

今年累计为冬奥测试赛投入317台运输保障车 冬奥测试赛场“福田人”展现高服务水平



福田欧辉纯电动公交车

从今年2月份起,北京冬奥会提前一年开始了“相约北京”系列测试赛。参与交通运输服务保障的福田团队,也从大年初二正式进入赛区,开始了近一年的冬奥会测试赛服务保障工作。

全时在线 更快响应

陈飞是一名福田汽车的服务工程师,也是福田智能售后服务中心的部长。作为本次冬奥测试赛运输保障服务人员,这是他今年带队参加的第四次冬奥测试赛服务保障工作。

提起今年冬奥会测试赛的工作安排,陈飞说道:“‘相约北京’冬奥系列测试赛从2月份就开始了,主要是雪上赛事。3月底到4月中旬,测试赛主要是冰上赛事,10月底是雪车和滑冰项目,一个多星期休整期后,现在正在进行的是雪橇和冰球项目,到11月20日结束。”

据了解,福田汽车今年累计为冬奥测试赛投入317台运输保障车,为运动员、随队人员、国内技术人员、媒体、志愿者等18类群体提供了人员运输服务保障工作,截至目前,已完成累计9万余人次的运输服务保障。尤其是新冠疫情背景下,不仅完成了运输保障任务,还取得了服务群体和服务人员“0感染”的佳绩。

据陈飞介绍,在防疫常态化下进行国际赛事的运输服务保障,各项防疫举措



正在进行消杀工作的福田欧辉客车

据了解,“相约北京”冬奥会第三阶段测试赛的时间跨度很长,从10月5日开始大约持续65天左右时间。也就是说,像陈飞、郭然然这样的工作人员,他们需要持续高强度工作“65天×20小时”。

长期高强度的工作,对每个人都是很大的考验,对郭然然同样也是。

“我是两个孩子的妈妈。虽然家里面给我的压力不是很大,但自己内心的愧疚感还是很强烈。尤其是想到4岁女儿的时候,很害怕她见到我会哭,所以也不敢跟她频繁的视频。”谈起本次服务工作的最大感受,一向飒爽的郭然然不禁也柔情起来。

除照顾好自己的起居和情绪。尤其是在测试赛服务保障和自己本职工作双重强度之下。

“虽然我在赛事闭环内,但我的本职工作还不能完全放松。每天基本上200条以上的通话记录,既要全力做好服务保障工作,也需要安排好公司内的本职工作。相比之下,也的确没有精力能来为家庭分担些什么,也没有时间忧伤。”详细介绍完每日的工作内容,郭然然笑出声来,也算给了自己一些安慰。

这或许是这位飒爽“妈妈姐”独特的情绪疏解方式。强大压力不仅没有“打倒”她,反而又练就她更强的韧性,果敢又坚毅,豁达且乐观。

专注验证 更高标准

为确保本次运输服务保障任务的圆满完成,其实在闭环外,还有很多福田汽车服务保障人员。杨彪就是其中之一。

杨彪来自福田汽车欧辉客车事业部,是欧辉华北销售分公司负责客车和校车业务的副总经理。本次第三阶段测试赛,他主要负责延庆赛区的外围服务保障工作,与郭然然内外配合、通力协作。

“因为疫情的原因,能进去闭环内的人员比较少,这需要我们外部的保障小组配合好,作息保持和闭环内人员基本一致,保证在需要我们的时候,第一时间提供有力支持。”杨彪介绍说。

也正是得益于福田汽车强大的服务体系,让外围保障工作真正做到切实可行。即便在相对偏僻的山区,福田汽车也有品牌服务商、服务站的设立。据了解,福田汽车全国有7000多家品牌服务商,配件总额超过5亿多的配件保障体系,不仅可以保障服务的及时性,也让服务质量得到有效保障。

看似轻描淡写的工作概述,其实是丰富大型活动服务保障经历,总让其在最关键地方做最合理安排,全面不失主次,全力而高于标准。

据了解,明年冬奥会正赛运输用车,是福田汽车针对赛事需求定制研发的氢燃料客车,400台的数量,也是氢燃料在国内最大的一批集中投放应用案例。在路试阶段,福田汽车在原来商品车路试验证里程上,提升到“不少于1000公里”的新标准。换句话说,212台氢燃料客车总路试里程不少于21万公里。面对人员少、标准高、时间紧等的多重考验,福田欧辉路试执行小组的工作人员,每天加班,几乎没有休息时间。

除了要在11月25日前完成路试并

交付给北京公交外,还要在12月中旬完成对司机的驾驶培训,并在同步完成车辆换雪地胎、强检等工作,车辆由此进入“防疫硬隔离”阶段,时刻准备着在冬奥会上投入应用。

“本次冬奥会对运输服务保障工提出的要求,我们都针对性做出了系列举措和服务标准升级,力争在近乎苛刻的任务执行标准中,再次展现福田汽车的服务水平,也向全球展现自主品牌的力量。”虽然连续的工作已给这位40多岁汉子带来些许疲惫,但在历练中不断成长的他,依然斗志昂扬。

