



2012年11月16日-18日, 第十届中国食品安全年会在北京人民大会堂隆重举行, 大会对2012年中国食品安全优秀企业进行了表彰, 其中三生(中国)荣获“食品安全十强企业”和“食品产业链安全建设先进单位”两项大奖。

“今年是三生连续第二年获得食品安全十强企业称号, 还同时获得食品产业链安全建设先进单位称号, 对我们来说意义非凡。”三生董事长黄金宝表示, “三生历年来将‘以质量保安全、以质量求效益、以质量促发展、以质量创品牌’作为企业质量方针, 以‘真诚服务, 共创未来’为服务理念, 始终把食品安全作为第一要务。这次获奖是对我们所付出的一种认可, 也是

三生(中国)荣获“食品安全十强企业”和“食品产业链安全建设先进单位”称号

我们所持之以恒的动力。”

据介绍, 作为从事健康生活食品、个人护理用品、健康家居用品、化妆品研发生产销售的企业, 三生(中国)一直将食品安全视为最重要的责任。

黄金宝表示, 食品安全之于三生犹如血液之于生命, 流淌在三生企业体内每一个环节, 是三生立身之本。“对食品安全的重视体现了三生企业核心价值观的精髓, 那就是‘自尊敬人’。”黄金宝介绍说, “‘自尊’即不断自我完善, 加强食品安全的监管、质量控制和技术创新, 形成完善的体系; ‘敬人’即为社会创造价值, 通过确保食品安全, 为社会及公众提供放心的产品, 致力于公众健康的提升。”

“同时, 三生把食品安全知识普及与教育作为企业一项长期工作正在开展。”黄金宝补充道, “要做好食品安全, 企业首先必须思想重视, 而思想重视的前提是教育培训, 为此, 我们坚持各种形式和类型的食品安全普及教育, 包括新员工入职前的食品安全教育、食品生产岗位操作者的岗位食品安全生产教育及高管团队的食品安全法规教育等。”

“只有不断进行自我完善, 才能为社会创造更大的价值。”黄金宝表示, “三生的食品安

全建设不会因为已经取得些许成绩而就此停步, 相反今后会更加持之以恒地投入, 包括在产品研发方面, 不仅满足于生产出让消费者放心的产品, 更要生产出为消费者的健康生活创造更大价值的产品, 如最近即将上市的东方素养系列, 就是最好的证明。”

对于中国食品安全的建设, 黄金宝特别强调企业在其间的作用。“食品安全建设是一项需要政府、企业和公众共同参与的长期工作, 而企业更应该发挥企业公民的责任。”黄金宝表示, “一方面企业需要加强自律, 严格做好食品安全监控、管理、治理等工作, 另一方面企业应该作为政府与公众间联系的桥梁, 成为一股积极的推动力量。”

而黄金宝认为, 加强食品安全建设, 更为关键的是加强食品安全全民科普教育工作, 形成最具威慑力的社会舆论监督力量。“本届年会将主题定为‘确保食品安全构建和谐社会’是非常具有时代意义的, 也体现了政府对开展全民食品安全的高度重视。”黄金宝说道, “在这方面三生也一直在努力, 除了企业内部食品安全知识科普教育外, 还积极开展如‘低碳·健康家生活’公益行动, 号召全民行动起来, 用自己的绵薄力量共同构建和谐社会, 这与今年年会主题是高度一致的。”



日前, 由京汉置业援建的位于内蒙通辽的京汉希望小学正式建成。据了解, 此所希望小学已是京汉置业援建的第四所希望小学。以京汉置业为代表, 越来越多的房企开始利用自身资源优势承担社会责任, 在此过程中, 社会化、常态化已经成为房企参与公益事业的新模式。

房企积极投身公益事业

日前, 扎鲁特旗塔拉宝力皋京汉希望小学落成仪式在学校大操场举行。该学校由始终致力于社会公益事业的京汉置业有限公司斥资50万元, 对原有漏雨教室进行全面重建。

据了解, 京汉希望小学前身塔拉宝力皋小学始建于1947年, 有着悠久的历史。但因资金短缺, 年久失修, 校舍成了危房。每到冬天, 寒冷难耐, 雨天漏雨不止, 现已全面修缮。除京汉积极投身公益事业之

安踏荣获“2011年度中国轻工业皮革行业十强”称号

日前, 安踏(中国)有限公司在中国轻工业联合会与中国皮革协会共同举办的2011年度中国轻工业皮革行业十强企业评价活动中荣膺第4名, 是十强企业中运动鞋类企业排首位

