

“海航送爱回家”活动助学子飞天踏归程

近日,第一批参加“海航送爱回家”活动的6名来自北京不同高校的大学生陆续开始了一次期待已久的回家之行,对于久别亲人的他们来说,这个春节不仅是一次团圆之旅,更是一次充满惊喜的爱心之旅。在海航的帮助下,这些大学生第一次翱翔蓝天,在最短的时间内回到了亲人身边。

在这样的背景下,2013年春节将之际,创业20周年的海航秉持“为社会做点事、为他人做点事”的企业理念,与团中央、京华时报共同发起“送爱回家”公益活动。尽微薄之力,通过志愿者全程接送和陪伴,帮助有困难学子“飞回家乡”。

据悉,“送爱回家”活动于1月25日至31日展开,由海航志愿者至大学接学生并送至机场,飞机抵达目的地后,海航还将安排专车将学生送至家中。2月20日至3月1日,配合学生的开学时间,海航还将提前预定航班,安排送学生返校。而在“送爱回家”公益活动结束后,海航还将持续关注这些受助学子,将其纳入到“海航一路相伴”后续扶助计划当中,持续通过提供助学金、安排海航实习及提供就业机会等形式,帮助他们顺利完成学业步入社会。

此外,此次活动帮助的大学生对象,除21名分别来自中国人民大学、北京邮电大学、北京外国语大学、对外经济贸易大学的大学生外,另有20位团中央推荐的西部计划志愿者也成为这次“送爱回家”的收益者。这20名志愿者分别来自新疆、甘肃、贵州和四川,他们以志愿服务的方式到西部贫困县的乡镇从事为期1年至3年的教育、卫生、农技、扶贫以及青年中心建设和管理等方面的工作。他们用真挚的热情,到祖国最需要的他们的西部,而海航愿意传承这份热情,送他们春节回家团圆。

创业至今,海航视自己为一滴水,在坚持自身发展的同时,专注公益事业,用实际行动践行企业社会责任。截至目前,海航累计向社会捐款、捐物总价值逾8亿元。20年来,海航资助贫困学子,为缺水地区挖掘“至善井”,奔赴西藏、青海、甘肃、湖北乃至非洲等地为贫困白内障患者送去光明,援助四川汶川、青海玉树、海地等地地震灾区,参与利比亚撤侨行动等。海航深知自己要像“一滴水”一样只有融入社会的大海,才永不枯竭。

(李 玉)

“中国妇女发展基金会可口可乐520计划”签约仪式在京举行



近日,“中国妇女发展基金会可口可乐520计划”签约仪式在北京饭店国际会议中心举行。该项目旨在为有意愿创业的妇女提供零售商业基础知识培训,并提供一定的经济资助,帮助她们自主创业。

“可口可乐520计划”是可口可乐公司在全球推动的可持续发展项目中妇女扶助计划的重要组成部分。这一计划通过技能培训、经济资助和导师支持等措施,旨在2020年前帮助全球500万名妇女提高家庭经济收入,改善生活品质,从而增强女性的自信心和荣誉感,为社会创造价值。

可口可乐大中华及韩国区副总裁张华莹对此次携手中国妇女发展基金会推动针对妇女的可持续发展项目充满信心。她说:“可口可乐一直关注社区的和谐和健康发展。女性是社区的重要支柱,提高妇女的经济状况

况和经济权力是促进经济可持续增长和发展的最有力方式之一。可口可乐相信与中国妇女发展基金会的这一强强联手,通力合作,可以帮助更多的妇女,尤其是贫困地区的妇女改善经济状况,创造更多的社会价值,从而促进中国经济可持续发展。”张华莹最后表示:“可口可乐一直相信,只有我们业务所在的社区和谐和可持续发展,我们的事业才会成功。”

(张 凡)

发力5年 电话车险保护消费者权益取得阶段性成果

保监会主席项俊波自上任伊始即强调保护消费者权益,从2012年年初开始,整治车险理赔难、在金融监管机构中第一个开通“12378”消费者投诉维权电话等一系列“动真格、出重拳”的工作在保监会的带动下,于全国保险系统中,有条不紊地开展。

电话车险作为车险行业中的细分领域,得益于渠道优势,可以最大程度地体现保险公司的服务掌控力,能够第一时间落实监管层提出的服务要求,所以电话车险在服务创新和对客户需求的把控上一直走在保险业的前端。

以人保电话车险为例,其在2010年率先在国内提出了以服务上门、服务引导和托管服务为核心的车险“管家式”服务。2012年初便推出了以服务“零距离”为理念的“四项关怀、七项承诺”,其中“七项承诺”又于2012年客户节期间升级为“十项承诺”。

电话车险在服务创新和对客户需求的把控上一直走在保险业的前端。电话车险成消费者权益保护急先锋去年年初的全国保险监管工作会议上,保监会主席项俊波强调,整顿理赔难、销售误导和保护消费者权益是保监会2012年的主要工作。

随着信息技术和电子商务的迅猛发展,保险电销渠道崛起。电话直销可以让保险公司直接接触客户,增加对客户和市场动向的把握能力。同时,因为国家规定电销需要保险公司直接运营统一的电话客服中心,无形中方便了保险公司控制服务人员的业务能力和服务质量。因此,直接导致了保险公司转变发展方式,从价格竞争过渡到服务竞争。