团结一致 做好冬奥会人员运输服务

“奥运会关系到我们每个人。需要我们团结一致防疫,同心协力支持,在各个岗位上为冬奥会圆满举办贡献力量



持续高强度工作的福田服务保障团队

张晓帆在接受采访时说道。张晓帆也是冬奥会测试赛的运输服务保障人员,和杨彪一样有着丰富的大型赛事服务经验,也承担着冬奥会测试赛及正赛的人员运输服务保障工作。

“不同的是,杨彪负责赛事场馆内及场馆周边的人员运输,我负责外围运力,从空间关系上说,我俩工作就像是跑步接力,都是冬奥会人员运输服务保障。”提起自己的工作范畴,张晓帆说。

据了解,本次冬奥会系列测试赛和正赛的外围运力,虽然均由北京公交承接,但使用的车辆均为福田欧辉客车,所以张晓帆义不容辞地承担起了外围运力的运输服务保障工作。

“明年冬奥会正赛的外围运输车辆是698台,负责3个赛点的外围运输,均是目前在京运营状态良好的公交车。我们服务当前测试赛的同时进行着服务明年正赛的筹备工作。”张晓帆介绍说。

相比于今年的系列测试赛,明年冬奥会正赛对人员运输服务保障工作的考验更高。接驳人员群体数量的增大,不仅使冬奥会各群体人员接驳需求更复杂,同时对人员运输应急抢修及各个环节的完美配合也提出更高要求。

“跑好现场运营与服务救援的接力棒,跑好外围运力与场馆赛事人员接驳的接力棒,跑好不同赛区、不同服务小组之间配合的接力棒,跑好人为奥运的接力棒。”提起对明年冬奥会正赛的更高考验,张晓帆慷慨激昂地说道。

小人物是每个伟大瞬间的创造者。像陈飞、郭然然、杨彪、张晓帆一样努力的工作人员有很多,他们在自己的位置上奋发,将旺盛的生命力焕发为光与热,这最真实、最动人的图景,也是最深厚、最伟大的向上力量。

日前,在安徽省肥西县不动产登记中心业务窗口,工作人员正在通过视频留存的方式办理一起特殊的不动产登记业务。特殊服务的对

肥西县不动产登记中心依法合规、快捷高效的便民服务,既特别又温暖,为抗疫医护人员开辟爱心通道。

安徽省肥西县不动产登记中心 为抗疫医务工作者开辟“绿色通道”

象郭道妹是一位参与抗击疫情的医务工作者。她是上海医院的医护人员,于2021年初卖掉肥西县一处房产,10月份银行才放款。由于本人目前处在上海抗疫一线,无法到达现场取款。肥西县不动产登记工作人员得知消息后,采取由房主郭道妹委托爱人至不动产登记中心服务窗口,根据郭道妹的时间现场视频确认,留下影像资料的方式,于当天下午通过银行转账方式将房款汇到郭道妹银行卡。

一面小小的锦旗,映射出群众对办证延伸服务的认可,这是该县自然资源和规划局为群众办实事,便民惠民利民的生动实践。

该县自然资源和规划局不动产登记中心聚焦群众的“急难愁盼”,全面听民声、察民情、聚民智、解民忧,用公证的暖心服务让群众获得精准、及时、有效的公证服务,切实提升了人民群众的幸福感、获得感。

(李媛媛 许永军)

打通“一二三”产业链 携手农户走向共同富裕 百草味芒果干“双11”销售近千万元

近日,百草味发布本年度“双11”品类销售数据,百草味芒果干销售额近千万元,表现亮眼。据了解,百草味芒果干这一单品累计销量高达1.2亿袋,是百草味当之无愧的“爆款之王”,该产品同时也是百草味的重点农产品。



百草味目前拥有坚果炒货、果干蜜饯、肉类卤味等五大品类产品,果干蜜饯类产品作为百草味五大核心品类之一,包含多款亿级、千万级单品,如百草味芒果干、缤纷果干礼盒等。据天猫生意参谋数据显示,截至2021年10月,百草味果干蜜饯类产品连续两年排名行业第一。

第一财经商业数据中心联合天猫发布的《2020天猫蜜饯消费趋势报告》显示,近年来,果干蜜饯类产品的消费规模持续扩大,消费增速也大幅提升。在消费升级的大趋势下,越来越多消费者喜欢在线上平台购买果干蜜饯,也愿意为价格更贵、质量更好的产品买单。从细分品类看,水果干、枣类制品和梅类制品最受欢迎,其中芒果干最受消费者的喜爱。

早期,百草味进行芒果干产品开发,由研发总监带着产品经理、研发人员、采购人员等10余人组成食材寻找小组,穿梭在中国、越南、泰国、马来西亚、菲律宾等地,历时一个多月,挑选了37种芒果,经过300多天原材料挑选、加工工艺实验等历程,风味调整超千次,最终敲定的最接近鲜芒1:22的黄金甜酸比,好评率达99%以上。十年前,百草味锁定电商模式,打

