

时政新闻

吴天君看望慰问困难群众时要求全市上下 关心困难群众生活 做好帮扶救助工作 确保困难群众过上一个欢乐祥和的新春佳节

本报讯(记者 刘俊礼 王继兵) 1月19日,市委书记吴天君看望慰问优抚对象、困难职工和困难群众,向他们致以新春问候和美好祝愿,送去党和政府的温暖。市领导王璋、姚待献参加慰问。

吴天君一行首先来到棉纺东路10号院,看望了低保对象杜八斤。今年62岁的杜八斤,无业,靠打小零工养家糊口,

儿子由于重病常年卧床,生活拮据。吴天君详细了解其家庭生活情况和低保政策、医保救助政策落实情况。他指出,要高度重视因病致贫、返贫问题,有关部门要进一步研究完善帮扶办法和政策,加大帮扶力度,提高基本医疗保障水平,让困难群众能够享受到基本的医疗服务。

在优抚对象张宇家中,

吴天君关切地询问了他的身体状况和生活情况,亲切地拉着张宇的手说,你为国家建设作出了贡献,党和政府永远不会忘记。吴天君叮嘱有关部门负责同志,要多关心帮助优抚对象的生活,根据他们的身体状况,提供多种形式的就业培训和就业服务,帮助优抚对象就业增收,解决家庭困难。

吴天君还看望了困难职工

俞四新,鼓励他坚强面对,树立信心,在党和政府的关怀帮助和自己的努力下,度过暂时困难。俞四新的母亲是原社区主任,今年已93岁高龄。吴天君坐在老人家的床头,关切询问老人的身体生活状况,祝愿老人健康长寿,春节愉快,并送上慰问品和慰问金。

走访慰问期间,吴天君强调,春节将至,做好困难群

众帮扶救助工作是各级党委、政府义不容辞的责任。全市各级领导干部要高度重视、关注各类困难群众生产生活,认真落实各项帮扶、救助政策,及时解决困难群众生产生活中遇到的实际困难,让困难群众有饭吃、不受冻,确保每一户困难群众基本生活有保障,让他们过上一个欢乐祥和的新春佳节。

助推郑州航空港跨境航空物流发展

郑州首家跨境电商平台上线

以往15~20天的海外代购物流周期,今后将缩短为2~3天

本报讯 购买国外的奶粉、化妆品等,以往15~20天的海外代购物流周期,今后将缩短为2~3天即可完成……1月18日,郑州首家跨境电商平台“万国优品”在郑州正式上线。该平台将为国内消费者网购进口商品提供一个合法、保真、低价、快捷的渠道,也将为海外商家提供中国海关总

署特批的E贸易跨境零售通关渠道。

近年来,国内消费者网购海外商品呈爆炸式增长。万国优品为海外商家提供中国海关总署特批的E贸易跨境零售通关渠道,对海外品牌而言,今后只需把商品交给“万国优品平台”,平台将帮助解决商品从物流中心到消费者手

中的一系列问题,比如物流清关、关税申报及售后服务等。对消费者而言,只需在平台上付款下单、坐等收货,不用再担心以往代购、海淘物品被海关扣押或被罚没风险,平台负责关税申报。而且,以往15~20天的海外代购物流周期,今后在该平台上也将缩短为2~3天即可完成。

省工业和信息化厅相关负责人表示,万国优品的上线,将使国际批量进出口货物通过航空物流向郑州集聚中转,从而提升郑州航空港的国际中转物流配送能力,助推郑州航空港的跨境航空物流发展。

郑州晚报记者 裴蕾
实习生 王治

郑州慈善总会会长 武国瑞获评“2013年度 中国慈善推动者”

本报讯 1月17日,第四届中国慈善年会在北京国家会议中心举行。中国慈善年会是由中国慈善联合会主办,多家知名慈善组织联合主办的中国公益慈善行业年度盘点、交流和总结的盛会。年会上,郑州慈善总会武国瑞会长被授予“2013年度中国慈善推动者”的荣誉称号。

自2010年首届中国慈善年会举办后,以“慈善的力量”为主题的中国慈善年会每一年度都以全新视角、专业眼光盘点当年度慈善热点事件、关键人物、示范项目,追踪一线公益慈善故事和人物,全方位展现中国公益慈善事业发展的历史进程。这是郑州慈善总会继2012年后,第二次获得此奖项。

本届年会活动分为两部分:上午以研讨会的形式,分析探讨中国慈善发展趋势;下午以“慈善的力量”为主题,盘点年度慈善成就,推出“年度慈善推动者”。王健林、牛根生、李本公、杨澜、曹国伟等知名慈善人士出席年会。

郑州晚报记者 裴蕾
实习生 王治

我市100多户贫困家庭 喜获暖冬“礼包”