此次活动是中国轻工业联合会为推动优势骨干企业做大做强, 促进轻工业结构调整和结构升级, 联合各行业协会开展的轻工行业十强企业评价工作。评价工作经行业协会审核推荐, 由中国轻工业联合会按统一评价体系进行量化评价。评价指标体系包括主要营业收入、利润总额、产值利税率及工业总产值增长速度四项指标, 特别注重考察参评企业是否具备较大的经济规模、较强的盈利能力、较高的管理

冀中能源邯矿集团陶一矿党委转变工作作风亮“党性”

冀中能源邯矿集团陶一矿党委以“七权七责”为契机, 自11月中旬开始, 全面开展“转作风、树新风, 思想行动大整顿”活动, 为决战四季度提供坚强的组织纪律保障。

该矿党委从抓管理人员作风转变入手, 以

外, 雅居乐、远洋等地产企业也纷纷以各自方式参与到慈善事业中, 万达集团董事长王健林表示: 近5年内万达将在慈善事业上投入20亿元, 以及建立个人90%资产的万达商业地产股份创建慈善基金的规划。

“近年来, 以京汉置业、雅居乐、万达等品牌房企为代表的房地产企业在履行社会责任方面付出诸多努力。”业内专家进一步分析指出, 随着房企公益事业投入的系统化、常态化, 其将为房企社会责任的履行贴上新标签。

对此, 京汉置业董事长田汉深表赞同, 据其介绍, 经过10余年来参与探索公益活动, 京汉已经建立了可持续发展的公益模式, 形成了包括北京京汉单亲母亲爱心基金、爱心之旅活动等在内的有战略、有体系、有标准、有预算的公益运作体系, 京汉置业的公益事业已经步入系统化、常态化。

“京汉置业等房企可持续常态化、社会化的公益模式, 意味着房企公益模式已经从简单捐款、捐物、合作、赞助等某一个房企为主导的单一行动形式, 进化到对社会影响极为广泛、强调全民参与性及可持续性的公益活动, 而常态化、社会化正是房企公益事业成熟的显著标志。”全经联秘书长杨乐渝站在全经联盟的立场, 以“第三只眼”看待房企履行社会责任的趋势, 显然具有更强的现实意义。

(鸿 涛)

爱普生GPS跑步记录器: 专为运动爱好者量身打造 定位精准、设计紧凑、内置长效电池



今年爱普生(Epson)在日本推出了手腕佩戴式GPS跑步记录器(WristableGPS★)。该产品是爱普生尖端科技与技术的结晶。

低能耗延长使用时间

爱普生的研发团队希望, 设计出一款全新的GPS跑步记录器。第一个挑战

就是如何降低电池耗电量。爱普生研发团队采用了一种为移动设备配置的精准、节能的GPS模块来解决这个问题。

采用全新算法校准定位数据

据了解, 包括高层建筑反射的电子波在内的多重因素都将破坏GPS定位的数据精度, 因此如何调整算法以提高所测算距离数据的准确性, 是爱普生研发团队面临的第二大难题。爱普生采用的

特制算法则能大大降低其间的差异。

搭载特别设计天线

如何维持外形设计轻薄小巧是研发团队亟待解决的第三大难题。爱普生重新调整了其内置天线的形状, 改良其接收角度。凭借其在省、小、精方面的卓越技术, 爱普生开发出了独特的GPS跑步记录器, 它必将满足全世界跑步运动爱好者的需求。

(荣 轩)

大连经济技术开发区地税局规范使用纳税服务平台

大连经济技术开发区地税局规范使用短信平台、纳税人学校、基层局子网页

等纳税服务平台, 规范其流程, 加强监督, 对发布信息的文字反复推敲、认真审

定, 确保平台为纳税人提供优质服务, 获纳税人好评。

(睿 渊)

用户体验或成产品突围利器



iPhone5正式发布当天, 便以超过200万的订单量, 再次刷新了其在手机市场上创造的奇迹记录, 引起一阵唏嘘。

如今, iPhone在手机市场上可谓风生水起。但回想2007年, 第一代iPhone面市时, 却是一个不太受待见的“异类”, 它那些专注于用户体验, 具备外观简洁、宽大多点触摸屏、操作系统全新整合资源等新特征, 与当时强调自身优势、忽略消费者感受的主流手机大相庭径。

但结果却令手机市场震惊, 凭借为消费者带来的全新体验, iPhone大获全胜, 从此摇身一变成成为全球“明星”手机。iPhone以胜利者的姿态让大家了解到这样一个事实: 在产品实力强劲的前提下, 注重“用户体验”才是畅销的硬道理。

所谓“用户体验”, 即是要专注于消费者, 始终坚持不变地满足消费者的真实需求, 生产能够更好地满足消费者体验的产品。

“用户体验”就像一把利器, 让iPhone在竞争激烈的手机市场麾军前进, 战绩显赫。

而在其他领域这把利器的运用, 也不乏成功的例证。

在餐饮行业, 海底捞便是最经典的例子。海底捞从客户的真实需求出发, 设计了一套从客户进门到就餐结束的完整服务体系, 将其他餐馆中存在的许多问题, 都通过服务的形式予以解决。海底捞的成功, 让人们一度感慨“地球人已经无法阻止海底捞”。

