

高速路火车站周边户外广告没了

天桥打赢户外广告“歼灭战”，一年拆除2735处

本报11月13日讯 (记者 张阿凤 通讯员 赵兵)

13日,记者从天桥区城管执法局获悉,截至11月5日,天桥区已拆除户外广告2735处,拆除总面积约21.51万平方米。高速路和快速路沿线、主要道路和重点窗口部位的广告设施全部拆除完毕,辖区内大型户外广告基本拆除。

据了解,今年以来,天桥区委区政府围绕“环境综合整治

年”总体部署,主要领导亲自抓,靠上抓。区城管局趁势而为,抢抓机遇,全面提速提效,开展了一场场户外广告专项拆除风暴。2735处约21.51万平方米户外广告的拆除,进一步改善了市容环境,全面提升了天桥区的城市形象和城市品位。

工作中,天桥区按照“先公后私,先易后难,齐头并进”的总原则,以“安全、有序、高效”为工作要求,对辖区的户外广

告进行全面的整治。整治过程中,多次组织召开工作会议研究户外广告拆除工作方案,确保拆除行动安全有序高效完成。

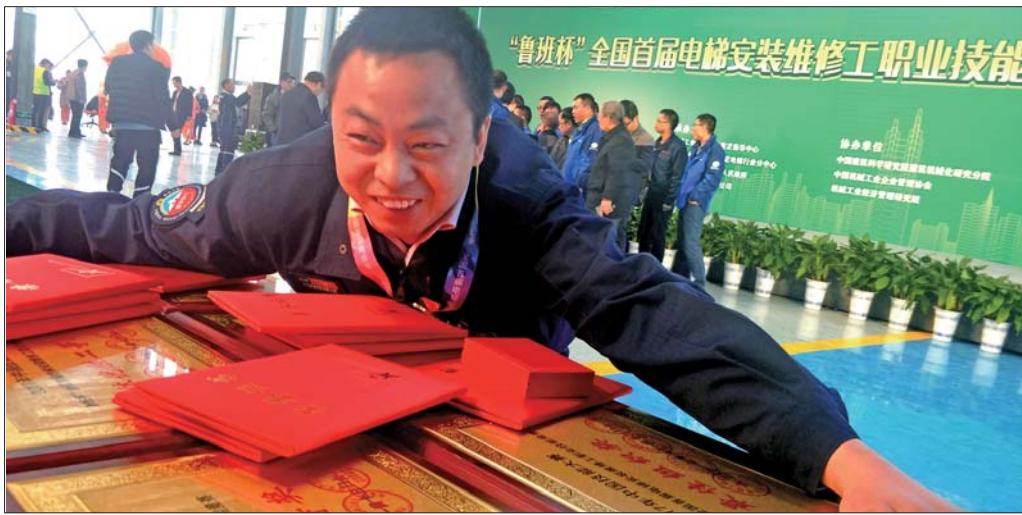
按照“先主后次,示范推进”的工作思路,突出对市区主要干道的整治,确保城市的“脸面”不出现“青春痘”,先后对北园高架路、顺河高架路、北绕城高速路、济泺路两侧的各类违法户外广告进行了拆除,重点拆除高速路和快速路沿线、主

要道路和重点窗口部位的大型户外广告设施,通过对主要干道的整治,带动次要干道和一般道路的整治。

按照“重点突破,以点带面”的工作思路,在宣传教育的基础上,运用“强拆”刚性整治手段,突出对不听劝告、拒不整改的“钉子户”进行整治,通过“整治一点”而起到“规范一段,提高一片”的整治效果。通过对火车站、火车东站、长途汽车站、天桥南头、黄河南北出入

口、重点市场等重点难点周边大型商业广告的拆除,达到“重点突破,以点带面”的效果,提升了城市环境。

事前对拆除的范围类型、工作流程进行严格规定。对广告业主进行耐心的政策宣讲,沟通,严格遵守党风廉政纪律和八项规定,坚决杜绝“面子”问题发生;拆除工作中做到程序合法、手续完备、依法拆除;拆除后及时通知有关人员清理现场。



一战成名

11月12日,2017中国技能大赛全国首届电梯安装维修工职业技能竞赛在济南落下帷幕,来自苏州的电梯工人干晏旭勇夺第一,同时获得全国“五一”劳动奖章提名,成为此次大赛唯一获此殊荣的选手。另外三名获得一等奖的电梯工人则获得了“全国技术能手”的提名。图为干晏旭和他的团队获得的奖牌。 本报记者 左庆 摄

海尔中央空调互联工厂一周年举行“媒体开放日” 海尔发布全球首台物联网中央空调

11月9日,海尔中央空调“媒体开放日”暨全球首个中央空调互联工厂1周年庆在青岛举行。来自暖通、财经、科技、新闻综合等200余家主流电视、平面、网络媒体主编零距离体验海尔中央空调互联工厂。自海尔中央空调互联工厂建成一周年以来,年产能已高达30万台;生产效率、库存周转率均实现300%的提升,国家第一批绿色工厂示范单位。

百家媒体主编走进全球首个中央空调互联工厂

9日上午,200余家媒体主编走进互联工厂,一座1.5米的纸牌塔在最高48000转/分钟高速运转的磁悬浮机组上屹立不动,一动一静形成了鲜明对比。走进工厂内部,智能柔性生产线上工作中的机械臂井然有序,引发媒体广泛关注。

