

消费资讯



湖南卫视《我是歌手》节目最近火爆荧屏,歌手的倾情演绎,令不少观众为之沉醉。而中行、银联携手京东商城发起的“一块钱大有享法”活动,凭借“双高”的中奖率与总奖金额度舞动网络,也让众多网友热血沸腾。

2013年1月13日,由中行、银联携手京东商城发起的“一块钱大有享法”网络活动正式启动,在不到两个半月的时间里,成功点燃了全国中行信用卡用户的刷卡热情。中行银联信用卡中心提供的数据显示,上述活动开展后,全国各大城市刷中行银联卡的消费次数有明显提升,新卡申请数量

《我是歌手》荧屏火爆“大有享法”舞动网络

也出现增量迹象。与此同时,活动宣传海报覆盖各大城市的机场、户外广告牌及大型社区楼宇。成熟的市场运作和“一块钱大有享法”活动本身的巨大诱惑,使其成为街头巷尾的热议话题。

北京的刘女士最近很纠结,因为丈夫老是劝她参加“一块钱大有享法”微博转发活动,耐不住好奇,刘女士看了活动介绍之后,恍然大悟。原来该活动共有10期参与机会,每期产生4000名中奖名额,也就是说,两个半月时间,预计将有4万个中奖名额,分享总价值高达800万元的京东商城全场通用电子礼券。

“中奖率真的很高,微博每天都有晒奖的网友。”刘女士开始关注“一块钱大有享法”活动微博,每天不同网友的晒奖信息让刘女士跃跃欲试。原来刘女士是北京CBD某外企

员工,也是各大银行信用卡的拥趸,每个月刷卡消费均在5000元以上,参与“一块钱大有享法”活动之后,她将所有刷卡消费的机会都给了中行银联信用卡。

根据活动规则,凡持中国银行62开头银联信用卡用户,单笔消费满288元,并转发当期“一块钱也能大有享法”微博@三位好友,私信提交个人相关信息就可以参加抽奖活动。刘女士将所有刷卡消费的机会都给了中行银联信用卡,无疑提高了自己的中奖机会。与刘女士有同样想法的参与者不在少数,中奖率高,刷卡金额却不高,为什么不试试呢?

据悉,上周是参与活动的最后机会,网友参与热情空前高涨。参与转发活动微博的人数超过5万人次,再一次刷新该活动单期转发人数的最高纪录。(亮亮)

迈步云端 普惠未来 “迈普云”战略全球发布主推“云应用”



“‘迈普云’的定位是要成为中国领先的多媒体与位置服务的行业应用的云平台服务商,未来3-6年时间内,迈普在涉及云战略的基础设施、研发、营销等方面总的投入将达到1-3亿左右。”

3月26日,中国主流的网络及行业应用解决方案供应商迈普通信在北京召开主题为“迈步云端 普惠未来”的“迈普云”战略全球发布会,两百余名政产学研用各界高层人士到会,以“迈普云”为先导,共同探讨了云计算、大数据给中国信息通信产业带来的机遇和挑战,“云计算”带来的生产生活方式的改变,以及云计算的未来发展趋势。

全国工商联副主席黄小祥在致辞中表示:“我国国民经济正处于产业转型升级、产业结构调整的关键时期,这对中国本土成长起来的企业来说,提出了新的要求。我们的企业家们需要牢牢把握这些趋势的最新变动,提高自主创新能力,加快企业变革与转型,不断提高经营管理水平,提升企业的市场竞争力,实现‘中国梦’与‘产业梦’、‘品牌梦’、‘个人梦’的融合。”

会上,迈普董事局主席花欣围绕“迈普梦”与“中国梦”,回顾了迈普与中国通信产业共成长的20年:“2013年,是迈普公司的20岁生日,同时也是迈普与中国通信产业共同成长的第20个年头。这20年迈普人用‘创业’的激情,实践着‘创新成长’和‘产业报国’的梦想。”

