廉价的“加拿大鹅”、伪装的“丹麦曲奇”……多打着“原单”“工厂直销”等旗号

# 假洋货频频“变脸” 消费者真假难辨

**本报讯** (记者刘兵)这个寒冬,风靡欧美的加拿大高端羽绒服品牌“加拿大鹅(Canada Goose)”在国内蹿红。这个在欧美市价折合人民币约5000元的品牌,国内很多店家只卖几百元至1000多元。为何如此便宜?《工人日报》记者对此展开了调查。

“加拿大鹅”最初是厂家为考察南极洲的科学家而设计的,因其防水抗寒能力卓著而风靡欧美。记者注意到,国内不少售卖该品牌的店家多打出“原单”“尾货”“工厂直销”等旗号。不过,“加拿大鹅”品牌方宣称,其产品完全由加拿大制造。有业内人士表示,这就让“工厂直销”等说法不攻自破。

由于价格低,“加拿大鹅”被疯抢。在某电商平台,热度最高的店家,一件标价不到700元的“加拿大鹅”经典款羽绒服月销量高达2000件。对此,“加拿大鹅”品牌方提醒消费者,“加拿大鹅”外套单件价格一般在5000元以上,很少打折。而且,衣服主要通过大型商场或者加拿大本地服装店零售出售。

据媒体调查,国内市面上“加拿大鹅”山寨品的产地不少为福建莆田及浙江平湖,“高性价比”是其走红的原因。

低廉的价格是很多假洋货吸引消费者的“利器”。往返于中韩做代购化妆品生意的文婧(化名)对记者说:“现在国内很多号称进口的面膜,10片的价格是二三十元,实在让人惊讶。”即使拿上百万元从韩国公司直接订货,都不可能有这种低价。现在很多正品的进口面膜,国内卖百元上下都不算高。从国外进口的面膜,商家需承担国际邮寄费,并冒着退运、中间折损的风险,一盒仅需几十元是根本不可能的。

记者调查发现,还有一些假洋货在国内代加工后,去海外贴个牌子,再进口回国内,以较低的价格欺骗消费者。

除了价格低廉,一些商品则在名称上诱导消费者。据了解,诸如“美国豌豆”“瑞士卷”“加州西梅”等商品,起了个洋名,实际上却是纯国货。而在各大卖场热卖的“丹麦曲奇”外包装颜色、图案都很相似,多达10多种,让消费者眼花缭乱、很难辨别。

针对假洋货以各种方式诱惑消费者的现象,中国政法大学副教授陈忠云认为,目前,我国居民消费能力持续提升,对于进口产品的需求日益增加。有关方面应该设立相应的进口产品特别是高端进口产品的技术标准鉴定机构,建立规范有效的商户认证机制,为消费者提供进口商品的真伪技术指导。同时,应加大对山寨侵权行为的打击力度。

# 我国智能制造相关标准获国际认可

**本报讯** (记者杨兆敏)近日,机械工业仪器仪表综合技术经济研究所承担的工信部2015年智能制造专项项目陆续通过北京市经济和信息化委员会与北京市财政局联合组织的专家验收。

据悉,通过验收的7个项目针对我国智能制造发展现状,聚焦制造本体核心技术,研制并验证涉及数字化车间通用技术要求、测控装备数据字典、集成与互操作、工业控制网络、功能安全与信息安全、智能化产品、系统能效评估等领域基础共性标准(草案)20项,建成智能制造综合试验验证平台,并攻克了一批基础共性关键技术。项目执行期间,该所积极发挥IEC/TC65(测控和自动化技术委员会)对口标委会秘书处优势,实现国际标准“引进来”和中国标准“走出去”,既为智能制造关键核心集成标准落地提供保障,又在成功将项目成果输出为国际标准时,首次由中国专家担任系统与设备可靠性工作组(IEC/TC65/WG22)召集人,标志着我国智能制造相关标准与技术的研究得到国际认可。

市场供应充足、价格稳定,文化旅游活动丰富多彩

# 今年春节消费看点多多

本报记者 北梦原

随着春节的临近,消费市场逐渐升温,文化、旅游市场也有望迎来假日高峰。今年春节如何“买买买”、文化活动怎么安排、假日期间上哪旅游等问题成为百姓关注的热点话题。

今天,国新办就2018年春节消费市场运行保障等情况举行发布会,商务部、文化部、国家旅游局等部委的相关负责人分别介绍了春节期间全国消费市场运行保障、文化活动及旅游市场的相关情况。

### “买买买”春节不打烊

“过去我们过年是穿新衣、用新物、吃大餐,这个消费理念属于温饱型。现在随着生活水平提高,消费选择更加注重品种、品质、品牌。今年春节消费市场最大的特点就是消费升级。”商务部副部长王炳南表示,今年春节,消费内容上、消费理念上和消费模式上的升级趋势将得到集中体现。

