

报国为民的“追梦人”

记十二届全国人大代表、江苏梦兰集团董事长钱月宝

■ 本报记者 沈海燕

钱月宝，一个新时期农村基层带头人和当代民营企业家的杰出代表，一个执着追逐百姓“富裕梦”、产业“报国梦”的共产党人。

40年来，她带领干部群众艰苦创业，把一个贫穷落后村建设成了美丽富裕、闻名全国的社会主义新农村。

40年来，她从没有停止创新脚步，把一个村办手工作坊发展成拥有20多家控股公司，总资产35亿元，拥有中国家纺“第一品牌”和中国人自主创新的龙芯产品的现代化企业集团。

“3.21”世界睡眠日中国主题在京发布

本报讯 近日，中国睡眠研究会在北京举办了2013年“3.21”世界睡眠日中国主题新闻发布会，中国睡眠研究会理事长韩芳教授向社会发布了2013年“3.21”世界睡眠日的中国主题为“关注睡眠 关爱心脏”。

在中国科协的指导下，由中国睡眠研究会牵头，在全国范围内开展“世界睡眠日”系列科普活动，对公众进行睡眠知识的科普宣传等大型公益活动，对提高我国公众健康睡眠意识，普及健康睡眠知识，促进睡眠医学学科建设和促进睡眠产业的发展发挥了重要作用。

2013年世界睡眠日中国主题定为“关注睡眠，关爱心脏”就是要认真落实党的十八大关于“提高人民健康水平”的精神，宣传和普及健康睡眠知识，唤醒公众对睡眠与心血管疾病密切关联的认识，预防心血管疾病的发生，降低心血管疾病可能造成的严重危害，提高人民的健康水平。

（潘文）

长安太和成为区域豪宅供应主力

受土地“断供”影响，北京二环内住宅卖一套少一套局面已持续多年，相关统计数据显示，截至目前，区域内可现房豪宅仅剩200余套，除长安太和之外，全部为供应量是个位数的尾盘项目，2012年现房入市的长安太和也因此成为区域内成品豪宅供应的绝对主力，受到市场的广泛关注。

纵观整个二环内现房市场，长安太和凭借着地域优势、社区品质及完善配套，以一枝独秀的姿态成为二环内在售楼盘中最大的亮点。自2012年中旬长安太和转现销售后，市场行情一路看涨，截至目前已销售完成近70%。而随着3月1日公布的《国务院办公厅关于继续做好房地产市场调控工作的通知》明确提出“依法严格按转让所得的20%计征”等细化措施。业内人士认为，部分购房者将回归新房市场，尤其以紧俏资源为主的高端住宅将迎来新一轮的销售热潮。

长安太和虽然占据建国门内、长安街畔、东接CBD、西瞰故宫皇城的“心脏”地段，与大部分豪宅一再强调地段、品质价值不同，长安太和并不过分强调其地段优势，而是将更大的精力放在对豪宅生活方式的营造上。其在北京首次提出了“大国世家生活方式”的概念，延请台湾著名设计师李玮珉、香港著名设计师梁志天分别担纲建筑与室内设计，在建筑、室内设计、服务配套等方面注重细节的升级，其室内与建筑设计所选用石材均为进口材料，体现出崇尚自然与品质生活的理念。长安太和还首度引入国内顶级会所长安俱乐部提供管理服务，开发商打造产品的“苦心”可见一斑。

根据搜房网数据显示，目前二环内在售项目均价在55000-106000元/平方米左右。尽管区域楼盘价格不菲，但资金对其热度仍然不减。“对于这一购买人群而言，买入二环内顶级物业的最大理由不仅仅用于单纯的居住，更多的是资产配置方式，以及其所带来的身份象征和圈层平台意义，这往往在高端置业客户最为看重的价值所在。”业内人士表示，圈层文化的打造正是高端住宅又一价值体现。

以长安太和为例，据该项目人士透露，对于大部分客户而言，除了极致的产品品质之外，更大的吸引力在于富华置地的高端圈层资源。据悉，长安太和是富华置地所开发第一个销售型物业，其旗下及开发的长安俱乐部、紫檀博物馆、丽苑公寓，以及囊括丽晶酒店、香港马会北京会所、金宝汇购物中心等高端项目的北京金宝街，在各自的领域中均列翘楚。此次富华置地将高端物业开发理念与经验注入到长安太和之中，并整合旗下所拥有的各类商业物业资源以及广泛合作的高端品牌资源，为长安太和的业主提供高端生活方式平台。

（李洋）

钱月宝的梦有多大，看看龙芯就知道。在梦兰工业园的龙芯产业化基地的专利墙上，展示着150多个专利证书。仅2012年，“龙芯”产品就申请了49个发明专利。

2004年，钱月宝提出与中科院合作龙芯项目，在常熟建立梦兰龙芯产业化基地。2006年10月6日，第一代由中国人自主研发、自主设计、自主制造的低成本电脑在梦兰龙芯产业化基地问世，打破了英特尔和AMD垄断中国电脑市场的局面。

