

晚报督办008号



换客大全

张先生:九成新小鸭全自动滚筒洗衣机换电动车或纯平电视。65262961

张先生:九成新奔四纯平电脑(CPU2.8、内存512、硬盘80G)换踏板电动车。13653818604

李先生:九成新红色捷安特弯把赛车换儿童电动小汽车(能开的那种,最好带遥控)。63560673

代女士:惠普彩色7838打印机、步步高全新麦克风、mp3、19英寸老款彩电换物。13598045096

刘女士:女儿学琴3年,始终没有自己的钢琴,想换七成新价格在3000元左右的钢琴。15838058258

刘女士:全新红色蛋型车载两用冰箱、九成新夏新A530手机换名牌微波炉或电动车。QQ:467913090

刘先生:八成新苏泊尔豆浆机和先锋牌电暖器换九成新自行车、洗衣机、点读机或床垫。13700842285

宋女士:音响、八成新金正DVD、全新婴儿床、饮水机换电脑、跑步机、捷安特或阿米尼自行车。13803996733

于先生:神州行05E套餐手机号、电磁炉、笔记本无线上网卡或710万像素佳能A550数码相机换电动车。13526865111

晚报记者 汪永森 整理

互动方式:您可拨打本报热线67659999,发送邮件到记者信箱 wys_198@163.com,加入本报换客联盟QQ群:60486794、24737162、35050094、37920496或登录本报换客论坛 http://bbs.zhzhk.com 发布您的换物信息,讲述您的换物故事,交流您的换物心得。

600米长的污水挡住了路

店铺前得放几块砖才能出入,相关部门表示将尽快维修

□晚报记者 董洪刚 汪永森 实习生 邵亚男

市民反映 昨天上午,网友通过本报QQ反映,北环汽配大世界水科路段下水道堵塞导致污水溢出,路面存积污水严重,附近商铺排出的污水异味太大,给华北水院的学生出行带来很大麻烦,希望本报协调解决。

记者目睹 在现场,水科路600多米都存在污水淤泥。附近商铺的老板告诉记者,这里年前因为下水道堵塞,疏通清理过一次,本想

已经解决了,但是没过多久又出现污水横流的情况。

“上午还好些,每天下午五六点时最为严重,半个路面都是溢出的污水,有的地方甚至整个路面都是这样。店铺门前都是放几块砖才能出入。”附近的居民告诉记者,这条路给他们的生活带来了很大的不便,他们也曾经反映多次,但没有得到彻底解决。

记者在华北水院看到,有工作人员在校园里清理疏通窨井。工作人员说:“下水道堵塞致使污水流通不畅,污水就从井盖往外冒,每次清理时,都能挖出很多废弃的一次性筷子,类似的物品堵塞下水道,造成污水横流。”记者看到,在清理的污物里还有旧车窗玻璃等。

相关部门声音 记者从市政立刻办了解到,水科路属于郑州市北环以北的道路,因为没交到市政部门管理,所以不归市政部门管理养护。记者和金水区市政局联系,工作人员表示,具体的维修工作归区市政所,他们将就反映的情况和该所联系,尽快维修。

路牌出错,老有人迷路



“宏河路上路牌出错,沁河路标成了天下路,最近老有人迷路。”昨日,汝河路办事处巡防队致电本报,新修的宏河路上设置的道路指示牌上,将南边的“沁河路”错标为“天下路”,但一直不见有人前来更正。

昨日,记者在宏河路上看到,工人路与桐柏路之间的宏河路上,两个道路指示牌都将“沁河路”标为了“天下路”。汝河路办事处巡防队员吴兆岭说,宏河路是新修道路,该路设置的道路指示牌上,有关部门在“天下路”早已改名“沁河路”后,错误标示路牌,给市民带来不少麻烦。