参观期间,有媒体朋友表示,在他们印象中,中央空调作为大型装备,噪音振动远大于普通家电,而海尔磁悬浮中央空调所在机房内,磁悬浮机组长效稳定运行,分贝仪所显示数据仅为70分贝,趋近于说话的声音,颠覆了对传统地下中央空调机房的认知,同时也加深了对海尔中央空调稳定性、可靠性的品牌印象。

随后,媒体朋友在海尔中央空调讲解员的陪同下,近距离的参观了互联工厂的柔性定制生产线、4500RT试验台、磁悬浮技术应用研究中心等。在参观讲解的过程中,记者了解到,“工厂生产的自动化率很高,达到了72%,7项智能设备行业引领。为保证生产环节的高效运作,制造设备来自全球。这也是其实现全球同一品质的重要依据。”

海尔发布全球首台物联网中央空调

9日下午,海尔面向百家媒体主编发布了全球首台物联网中央空调。会



上,海尔中央空调企划总监杨宝林先生现场分享了创新产品解决方案,并指出,海尔物联网中央空调是以磁悬浮中央空调、无线多联机和无人商铺中央空调三款产品为核心,通过自联网、自节能、自优化,实现了从前期用户需求,到产品设计制造,到后期运营管理的产品全生命周期节能,为用户实现利益最大化。

“以无人超市店铺的应用为例,针对24小时营业,远程控制等特殊用户需求,我们推出的无人商铺中央空调,可将数据技术回传到联网的云平台,通过自主节能算法,对温湿度、能耗等做出统计曲线并分析调整;同时,空调能够自动将故障报错售后,不需要人工巡检,极大降低了企业的投入成本。”

“原来企业关注产品本身,现在转变为平台,各方盯着用户去创新,用户可以随时提出自己的要求,这样的产品用户愿意买单,大家也都能赚到更多收益。这种模式更符合新时代的环境,可以说创造了全新的商业游戏规则。”央视著名主持人水均益在论坛现场表示。

立足用户需求,海尔物联网中央空调通过搭建物联网生态平台,既为用户提供了全空间的智慧解决方案,也引领行业向智慧、节能、生态转型升级。不仅创领中央空调新的发展趋势,更让物联网技术红利惠及大众,影响深远。

白热化代理权争夺, 金六福·一坛好酒高调亮相秋糖

11月7日,一坛好酒线下发布会2017年收官之站走进重庆,用一场时尚高端的发布会大秀惊艳了来自全国的500余名经销商。会上一坛好酒总导演吴向东不仅分享近期一坛好酒市场运营的一些经验,更重磅发布了金六福品牌的升级战略,让整个行业为这个20岁品牌的勇气鼓掌。

颜值最高的展位:精致的展台设计+古典美女唯美酒道表演

作为此次秋糖一大亮点,一坛好酒的展台设计在颜值上就率先取得了广泛关注。还未到正式开展时间,就有不少人纷纷拿起手机驻足台前拍照。极简不凡的设计,与一坛好酒包装设计理念完美契合。陶坛、喜坛、限量版、艺术坛、大酒版等产品纷纷亮相。极佳的功能分区,让莅临现场的经销商有很好的洽谈和品鉴体验。现场播放的吴向东董事长在一坛好酒发布会上的讲话视频,更是引得众多经销商拿出手机录像。

品鉴台前,陶、麻、纸的极简包装,小巧精致的品酒器皿,温婉大方的礼仪接待,飘荡的酒香,让大家无不对一坛好酒充满了好奇,拿起酒杯进行品鉴。此外,一坛好酒还在现场进行了酒道表演,从酒具选用、饮酒场景的布置到赏酒、饮酒等程序,再到传统的酒礼,全方位展示了一坛好酒的品鉴之道。

集金东集团之力,开启“质优价宜”白酒的2万亿生意机会

作为金六福匠心打造的超级单品,一坛好酒自问世以来一直备受关注。对于一坛好酒的机会,吴向东董事长在发布会上分析:过去十五年是“质优价高”的名酒时代,如今白酒消费将步入双雄时代,“质优价宜”白酒将和“质优价高”的知名白酒齐头并进,这个市场有2万亿。一坛好酒,正是顺应这个市场趋势开发的“质优价宜”白酒,是献给常喝



酒,懂酒人的礼物。金六福将坚持大单品战略,学习茅台、五粮液严格走产品质量路线,学习五粮液走“质优价宜”路线,学习爱马仕走精准定位人群路线。从之前的“双百万”传播到首届全球陶绘大赛、退伍老兵赠酒、创意摄影大赛等活动,无不刷屏朋友圈。举金东集团全部资源,历时三年研发,1万多次测试,1000多次口感测评全优,由12家白酒厂基酒资源、浓酱清多种香型酒体组成,仅3人掌握的“绝密配方”,496酿造法,成就了一坛好酒无可挑剔的品质。这是一坛好酒成为茅台之后下一个享受稳定长远利润的生意机会的底气。

现场咨询忙,经销商哄抢财富新机遇

卓越的品质、完善的营销体系、巨大的市场容量、全新的体验式营销、厂家的贴身辅导、七大真诚、营销四步曲……这一切,都让一坛好酒成为经销商哄抢的财富机会。开展当日,就有超千位大商来到一坛好酒展台,品鉴一坛好酒,与现场的工作人员了解招商政策和标准。“一坛好酒我已经在朋友圈看过好几次了,这次终于有机会当面了解一下政策。这个产品品质和包装非常好,加上吴董制定的战略,我觉得一定会成为下一个国民好酒。我希望成为一坛好酒合伙人,把这个生意长期做下去。”一位来自河南的经销商表示。有些经销商甚至要求现场签约打款,对一坛好酒代理权的竞争已经逐渐白热化。