钱月宝带领企业实现创新发展、转型发展的脚步从没有停下过。她说：“今天的企业家，要有大视野、大目标、大责任”，她要带

着梦兰走得更高、更远。

2000年，她的企业启动并实施国际化经营发展战略。梦兰集团与美国、加拿大、日本等著名跨国公司开展深度合作，成功进军沃尔玛等国际连锁市场网络，产品远销78个国家与地区。同时，为响应国家“走出去”战略，在黑龙江大黑河岛投资创建了梦兰中俄自由贸易城。还在俄罗斯投资建设了阿穆尔—黑河边境油品储运与炼化综合体项目。项目总投资估计超过100亿元，建成后原油处理规模可达620万吨/年，最终要形成一个集石油开采、炼油化工、跨境储运为一体、长期稳定的生产加工和贸易合作体系。

京正·北京孕婴童产品博览会即将开幕

近日，第十七届京正·北京孕婴童产品博览会、京正·童装博览会新闻发布会在北京举行。北京孕婴童用品行业协会会长、北京京正国际展览有限公司总经理邓正学，北京孕婴童用品行业协会副秘书长、北京京正国际展览有限公司副总经理杨红玲，北京孕婴童用品行业协会名誉会长、中国国际贸易促进委员会北京分会副会长储祥银，北京孕婴童用品行业协会常务副会长、北广传媒优优宝贝电视频道总监栗小农，北京孕婴童用品行业协会常务副会长、中国妇女报社家庭周刊部主任王洁等领导出席了本次发布会。

记者获悉，第十七届京正·孕婴童展将于4

月13日至15日在北京举行。本届展会以“跨越”为主题，通过展出规模的扩大、专业服务的升级、设计风格的升华、宣传力度的加大、展会活动的增加、观众基础的提升，行业信息发布的增多等，将该主题体现得淋漓尽致，使展会全方位“跨越”至新十年的发展历程。

为了为大家呈现更多的品牌、更齐全的产品、更优质的服务，也为了更多企业可以参与、展会可以更好的发展，自本届展会起，京正·北京展将迁至中国国际展览中心(新馆)。由此，展出面积增至80000余平方米，参展企业近1000家，参展品牌3000余个，预计将吸引约100000名观众到会参观。在回答本报记者提问时，邓正学表示：为了更好

皇明集团发力高档节能环保门窗

安装美盾节能门窗即使靠近路边的房子也再不会受到窗外噪声的侵扰；同时，美盾节能门窗所使用的温屏玻璃还具备对可见光适中的透过程，使可见光反射率很低，这样就避免光污染的产生，在大量使用温屏产品的玻璃幕墙上，以往惹人厌烦的反射强光现象能得到有效缓解；美盾节能门窗还突破了传统节能门窗稳定性、使用寿命方面的不足，先进生产工艺、超国标检测实现了其超长的寿命及超强稳定性。

皇明集团董事长黄鸣介绍，对于门窗性能的关注始于他多年前在欧洲出差的一次经历，体验了欧洲标准门窗产品的黄鸣开始把欧洲先进的门窗制造工艺和标准引入皇明美盾门窗和温屏玻璃的制造过程中。但在城市，门窗产品多半是由地产商采购“捆绑”进住宅的B2B产品，消费者并不直接负责门窗产品的采购，因而对门窗

在这个项目的基础上，梦兰又完成了对俄罗斯两个油气田的收购，是全国唯一一例成功的跨境油气田收购项目。

“十二五”末，梦兰要以龙芯产业园为龙头，形成一个以核心技术为支撑的科技产业集群，争取两个企业上市，推动油品综合体和环境能源交易中心这两个项目投运，力争三至五年内实现销售收入超500亿元的目标。

品牌人物

地吸引观众到国展新馆参加展会，京正准备多项方便参展商及观众的举措，并将负担自驾车赴展观众的停车费用。

值得一提的是，为呼吁社会更加关注孤残儿童，帮助他们健康、幸福的成长，同时也为孩子们尽自己的一份力，京正·孕婴童展联合“天使之家”共同组织了一项关爱孤残儿童的爱心延展公益活动，希望利用京正·孕婴童展这一较具影响力的平台，通过呼吁全国展商捐赠展品、观众自愿捐款等方式，为孤残儿童献出一份爱心。活动得到了行业同仁的大力支持与积极响应，在发布会上，组委会及“天使之家”代表共同出席了活动的启动仪式。