昨日下午,记者与市政立刻办取得联系,工作人员表示交通道路指示牌不归他们管理。记者随即拨打110,但对方表示这里的道路指示牌不归他们处理。交警八队的电话则一直无人接听。路牌问题如何处理,本报将继续进行关注。

晚报记者 董洪刚 汪永森/文 白韬/图 线索提供 刘源源

晚报督办009号

育英路10个路灯7个不亮

相关部门承诺两天内查明处理

昨天,市民王先生向本报反映,郑州旅游职业学院门前的育英路有10盏路灯,但有7盏不亮,晚上,学生和附近小区居民出行非常麻烦。

“育英路是学生到航海路的最近路段,加上这附近有鑫苑小区、百草小区等,这条路虽然小,但是过往的人不少。”王先生告诉记者,这里的路灯坏了,晚上漆黑一片,这样的情况已经持续了一个多月时间。

昨日下午4时,记者与市照明灯饰管理处取得联系,工作人员了解情况后表示,他们会尽快派工作人员去查明情况并在近两天时间内及时处理,让育英路亮起来。

晚报记者 董洪刚 汪永森 实习生 邵亚男

中国啤酒新生力量 连续8年领军中国啤酒第二阵营

金星啤酒:全国知名品牌的二次腾飞

金星与中国新一代一起成长

万名员工25年锐意进取,金星成为深受中国消费者喜爱的知名啤酒品牌。

从“高速公路”到“航母时代”,从区域强势品牌到全国知名品牌,从做大后做强到做强后再做大,金星品牌的成长一路挥洒奋斗的豪情。

成为“中国啤酒大众市场领导者”和“中西部啤酒市场主导者”的金星倡导与全国消费者、经销商的“共同成长”,矢志以持续不断的努力为中国啤酒行业增添骄傲的亮色!

金星代表中国啤酒的新生力量,开创着中国啤酒新时代。

中国酿酒大师“精彩”领衔

时间闪回到2006年12月20日在北京钓鱼台举行的“首批中国酿酒大师”颁证大会,金星啤酒集团董事长张铁山连同中国白酒至尊五粮液集团掌门人一起被授予“中国酿酒大师”的荣誉称号。

在中国啤酒行业,金星是获得这一荣誉的少有的几个企业之一。

“中国酿酒大师”意味着行业顶尖的酿造技艺。

金星连续8年跻身中国啤酒四强,且呈现出较快的增长速度,其产品质量的优势毋庸置疑,因为金星有“中国酿酒大师”。

对于金星来说,对质量的监控,恰恰就像维护企业生命般的严谨。

“目前国家只有40多项质量指标,但我们的啤酒指标高达100多项,这不是给我们自己增加无谓的负担,而是为了消费者提供高质量的产品。”金星啤酒集团董事长、中国酿酒大师张铁山说,为保证每一瓶啤酒的质

量,金星早从原材料生长就开始进行严密的监控。金星啤酒的全程监控包括对生产过程、原材料以及对消费过程各个环节。金星即从供应商的供应质量开始就全部实施监控措施。从原材料开始到最后的消费点,一瓶金星啤酒的落地,就有100多个监测点。

“即便是放眼世界级的啤酒企业质量管理,这个质量管理也是极为深入的。”金星还对供应商设置一个统一的评价标准,不合格的坚决放弃。金星实施了采购系统的改革,更加集中的规模采购,不仅有效降低了采购成本,还在保证质量的同时拥有足够话语权。对于原材料——啤酒质量第一关,金星充满信心。

金星不仅在生产中实行精密的管理和控制,在啤酒销售中,仍然有一套质量管控体系。金星始终强调新鲜度保持问题,这是公司过去几年中非常大的一个改进,也是金星抓口味质量当中的一个重要核心点。

“中国酿酒大师”赋予了金星啤酒的金品质。2009年,金星新品“精彩新一代”面市至今短短3个月时间,成为继金星激情新一代、金星纯生啤酒后金星旗下又一支生力军,市场销售一路高歌猛进。

