助推重庆建设内陆铁路枢纽,打造西部开发开放重要支撑。已经建成投用的火车北站是渝怀、渝利、渝万等铁路的始发终到站,正在实施扩能改造。西站和北站均为重庆铁路枢纽的重要组成部分,对重庆铁路进一步完善客运功能具有重大意义。中铁二十三局集团四公司渝利铁路项目部正是担负着成渝客专引入重庆北枢纽站改工程铺架基地及临建设施拆除重建施工、渝万场西咽喉改造施工、渝怀场9—13线拆除施工、新建渝利场12线、渝万场13—15线及两端咽喉区道岔轨道工程施工等艰巨任务。

铁路站改,非同寻常。如果不能在规定时间内完成规定的站改任务,将会造成铁路C类事故而受到铁路总公司的通报处罚,且后果不堪设想。为顺利、有序、有效地完成重

庆北站改任务,中铁二十三局集团四公司渝利项目部领导班子高度重视,成立了以项目经理、书记为组长,项目副经理、总工程师为副组长的站改领导小组,对担负站改施工任务的所有管理人员、技术人员、安全防护人员、驻站联络人员的工作进行了具体分工,明确了各自的工作职责,工作内容,并进驻现场,跟班作业。项目部在成都铁路局、渝利铁路公司、铁四院、大西南渝利监理站的大力支持和帮助下,做到准备到位、组织到位、分工到位、安排到位、保障到位、指挥到位。

7月26日至8月5日正是成渝客专引入重庆北枢纽站改工程施工的关键时期,也是重庆最热的时候,气象台连续10天发布高温橙色预警,多地区气温持续高达38℃以上,地表温度被逼近60℃。面对恶劣的施工气候、面对艰难的施工环境,项目部全体施工作业人员没有一个人退却,没有一个人叫一声苦。他们按照指定位置、按照事前分工,扒道碴、松螺帽、拔道钉、割钢轨、捡垫板、抬枕木、轨道复位、钢轨对接,各司其职,各负其责,各尽所能,争分夺秒,紧张有序,忙而不乱,整个车站汇聚成了黄色的海洋……吼声、喊声、叫声、号子声、招呼声、哨子声,撬棍声、切割声,

汇成了一部感人的交响乐,奏响在寂静的重庆火车站:……

8月5日凌晨,随着重庆北站渝怀场西咽喉改造工程8组既有道岔顺利拆除和7组新道岔的成功铺设,中铁二十三局集团四公司渝利项目部按照成铁局和渝利公司的要求,提前完成了重庆北站渝怀场西等3个咽喉站改任务,为成渝客专按期引入重庆北站渝万场13—15线奠定了坚实基础。项目部广大员工在“封锁时间短、施工场地窄、施工交叉干扰大、连续高温及施工困难等种种不利因素”下,发扬“有旗必扛、有奖必拿、有杯必捧、有誉必争”的企业打拼精神和顶烈日、冒酷暑、战高温、出大力、流大汗的拼搏精神,受到了成都铁路局和渝利铁路公司的通报奖励。(周安才)