（晓楠）

产品的品牌功能和标准缺乏了解。黄鸣表示，目前我国的门窗传热标准相当之低，传热系数为欧洲标准的五六倍之多，而传热系数越高则意味着门窗的节能性能越差。除了不节能，低标准门窗还有“高能耗、高噪音、高粉尘和寿命短”的缺点。黄鸣表示，自己是从事环保产业的，而环保的关键在于开源和节流——“开源”就是要利用尽可能多的优质能源，“我们的太阳能热水器做到了”；而“节流”就是要减少不必要的能耗，“美盾节能门窗就是要填补这一空白”。

黄鸣表示，其若与地产商争门窗低端市场无异于与虎谋食，其将通过气候改善商城这一渠道对消费者进行节能门窗的公众教育，哪怕争得1%的高端消费者也能开启巨大的节能环保门窗的市场。此前，美盾温屏窗在皇明开发的“蔚来城”应用后，有口皆碑的口碑相传已给皇明带来源源不断的订单。

（沈海燕）

福田让客户一年享受365个“3·15”

■ 本报记者 梦杨

这是福田全新服务标准启动后的第一个“3·15”消费者权益保障日，对于福田汽车服务总监宋术山来说，这并不算是一个特别的日子。因为，在全新的服务标准下，福田客户将享受“全程关爱，一路无忧”的全生命周期服务，这意味着客户拥有福田汽车的每一天都会得到“上帝”待遇，一年有365个“3·15”。

全生命周期的主动服务

历经6年，福田“全程无忧”这一服务品牌已深入人心，今年为何要更新为“全程关爱，一路无忧”？宋术山说，这是一次理念的升级，由用户出问题时被被动提供服务变为主动创造价值，满足潜在需求。

一般整车厂的“三包”期限为2年至3年，而商用车的报废期为10年左右，商用车客户对成本敏感，出保后往往选择非原厂配件、到路边店维修，产品出保后的服务处于半受控状态是所有整车厂的短板。福田认为，只有把“三包”期内的优质服务贯穿到一辆车从购买到报废的全生命周期，才能让客户享受到更好的服务。

若提供全生命周期的服务，必须掌握全生命周期的客户需求信息。宋术山介绍，为搜集信息，福田鼓励服务站提供保外维修信息，并根据这些信息主动回访、关怀客户，挖掘客户对服务的意见和建议，以提升服务质量。

为满足新服务标准的要求，福田在几方面下了力气。在服务信息化方面，建立了呼叫中心系统、配件服务信息系统(PMS)、仓储

管理系统(WMS)等；在北京、山东建立了培训中心；对服务站的形象和理念进行规范和升级；建成了全球配件物流平台，配件供应的及时性有了明显的提升；另外，做到服务标准化，推行系统、故障代码、维修模式标准化，对规范服务、管理质量索赔等有明显作用。

服务是细节的艺术，全生命周期的服务更要体现在细节的主动上。据介绍，福田会在节假日、保养周期将近、换季换油时给客户发送温馨的短信提醒，还会开展发送生日祝福短信、组织客户俱乐部、主动上门走访等服务活动，保持与客户长效沟通，让客户感受到来自于企业的关怀。

对标世界最优的商用车服务

虽然已经是世界上销量最大的商用车企业，但宋术山坦言，福田还不是世界上服务最好的商用车企业，但一直在努力。未来，福田将重点在三个方面提升服务能力，服务工程开发(即服务技术资料、配件图册、配件清单开发和服务培训)，配件保障及时性，以及终端服务网络运营质量。

围绕这三个方面的能力提升，福田不仅对标世界上服务最好的商用车企业，还借鉴高端乘用车品牌的经验。

提升服务工程开发能力，借助新的信息系统，统一开发标准，整合开发福田的服务技术资料、配件清单和配件图册，并要求在开发产品的同时同步开发技术资料，这使开发效率和服务质量都得到明显提高。搭建高效的配件物流体系，福田全球配件物流平台从去年已经开始运营，目前有北

京和山东两处，下一步要在广东、湖南建点。据介绍，为更快速响应客户需求，除了中心库，福田下一步还要整合区域库，并用条形码改善配件的管理，提高配件供应及时性。另外，福田非常重视服务网络的升级，企业与客户有两个接触面，呼叫中心和服务站，“呼叫中心在我们身边，容易管，一直在提升。服务站的升级一直是重点和难点。”宋术山说。为提高维修人员的技术能力和素质，福田将对其进行资格认证，提高维修人员的一次到位率。通过认证，对高水平员工进行激励，这也稳定了员工队伍。

国际化企业要过海外服务关

去年，我国自主品牌汽车出口已达百万辆，虽然出口是新的增长点，但海外服务一直是自主品牌企业的短板。

宋术山介绍，福田正通过几个平台的建设来提升海外服务能力。一是将配件物流体系延伸到海外；二是建设海外区域培训中心，提升海外人员的维修能力，海外信息系统也在建立中；另外，福田正在规划海外呼叫中心。“目前，在海外依托代理商建立了相对简单的经销商客户关怀中心，未来等业务规模达到一定水平，将建立厂家受控的呼叫中心。”宋术山说。