而在汽车市场, 专注于“用户体验”的中高级车天籁, 也同样成功地获得了市场及消费者的广泛认可。

2008年之前, 中高级车市场上的大部分车型, 普遍主打操控性能及丰富配置, 甚少站在消费者角度考虑问题。而消费者随着生活品质的提高, 以及对驾乘感受更深一层的理解, 已非常注重车型所能带来的舒适体验。

因此, 瞄准中高级车消费者对舒适的需求, 天籁以“舒适”为产品核心优势, 把抽象的“舒适”形象化, 不断提升消费者的驾乘感受。

对于有车一族而言, 和爱车相关的烦恼似乎永无止境。天籁从消费者内心最真实的需求出发, 凭借出色的人性化科技, 最大程度减少了消费者的用车烦恼。

油费不断上调以来, 消费者更确切地感受到了车型省油的重要性。天籁搭载的全新一代智能XTRONIC CVT无级变速器, 比传统自动变速器节油15%以上, 既减轻了车主的油费负担, 又契合了低碳节能环保的生活态度。

同时, CVT采用的钢带结构, 构造非常坚固, 耐久性极佳, 可终生免更换变速器油。这一贴心举措, 为消费者在车辆养护方面省去一大麻烦, 无形中增添了天籁在消费者心中的好感。

更值得一提的是, 天籁的VQ发动机与CVT组成的“铂金动力组合”, 为车主带来了澎湃动力与顺畅操控的绝佳平衡。

早在2008年上市之初, 天籁便率先洞察中高级车市对“舒适”的需求, 凭借“VQ发动机+CVT无级变速器”铂金动力组合,

让驾乘者获得强劲动力的同时, 也可体验到平顺操控及静音性; 而Multi-Layer仿生学座椅、三重减震系统、BOSE音响、超大型全景天窗等配置等, 则让消费者充分感受极致的舒适。

时下车辆遭盗抢问题日益严重, 令车主们头痛不已。而天籁配备的“CARWINGS智行+”智能全方位行车服务系统, 凭借CARWINGS服务中心的系统支持, 实现了“遇险自动救助、非法入侵警报、车辆定位追踪”三大功能, 以创新的“信息安全”迎合了消费者对于科技化的安全需求。

在“信息安全”上, “云安全系列”凭借CARWINGS服务中心的后台支持, 为消费者提供“全程监护”的增值服务: 当车辆出现异常时, 服务中心将主动提示新天籁车主, 随时随地确保行车安全; 当车辆遭遇拖吊、入侵等异常情况时, 服务中心会即时向车主发出预警通知; 而针对可能发生的各类意外, 服务中心会向车主提供SOS紧急救援、气囊触发自动求助等相应的救援服务。

除“信息安全”外, “云安全系列”的主、被动安全配置, 也全面领先同级车型。在主动安全上, High-μ超高摩擦力刹车装置的使用, 保证了新天籁的稳定性, 为驾驶员与乘客带来全程无忧的安全保障。在被动安全上, 新天籁不仅突破性采用了UHSS高强

钢, 更在同级车中率先采用980Mpa超强钢, 大幅提升了车体的抗冲击力。

基于对新天籁“云安全系列”安防技术实力的信心, 东风日产此次还推出了业内首创的“CARWINGS盗抢无忧”服务: 凡新购置带CARWINGS功能的新天籁的车主, 在CARWINGS服务有效期内, 无需另外付费, 就可获得CARWINGS一年免费服务以及与整车同等价值的盗抢无忧的服务承诺。这意味着东风日产将对“云安全系列”承担盗抢风险, 为消费者提供了一份切实可靠的财产安全承诺。

CARWINGS的高科技、智能化, 正如iPhone的Siri功能一样, 让消费者体验科技魅力。凭借对消费者真实需求的把握, 天籁一举成为中高级车市的领军车型, 并引领了一股车市“舒适潮流”。众多主流车型争相效仿天籁, 提升舒适性, 同时也开始关注“用户体验”, 调整及升级产品力。

以上谈到的几个成功例子, 虽然所属的行业不同, 但都阐释了同一个道理: 无论什么产品, 消费者都是唯一的落脚点。只有专注于消费者, 使用好“用户体验”这把利器, 产品才能在激烈竞争之中脱颖而出, 真正获得市场及消费者的长期认可。

天籁以领先的人性化技术, 为车主提供无微不至的细节关怀, 让车主感受更加自在无忧的精彩汽车生活。

(修 洁)