可以看出,消费者权益正受到从监管层到保险公司的一致重视。其中,行业领先的保险大品牌公司则贯彻得更彻底,服务也更加标准化,代表着保险业最优质的服务水平。消费者在选择时,除了价格因素,应更全面理性看待自身保险需求,以备不时之需。

(杜 维)

从“Zoom-Zoom”到“纵享激情”——长安马自达品牌溯源之旅

运动型轿车是近年来车市兴起的一股流行风潮。有人喜欢它们运动时尚的外形设计,有人羡慕它们澎湃激情的动力系统,还有人注重它们表现出色的悬挂系统与操控性能。长安马自达旗下Mazda2、Mazda3系列产品,便恰到好处地诠释了这一风格。从“Zoom-Zoom”品牌理念原点到本土化的“百米知马力”,再到面向未来的“纵享激情”,长安马自达以为消费者推出充满驾乘乐趣、让人一见倾心、爱不释手的汽车产品为使命,在品牌建设的道路上始终保持着旺盛激情与活力创新。

发挥党建工作优势 创新党建工作模式 陶二矿党委“三创新”开展党建工作

为建设“安全、创新、效益、集约、绿色、和谐”于一身的美丽陶二矿,陶二矿党委努力开创党建工作新局面,把基层党建工作作为一项长期工作,做到工作抓实、任务落地。该矿党委创新党建工作管理机制,提升基层工作管理水平。矿党委把党建工作融入中心,一年365天,党建工作常抓不懈,由此构建了“365”系列党建工作新模式,激发了党建工作新活力,形成了“365”创先争优长效机制。

礼遇新年 感恩钜献 启辰多重豪礼喜迎新春



新年的脚步已悄悄来临,您是否还在为购置年货、举家出游而伤脑筋?启辰礼遇新年,倾情向客户推出多重大礼,让客户的购车、用车变为一场暖心之旅。包括“装多少,送多少”购车送年货活动以及节前车辆温馨免费检测、节前保养多种会员优惠、“新车7天包换”的放心品质承诺,重重大礼都实在,让客户欢欢乐乐过新年。

近日,各大媒体2012年度车奖项评选落幕,启辰不管在车型产品力或是品牌影响上都获得广泛认同,共获凤凰卫视、CCTV以及众多主流媒体颁发的60余项年度车大奖,堪称2012“年度车大赢家”。

2012年是启辰品牌正式进入市场的第一年,这一年启辰推出的两款车型——D50和R50均销售火热,2012年11月份销量突破8000台,2012年12月份销售更趋火热,为入市元年划下完美句点。不仅如此,启辰D50和启辰R50凭借越级实力,在获得消费者青睐的同时,也得到了业内好评。

启辰满载2012,除双雄实力有目共睹,更离不开消费者的热心支持。为感谢消费者厚爱,启辰用心推出感恩大礼。其中,“装多少,送多少”购车抢年货活动与新春气氛相得益彰。凡购买启辰D50或启辰R50,即可参与抢年货游戏。在规定时间内,以启辰D50或R50超大后备箱为载物空间,根据个人喜好将年货礼包进行自由组合,装多少即送多少。据本地专营店反馈,该活动自2012年12月推出以来,吸引了大批消费者到店咨询,大家都觉得这个活动好玩、贴心又实惠。

柯兰多接连获奖 新年持续热卖



柯兰多定位于都市SUV,是双龙运用独特设计理念和先进汽车技术全力打造而出的代表车型。2011年9月和2012年11月,柯兰多的柴油版和汽油版先后被引入中国市场,此后,凭借实惠价格和优异性能带来的超高性价比其迅速赢得了中国广大消费者的青睐。2013年新年伊始,柯兰多即连获汽车专业媒体评出的各大奖项,并延续去年年末掀起的销售热潮,持续热卖。这一车型能够在多个专业汽车媒体举办的优秀汽车评选中荣膺大奖,堪称实至名归。

柯兰多持续稳步增长的销售量表明,双龙汽车的超高性价比正被越来越多的中国消费者所了解和认可。集时尚外观、宽大空间、卓越动力性能、燃油经济性、出色环保性能于一体的柯兰多将吸引更多喜爱和关注双龙汽车的消费者。

(春 华)

日本癌症治疗最新技术研讨会在京召开

近日,中国对外友好合作服务中心和日本综合南东北医院在京共同举办了“日本癌症治疗最新技术研讨会”。研讨会得到了中国人民对外友好协会和日本驻中国大使馆及日中协力机构的大力支持,北京及外地20余家医院的近百名领导和专家出席了会议。

研讨会上,日本综合南东北医院渡边一夫理事长、村上昌雄博士及瀬户皖一先生等专家详细介绍了日本利用质子和中子放射线治疗癌症的最新技术与应用。日本综合南东北医院是日本著名的民间医院,渡边一夫在日本医学界具有很高的威望,对中国十分友好,早在1987年就到北京大学医学部进行交流,被聘为北京大学的客座教授。出席会议的中日双方学者进行了热烈的交流和探讨。

(秋 实)



(黄 鑫)