随着消费升级,以往以商品消费为主的春节消费,现在正在变得多样化。除了置办年货,餐饮、旅游、教育、健身、娱乐、文化等消费内容,成为越来越多人的春节选择。

“据初步了解,今年年夜饭订购非常火爆,特别是一些老字号、有特色的包间,餐桌预定基本上在90%以上,许多外卖平台都推出成品、半成品的年夜饭配送服务。再比如,过几年中国要举办冬季奥运会,很多人都安排去周边的滑雪场滑雪。我们从电商平台了解到,目前,滑雪方面用品销售增长超过30%以上。”王炳南说。

今年,各地流通企业主动适应春节消费新特点和消费升级新趋势,积极增加绿色、健康、优质商品供应,保障节日期间消费需求。在线下,商务部指导各地创新开展购物嘉年华、年货大集等多种形式促销活动,增加名、特、优、新等品质商品的服务和供给;在线上,京东、天猫、苏宁等电商平台自去年底陆续启动了2018年春节大促销活动,“春节不打烊、物流照样送”。

为应对春节期间消费集中、人员流动大、易发生低温雨雪冰冻天气等问题,在市场运行保障方面,各地商务部门已加强商品货源组织,并利用全国253家公益性农产品批发市场和5291家公益性零售市场保供应、稳价格,同时做好储备商品投放、完善应急保供机制。

据商务部监测,目前全国市场运行总体平稳,供应充足、价格稳定、秩序井然。“今年春节老百姓消费将更加实惠、更加便利、更加放心。不同群体、不同层次、不同类型的消费都能够得到比较好的满足。”王炳南说。

### 假日旅游火热延续

除了“买买买”,旅游度假也成为广大群众欢度春节的重要方式。国家旅游局数据中心的调查显示:我国居民2018年第一季度出游意愿为83%,其中48.9%的游客选择在春节出行。综合旅游市场预订等情况预测,春节期间,全国国内旅游市场将达3.85亿人次,同比增长12%,预计将实现国内旅游收入4760亿元,同比增长12.5%。

据国家旅游局副局长王晓峰介绍,春节国内旅游市场呈现一南一北两头热,“南下避寒、北上玩雪是广大游客春节出游的重要动机。三亚、哈尔滨分列国内旅游目的地城市前两位,海岛游、冰雪游热度最高。”此外,二、三线城市商业街区、博物馆、主题公园、游乐场、动物园、庙会也有望迎来大量游客。

据悉,为应对百姓春节出游高峰,各地旅游部门针对春节市场的特点,积极组织推出各种喜庆热烈、群众参与性强、年味十足的旅游节庆活动,以及各种民俗游、冰雪游、温泉游,康体健身等假日旅游产品来满足不同层次的大众旅游消费需求。

王晓峰表示,为了保障节日旅游市场秩序平稳和有序,国家旅游局已采取多项措施加大市场监管的力度,要求各地旅游主管部门安排24小时假日值班,畅通投诉渠道,及时处理游客投诉。同时,加强景区客流监控,做好应急预案,确保热门景区景点安全有序。

### “文化大餐”享不停

为丰富和活跃群众精神文化活动,展示中国特色的春节文化传统,文化部已经启动了部分春节期间的文化活动,并将继续在国内外开展内容丰富、形式多样的文化活动,营造祥和、浓郁的节日文化氛围。

据文化部副部长杨志今介绍,文化部将于春节期间组织42支文艺小分队赴各地开展“文化迎春,艺术为民”新春慰问活动,共200多场,并在革命老区、贫困地区开展多种类型的慰问活动。

同时,各级公共图书馆、文化馆和博物馆、美术馆等公共文化机构节日期间不休息,将照常免费向公众开放,为群众提供文化服务。

今年春节,各地文化部门将组织开展各类文艺演出和城乡群众文化活动;依托传统习俗和特色民间文化艺术,举办各类庙会、花会等节庆活动。国家京剧院将在梅兰芳大剧院推出《龙凤呈祥》《杨门女将》等经典剧目,中国儿童艺术剧院将赴基层乡镇公益演出经典儿童剧《小吉普·变变变》。

一批“乡村味儿”十足的春节大戏也将在全国各地上演。安徽省将在全省农民文化乐园及有条件的村综合文化服务中心组织群众举办1000场左右“乡村春晚”,展现农民群众自编自导自演、原汁原味接地气的乡村文化盛宴。河北省将开展传统戏剧基层行系列活动,并支持开展2018年河北省千场非遗展演进万家活动,该活动将贯穿全年。

互联网上也不缺乏春节文化氛围,文化部将通过网站、APP、微信等方式推送春节专题资源。依托文化共享工程·中国文化网络电视、国家数字文化网等网络平台开展的2018“百姓大舞台”春节文化惠民网络联动等活动,将在国家公共文化云上推广各地优秀文化品牌项目。 (本报北京2月6日电)

2月6日,上海文化年货大集市人头攒动。

当日,上海市群众艺术馆举行公共文化内容配送大集市,共有174家单位推出299项“文化年货”。

新华社记者 任珑 摄

免费加油、免费快餐、免费姜汤热茶、免费交通意外险……

# 中石油近百座加油站助力“铁骑”返乡

**本报北京2月6日电** (记者王冬梅)今天清晨,返乡过年的441辆摩托车、525人从福建泉州、厦门、福州、漳州等地出发,踏上千里返乡路。福建、江西、湖北、湖南、广西5省区的近100座中国石油加油站将为他们接力提供免费加油等多项帮助,这已是中国石油第7年为农民工开展这样的服务。