本报讯 “我自己可不舍得买这么好的羽绒服。”“穿上它,冬天扫地再也不怕冷了”……几位拿到“礼包”的环卫工人脸上洋溢着喜悦的笑容。昨

日上午10时,郑州慈善总会、郑州电视台联合开展的“爱满绿城·帮助贫困家庭过暖冬”大型慈善公益活动在郑州华联广场举行。当天,我市共有

100多户低保、残疾等贫困家庭获得暖冬“礼包”。

据了解,爱心暖冬“礼包”由郑州华联五楼羽绒服商场联合郑州波司登贸易有限公司、

上海雪中飞实业有限公司郑州分公司提供,每个“礼包”里有羽绒服、米、面、油各一份。

郑州晚报记者 裴蕾
实习生 王治

索芙特势动“小蛮腰” “凤凰女王”扬扬惊艳亮相



马年伊始,中国日化界一场大变局正在悄然酝酿。一边是外资巨头欧莱雅抛弃自家“洋孩子”卡尼尔,转而成功收购本土品牌美即;一边是本土日化领军人索芙特登顶广州塔,精彩演绎传奇归来,强势推出“一五计划”全新品牌战略。越来越多的迹象表明,随着外资品牌逐渐下滑,本土品牌长势见好,未来日化的控制权极有可能回归民族品牌手中。

1月8日,在索芙特大型年会上,25周年盛典以一个凤凰涅槃、传奇归来的故事开始。身穿“凤凰女王”惊艳造型的华人全能舞蹈家扬扬,以大型歌舞表演《传奇归

来》生动演绎了传奇归来的故事。

以“缔造美丽生活”为理想的索芙特,在过去25年间,推出过一系列风靡国内外、市场一呼百应的功能性明星产品。站在“一五计划”新的起点上,索芙特意欲打造中国功能性个人护理用品第一品牌,站在地标的高度上,继续为中国传递美丽梦想。

传奇归来的索芙特不仅用凤凰热舞传情,更推出精心研发的新品为消费者送上美丽大餐。索芙特企划中心总监陈金生先生在盛典上豪推木瓜美白祛斑、水凝肌仙人掌倍润补水等索芙特功能性个人护理产品,涵盖面部护理、头部护理、身体护理全身护理,索芙特功能性个人护理第一品牌已完成产品布局。

静立在珠江边上、婀娜多姿的“小蛮腰”,不仅是索芙特盛典重要的参与者,更是索芙特盛典的见证人。当人们随着由产品组成的时光长廊,一同回顾索芙特这25周年来的美丽旅程时,下一场美丽传奇正拉开序幕。

专注品牌内涵和社会责任 万家乐入选 BRANDZ 中国品牌 100 强

2013年12月,由全球最大的广告、公共关系及调研集团WPP发起的《2014年BrandZ最具价值中国品牌100强》调查结果公布,厨卫行业领导品牌万家乐,以4分的品牌贡献率(满分为5分,100强平均为3.18分),入围中国品牌100强;凭借在热水器、厨房电器、壁挂炉、新能源等领域的品牌积淀和影响力,在过去的18个月里,当行业其他品牌面临宏观调控及出口紧缩出现销售量和利润下滑的局面时,万家乐成功保持了良好的增长势头,显示出了多年积累的深厚品牌价值。

依靠新型产品的发布、新型媒体的成功运用、电子商务渠道的良好表现,万家乐与中国移动、腾讯、招商银行等品牌共同入围,并成为热水器行业唯一入选的品牌,以及华南区唯一入选的厨卫品牌。

专家深度解读:万家乐优秀品牌内涵契合成熟消费者需求

秉承“坦诚自律合作进取”的企业精神,在致力于“成为受人尊重的企业”之愿景引导下,多年来,万家乐立足于通过与消费者的平等对话,在践行“客户创造价值”企业责任的同时,实现了品牌内涵塑造和品牌忠诚度的巩

固。截至2013年12月,万家乐历经26年发展,在国内已经积累了5000万用户,并通过500多个售后服务网点和官方售后电话、官方网站,为消费者带来“有万家乐的地方就有万家乐服务”的感受;2012年以来,随着新媒体时代的到来,万家乐开始在微博、微电影、微信、手机APP等渠道布局,增强多屏时代和移动互联网时代的消费者体验。

品牌中国之路:民族品牌与国民精神的融合

根据BRANDZ相关资料显示,中国已经进入“消费者生活重心迁移”的时代,即消费行为的目的已经由“拥有”转变为“体验”,消费层次也已经转变为“理性、舒适”。此外,品牌还应结合国民精神,实现品牌内涵的软着陆。

作为专业从事清洁能源和可再生能源产品制造的企业,万家乐“绿色低碳”的产品诉求,正是当下中国消费者的集体环境诉求。在此之上,为了契合全新的体验式消费时代,万家乐继续践行为消费者打造“舒适家庭环境”的企业梦想,并陆续推出了“智能浴”和“做中国菜的厨电”等系列产品。

小毛