逆境飞扬 与全国经销商共“精彩”

2009年,金星“逆境飞扬”,增建云南蒙自、西双版纳金星公司,进一步拓展金星啤酒在中国市场占有率。业内人士表示,金星逆境飞扬异地持续建厂,佐证了金星啤酒的运营质量和整体实力。

“全力以赴开拓全国市场,全力以赴降低生产成本,全力以赴防范金融风险”,三个“全力以赴”显现出金星“逆境飞扬”的决心和底气。

“底气”,来自金星“增强内功,快速应变、准确制导”的核心策略。面对急剧的市场变化,金星第一时间做出反应,对管理架构、产品结构、激励制度、服务体系等十个方面进行了重大的调整,大手笔推行节约化、精细化现代营销模式,统筹以河南为代表的中部市场、以云贵川为代表的西南市场、以陕晋甘蒙为代表的西北市场和以山东、广东为代表的东南市场的销售,集中集团的优势资源,以危机为契机,提升金星啤酒的核心竞争力,推动金星的“二次腾飞”。

金星在市场压力下寻求突破的第一步棋,就是强化企业“同赢”文化的构建,以“同赢”提升信任度、凝聚力,以“同赢”与全国经销商同荣共长。

“同赢”首先是要让消费者“赢”。多年来,不管原辅料价格如何波动、不管市场竞争如何剧烈,金星始终遵循高效优质的生产要求,坚持采用优质水源、麦芽和酒花酿造好啤酒,绝不打折扣,这在消费者中树立起良好的口碑;第二,让经销商“赢”。如果把金星比做一个人,那么经销商就好比身体的血液循环系统。没有好的血液循环系统,就不会有健康的体魄。所以,金星尊重每一个经销商,并努力打造诚信、务实、高效的经销商服务体系。金星通过与广大经销商构建长期的战略合作伙伴关系,不但使经销商与企业一起健康成长,而且光大了金星多年来打造的卓越商誉,更大程度提高了经销商网络的积极性与忠诚度。

“向对手学习,让对手尊敬”,金星希望通过与其他竞争品牌一起努力,共同推动中国啤酒行业的发展。

“精彩”打造全国品牌

2006年,金星从规模、品牌上进行全面整合和定位,开始打造全国统一品牌。一方面持续开拓全国市场,一方面深入夯实局部优势。

打造全国品牌,一要规模做大,二要做强品牌。

截至目前,金星已经完成了在全国10省投建17个啤酒生产基地的目标。金星每新建一家分厂,第一要务就是加强管理。在业绩要求上,金星非常实在,它不是一个简单的财务报表,而是细分为客户指标、内部管理、人力资源、成长发展等10多个指标,体现的是综合业绩,保证企业的长期赢利。如今,金星17家生产基地遍布全国各地,且都实现稳健发展。

金星,正在努力“做强品牌”,从品牌传播上持续提升金星品牌号召力,塑造金星啤酒全国品牌形象。在完成一系列大的整合后,金星开始转向品牌培育 and 市场营销。开始打造全国统一品牌金星啤酒把自己定位为“见证成长”。

2009年,金星啤酒借势新品“精彩新一代”上市销售,巧妙地引入“金星新一代,有你更精彩”品牌主张,联手国内知名影视策划公司拍摄以青春、活力年轻大学生和白领精英为主体的新形象电视广告片,通过画面的视觉转换和内涵演绎向消费者传输“金星啤酒与中国新一代共成长”的品牌号召,与年轻啤酒消费者“自然共鸣”,从而实现新一代中国人成长精神与“精彩”金星品牌理念的完美对接。

金星通过与中国年轻消费者的深度互动,使得品牌更具活性,更具有吸引力,最终目的就是要建立一种啤酒的消费文化和时尚,打造一个“和中国新一代一起成长”的沟通平台。

金星啤酒,与中国新一代一起成长!