“未来,迈普将围绕着用户需求的最新变化,继续紧跟产业的发展趋势,通过迈普‘云战略’的实施和推进,为用户创造更大的价值,为各行业的信息化建设发挥更大

的作用。这是每个迈普人的‘中国梦’,同时也是每一位从事信息通信产业的奋斗者的‘中国梦’。”花欣表示。

随着通信产业的飞速发展,多“云”时代已然到来,“云”已不再是“空中楼阁”,而是已落实到应用层面。发布会上,迈普现场展示了四个迈普云应用:Imedia云媒体推送系统、云应用之政讯知、E3G智能3G综合业务管理云平台、Mico一体化信息安全防系统,描绘了“迈普云”的应用蓝图。

迈普CEO肖志辉称:“‘迈普云’建立于迈普在基础网络与行业应用双翼齐飞的基础优势之上,底层更扎实,方案落地掷地有声,也更安全、睿智、便捷。‘迈普云’以‘智能服务’为应用核心,致力于数据共享和智能协同,逐步实现智能企业、智能城市、智慧世界的应用,从而获得高效的企业运转、智能的城市生活、智慧的生存空间。”

在谈到社会广泛关注的网络应用安全与国家信息安全问题时,肖志辉表示:“信息安全问题关系到我国金融信息化建设的顺利进行,目前中国的信息与通信产业链已经形成,中国厂商的技术能力日趋成熟,在建设国家金融信息安全体系方面,以及在构建安全、稳定、智能的网络和业务运行系统方面都应发挥更多的作用。”

据介绍,在具体的行业应用上,迈普已经有了很多的成功案例。比如迈普与江西联通一起联合运营的“智慧公交”服务。智慧公交是智慧城市的一部分,也是位置服务的一种具体形态。再比如云媒体服务方面,迈普全国的办事处和一些重要客户都已经使用了迈普多媒体信息发布服务。

业内评论人士认为:云计算已然不单纯是一种革命性的计算模式,而是一种革命性的商业模式。“迈普云”的发布也不仅仅是一个企业云图的构想,更是一个基于客户价值体验升级的平台构建,通过开放式众创新模式,构建这个产业化大平台,将传统的通信与多媒体、位置服务相结合,将“后台通信”与“前端应用”整合天成,并专注于“行业应用”市场。这给我们民族通信企业提供了一个“全新的范本”。(谢欣)

冀中能源邯矿集团陶一矿新闻汇编

冀中能源邯矿集团陶一矿“廉政灶”吃出“廉政风”

“请领导吃饭喝酒真难,与他们打交道托他们办事特容易”,近日,笔者不时听到职工群众的赞许声。

今年以来,冀中能源邯矿集团陶一矿认真贯彻落实党中央转作风“八项规定”、集团公司“十项规定”要求,积极实施了“廉政灶”制度,狠刹接待风,有效遏制了“舌尖浪费”。(李建锋)

冀中能源邯矿集团陶一矿 建成邯矿首个通风资料室

日前,邯矿集团陶一矿“一通三防”资料室正式落成,该矿领导在充分肯定通风区在通风管理、科技创新、安全质量标准化中取得的突出成绩。专门为其配备了电脑、办公桌、资料柜及相关专业技术书籍。

“一通三防”为今后该矿的通风管理、安全质量标准化、课题研究、技术人员技术交流打下了坚实的基础。(吴博)

冀中能源邯矿集团陶二矿新闻汇编

冀中能源邯矿集团陶二矿 学习宣传《计生法》

为增强全矿职工家属的计生观念和法律知识,连日来冀中能源邯矿集团陶二矿掀起了《人口与计划生育法》学习宣传活动的热潮。

为使该法深入人心,该矿计生办、工会女工部、党委宣传部门紧密联系,充分利用现有的宣传舆论工具、书写张贴大型宣传标语、更换橱窗板报等,广泛宣传实施《人口与计划生育法》的重大意义。(王丽红)

冀中能源邯矿集团陶一矿党委 积极推进党建“新机制”

日前,冀中能源邯矿集团陶一矿党委按照“党建思想政治工作与企业中心工作有机融为一体”的原则,在原有标准化党支部的基础上推进领导机制、组织机制、决策机制、运行机制、监督机制,建立了融入型考核机制和融入型反馈机制,形成了“领导—组织—决策—运行—监督—考核—反馈”的良性循环工作体系。(吴博 刘建忠)