通“一二三”产业链,开启了农产品赋能扶贫的道路,最早的农产品就是百草味的“爆款单品”——芒果干。

2010年,百草味董事长邱浩群在前往广西壮族自治区百色市做食材原材料市场考察时发现,田阳县的芒果因滞销,被果农一字排开堆在了田间地头,这一画面触动了他。随即,邱浩群与当地签订协议,开启了百草味的精准对口扶贫工作。通过“芒果干”开启助农道路后,百草味通过企业自身实力持续助力于产业对口帮扶,赋能农村经济,实现了市场、企业、基地、农户的多种组合生产模式,拉动就业、提高效率,带动全产业链走向共同富裕。

据了解,在果干蜜饯类产品上,百草味除了芒果干之外还推出了草莓干、白桃干、榴莲干、无花果干等31种产品,产地分布山东、河北、广东、广西、海南等,这些果干类产品大部分通过代工企业从农户、合作社、基地等处采购后加工的方式与百草味进行合作,提高农户的收入,助推当地经济发展。

满足消费者低糖、低卡需求

优乐咖啡推出低糖新品

随着经济的发展,“咖啡文化”已经与百姓的生活、工作和休闲娱乐紧密联系在一起。尤其是年轻的消费主力群体,对咖啡的包容度、接受性和需求性尤为强烈。

喜之郎集团一直致力于对年轻消费群体“个性”“颜值”元素与“美味”“健康”饮食方式相结合的研究,于2009年开创“优乐咖啡”冲饮品牌,推出“优乐花式咖啡”“优乐原味咖啡”“优乐特浓咖啡”深受广大消费者喜爱。

针对当下消费者低糖、低卡的新消费主张,喜之郎集团持续开展了低糖控甜食品项目的研究工作,在2021年又推出了五款全新的低糖咖啡产品,甄选阿拉比卡咖啡豆,采用最新配方和全新烘焙工艺,吸引了广大咖啡

爱好者的关注和追捧。

其中条状咖啡系列,有榛果拿铁(独特焦香、浓厚甘醇)和炭烧(芬芳果香、纯正丝滑)两种风味,甄选果酸和香气均表现出色的阿拉比卡咖啡豆作为原料,通过高超的烘焙工艺,达到香味、醇度和风味的巧妙平衡,形成余韵悠长的咖啡风味。同时,采用低糖配方,使消费者轻松享受花样好生活。

而连包咖啡系列,新上市3款受消费者喜爱的口味:原味、特浓以及蓝山风味咖啡,风味更浓郁,配以低糖配方,能满足消费者多种需求,轻松享用无负担。

低糖优乐咖啡主打“低糖+香醇”的新式咖啡概念,适合在各种时间段唤醒活力,精神饱满每一天。



聚好全球和联合利华U创孵化器战略合作正式启动

10月22日,聚好全球股份有限公司(以下简称“聚好全球”或“公司”)与联合利华U创孵化器在隆力奇中国总部召开了战略合作大会,聚好全球股份有限公司董事长徐之伟、联合利华中国数据与数字化营销副总裁方军等出席了战略合作大会。在大会上,聚好全球与联合利华U创孵化器共同宣布将在社交新零售展开一系列战略合作。



夏士莲雪花系列香氛护肤品

其中此次合作的首个品牌“夏士莲雪花”系列将通过聚好商城的平台加速布局国内香氛护肤产品市场,助力“夏士莲雪花”针对中国消费群体量身定制护肤产品。

联合U创孵化器是联合利华与中国新锐品牌合作的项目,采用“中国创新,全球支持”的创新模式,助力新锐品牌加速成长。通过打开联合利华的品牌营销实力、广泛的渠道资源,研发和供应链能力等开放式创新方式,为新锐品牌寻找机会。

聚好全球此次与联合利华U创孵化器联手,是双方优势互补的选择。聚好全球作为国内健康美丽类产品中最具规模的新零售和电商平台企业之一,拥有强大的销售资源,可以在新零售领域提供强大的渠道资源和平台支撑力。

此次合作,将释放出一个积极信号:聚好全球正在加快引进新品牌、新

产品,为消费者提供不断优化和升级的产品和服务。展望未来,聚好商城将继续致力于与全球顶尖人才和公司合作,加速产品多样化,并进一步扩展到高端化妆品和保健品市场,旨在打造全球最大的新零售企业之一。打通线上、线下、大数据、物流、服务五大平台,融合自有、明星、国际三大品牌,把全世界优质的产品带给亿万家庭。

据了解,聚好全球股份有限公司通过旗下聚好商城运营中国领先的化妆品、健康及营养品和家庭日用品电商平台。公司向消费者提供自有品牌产品,并销售和分销其他品牌的健康



双方签订战略合作协议

和营养补品、化妆品以及部分家居用品。

此外,聚好商城允许第三方品牌在其平台上开设店铺,根据线上店铺的销售收入收取服务费,同时公司为第三方品牌提供关于市场需求的独特而有价值的信息,赋能商家更有效地进行销售管理和品牌宣传。