对于“3·15”，宋术山表示福田并没有特殊对待，“对消费者的保护要落实到日常的工作中去。做好服务，保护消费者权益不能临阵磨枪，服务是需要长期的沉淀而成，不管理念、体系、网络还是服务平台的建设，都不是一朝一夕做到的。对于福田来说，我们天天都是‘3·15’！”

品牌资讯

乐视网联手富士康打造超级电视

本报讯 日前，乐视网在京宣布与富士康科技集团达成战略合作，乐视TV·超级电视以及互联网机顶盒产品将由富士康提供全套解决方案，此外双方还将成立合资公司，建立更具价值的战略合作伙伴关系。

乐视网副董事长兼COO刘弘指出，超级电视不仅是电视机，而能打造极致体验完整价值链的“乐视生态”，是包括顶配硬件和超级LeTV UI系统软件在内，“平台+内容+终端+应用”的完整生态系统。

（徐云）

北川龙吟寺获捐珍藏文物

本报讯 日前，欧美同学会企业家联谊会中国东方学研究院杨昶教授捐赠北川龙吟寺首批珍藏文物交接仪式在北京举办。

中国东方学研究院院长、天津宝坻玉佛宫博物馆馆长杨昶教授将其自藏的玉观音文物和大唐经书三卷(金箔铸成，每本重1.3公斤)的珍品移交给四川省重建基金会秘书长。欧美同学会企业家联谊会徐昌东会长宣布四川省汶川地震灾区重建基金会将建立中国国际人道主义紧急救援专项基金，同时还将在四川省建立非政府的紧急救援体系。

（沈海燕）

北京首个社区消费维权联盟成立

本报讯 3月14日，北京市顺义区举办了社区消费维权联盟成立大会暨国际消费者权益日纪念活动。今年顺义区以社区和消费争议快速解决绿色通道企业为依托，加快社会管理创新，成立了北京首个社区消费维权联盟，搭建了社区、企业、行政部门和群众联动的消费维权平台，使社会力量在营造良好的消费环境中得到了充分发挥。

该联盟由顺义工商分局和顺义区委社会工委共同发起，联盟下设协调委员会，成员为顺义工商分局、顺义区委社会工委和顺义城区4个街道办事处组成，协调委员会办公室设在工商分局。

（李洋）

北海道Northern Arc Resort度假区受青睐

本报讯 日前，TGC基金宣传大使任命仪式在日本北海道Northern Arc Resort度假区举行。韩国明星朴海镇被任命为中国人民对外友好协会旗下基金会——TGC文化基金会的宣传大使。

为活动提供支持的Northern Arc Resort度假区致力于为游客提供舒适满意的品质假日。这里有一流的厨师，精选的食材、大自然赐予的独一无二的美食享受，还有高尔夫球场和滑雪场。优质的假日酒店服务、北海道特有的私密空间，能带给游客全身心的放松。

（周丽）

陶二矿开展特效党建活动

本报讯 今年以来，冀中能源邯矿集团陶二矿坚持“科学发展在基层、创先争优促和谐”的原则，以开展特效党建活动为载体，舞动党建龙头，力促各项工作顺利开展。

该矿党委以提升职工素质为基础，积极开展星级区队、岗位标兵、星级员工的创建评比活动；以读书半月谈为载体，打造学习型区队、知识型员工；围绕金色矿山文化主题活动，提升职工的精神品质和素质。

（侯喜庆 韩院生）

北京汽车E系列表现出色

本报讯 2012年，受困于车市微增长、合资品牌价格下探、消费结构升级等因素影响，自主A0级轿车市场销量同比下滑6.8%，市场份额下降4.2个百分点至29.5%。相比大市的疲软，上市仅一年的北京汽车E系列却一枝独秀逆势上扬，不仅收获了26000余辆的销量顺利完成全年销售任务，还一举包揽了“CCTV年度自主品牌乘用车”在内的20余项大奖。一降一升，彰显了E系列以产品力、创新力突围的底气和实力，也标志着北京汽车自主品牌体系能力得到了全面提升。

在A0级市场，外观、配置、价格是影响消费者购买决策的三大主要因素。经过一年的市场检验，充分说明E系列牢牢抓住了这三大利器，同时“三包第一车”的标签也为E系列加分不少。而E系列在市场上的亮眼表现，背后是北京汽车在制造、渠道、服务、营销四大体系上的持续发力。

随着今年三厢车型的上市，以及销售服务体系进一步完善，E系列在A0级市场的竞争力必将得到增强，北京汽车在自主品牌乘用车领域的拓展也更值得期待。

（海燕）