冀中能源邯矿集团陶一矿 全力“打响”质量标准化“攻坚战”

今年以来,冀中能源邯矿集团陶一矿坚持以学习培训为基础,落实制度为手段,验收为保障,全力打响了质量标准化攻坚战。该矿对全矿班组长以上人员进行授课,使他们系统深入掌握新的质量标准。

该矿建立了以行政、技术为主线,以质量监管为重点的管理责任制度,形成了责任清晰,目标明确的工作格局。(李亮)

冀中能源邯矿集团陶二矿运输区 明确责任抓计生

冀中能源邯矿集团陶二矿运输区党支部针对全区协议工多、青工比例大、农村户口的育龄妇女较多等情况,每季发放一次联系卡,每季召开一次计生会议,对职工进行计生知识的宣传教育,不断组织青工开展计生知识有奖问答,观看计生科教光盘等活动,有力地促进了计生工作的开展。(侯喜庆)

“鲨鱼来了”！新天籁或将颠覆中高级车市格局

近期,车市的话题似乎都围着新天籁转悠。新世代天籁自2月26日全球震撼首发之后,旋即掀起了另外一个话题——3月18日,新世代天籁在浙江湖州正式上市,2.0L与2.5L两个级别7款车型官方指导价格为17.78万元-24.48万元。这个极具诚意、空前震撼的价格瞬间震动车坛,大大超出了市场及消费者的预期。

任勇在新天籁亮相时,以“海中之霸”——鲨鱼比喻新世代天籁,如此看来,新天籁确实“鲨”机重重。



纵观当下中高级车市场的主流车型,新天籁17.78万元的起步价相比新帕萨特18.38万元和新迈腾19.98万元的起步价,低了很多。值得注意的是,新帕萨特和新迈腾的起步价均是1.4升车型,而新天籁的起步价则是2.0升车型。新天籁极具震撼力的价格,或将重构中高级车市场的价值体系,颠覆中高级车市场现有格局。

当然,新天籁这一颠覆性的定价极具勇气,堪称中高级车市场乃至整个汽车市场上的价格先锋。但仅仅是价格震撼,不足以构成最具“杀伤力”的优势。因为新一代消费者的价值观正在逐渐发生改变,能打动这一群消费者的关键词有两个,一是高性价比,二是高品质驾乘体验及高价值服务体验。新天籁带给消费者的体验价值和服务价值,远远超出这一价格本身。

除了由全面进化的产品实力为消费者带来高品质的驾乘体验之外,新天籁在上市之际,更推出国内首个基于新车的客户价值提升行动——“天籁行动”,即所有购买新世代天籁的消费者,均可享受“7天包换”、“60天免费出险代步”和“3年CARWINGS智行+免费享”三大服务政策。

有业内人士测算过,这些服务如果折算成现金,价值近万元。东风日产如此大手笔地投入,受到众多消

费者赞赏的同时,也有不少提出质疑:作为一个企业,盈利是必要的,这么大笔投入不是给企业带来很大的负担吗?

谈到这个问题,任勇阐述了自己的想法:在这个充分竞争的市场环境下,要赢得市场,没有什么捷径可言,只有彻底地了解顾客的声音、顾客的需求,并且能够满足顾客的需求,消费者才会用订单投你一票。在发布会现场,任勇说得最多的一句话就是:“要用最具诚意的行动,让新世代天籁的消费者最幸福。”

就目前的情况来看,东风日产至诚服务和诚意价格,确实获得了消费者的认可。据任勇透露,虽然车还未到店,但是截至3月18日,短短20天的时间里新天籁的订单已经超过5000台,大大超出预期。

新世代天籁一经上市,任勇便放出豪言——新世代天籁要成为区隔领先车型。乍一听,也许有人会觉得这是信心过满。但笔者仔细分析之后认为,新世代天籁的综合实力确实足以让任勇信心十足。全面进化的产品实力、极具竞争力的价格以及业内首创的创新服务模式,新天籁或将真如任勇所说的“鲨鱼”,成为中高级车市场上新的统治者。而中高级车市的格局,也将随着“鲨鱼”的到来,再次被颠覆。

(贺强)