凌晨3时28分,老家江西赣州的黄中迎和妻子一起抵达中国石油泉州荆山加油站,这是当天最早抵达加油站的“铁骑”。

据悉,中国石油将“铁骑”返乡经过的加油站设置为爱心驿站,在爱心驿站内,返乡“铁骑”可以获得免费加油、免费快餐、免费姜汤热茶、联系摩托修理等一系列帮助。像这样的爱心驿站今年增至近100座,比去年增加近30座,遍布于福建、江西、湖南、湖北、广西各条国道省道。

“大约每50公里设置一个站点,这样老乡们骑行1至2个小时就能有一个地方休息,暖暖身子加个油。”中国石油福建销售公司总经理助理陈勇说。

可驱动、可复制、可共进的企业工会内涵与经验

# 中原油田工会在变革中前行

“没想到离油田基地那么远,工会还能把奖牌送到我们站!”2月5日一大早,中原油田普光分公司采气厂普光采气管理区普光201集气站职工朱洪震擦拭“中原油田工人先锋号”奖牌时,自豪地给新分来的大学生分享荣誉。

你或许想不到,朱洪震所在的这个位于大巴山深处的小站,自投产以来已累计生产混合气84.96亿立方米,占普光气田总气量的八分之一,每年人均创效近3000万元。

近年来,在石油行业寒冰未消,油田改革发展任务艰巨的情况下,中原油田不等不靠,主动适应经济发展新常态,改革转型发展初见成效,企业态势稳中向好。

而这一切,离不开中原油田工会组织为企业营建的安全可靠的“后方战线”。可驱动、可复制、可共进的工会内涵与经验,深度融入企业精神和职工生活,成为企业变革创新、稳步向前,与职工共融互通的桥梁纽带。

“创赢发展·筑梦中原”成果展

“职工大讲堂”讲述工匠好故事

### 可驱动 动车文化引领发展

上世纪90年代,中原油田职工陆续走向国内外石油市场。到本世纪初,中原油田“建设三大基地,打造百年油田”的发展战略根基深植,职工队伍遍布国内28个省(市、自治区)和海外15个国家。

这一背景下,中原油田工会围绕如何提升工会系统的精气神,进行了深入思考,于2011年8月提出了“动车文化”。

“‘动车文化’强调工会系统就是一个动车组,每一级组织、每一名工会干部都是这个动车组的动力单元,在企业发展过程中,变被动的运转为主动的发力前进,实现‘整体驱动、节节给力,目标同向、和谐共进’,做到同频共振,实现提速提效。”中原油田工会副主席范锐说道。

在动车文化引领下,中原油田充分盘活内部创新资源,完善机制、创新载体,激发企业发展内生动力。

“从当下看,油田油少人多的矛盾还很突出,但从长远看,人多未必不是油田发展的优势所在,把‘人手’变成人才,油田就有了取之不尽的优势资源。”中原油田党委书记冷潜说。

要把人手变人才,就要充分利用工会这所职工成长“大学校”,完善职工成长成才培育平台。为了选育技术尖兵,厚植工匠精神,油田工会将完善孵化、选树和激励机制作为人才的“第一把阶梯”,建立三级培训网络,根据不同工种、不同岗位特点,进行模块化针对培训,培育专业型、复合型人才。

同时,油田工会广泛开展劳动竞赛、“工人先锋号”创建、“创新创效团队”创建等活动,先后建立128个学习创新工作室,大力开展名师带徒、技能培训、技术难题会诊、技术发明创造等各种技术创新活动,选拔培养创新型、技术型人才。

职工在创新发展中“大展拳脚”,一支有力量、有智慧、能发明、会创新的技术人才大军正加速成长。目前油田拥有技师2249人,高级技师1481人,共取得国家专利900余项。

而为了使动车文化内化为企业精神的一部分,得到职工的广泛认同和自觉实践,油田工会主动研究新情况,创造新思路,解决新问题。同时,采取灵活多样的形式,通过“文化下基层”“职工大讲堂”“劳动我最美”新媒体大赛等载体,使“动车文化”外化于行。

经过多年的探索实践,“动车文化”如今已融入到了企业精神血脉之中,形成了一支同频共振,整体发力的“动车团队”。基层工会组织健全率始终保持100%,员工入会率达99.8%。

“今后,中原油田工会将把探索的视角指向自身,以‘动车文化’打造有为工会、活力工会、品牌工会。”冷潜强调。

### 可复制 管理经验稳中求新

面对石油行业“寒冬期”,近年来,中原油田规模商业增储难度大、扭亏脱困基础薄弱、人工成本居高不下、全员劳动生产率低等问题日益突出。“内忧外患”之下,油田聚力改革,将外闯市场、深化生产等作为求生存、谋发展的重要推手,打响了一场旷日持久的鏖战。

而油田职工陆续走向国内外部市场和国际石油市场,工作区域不断扩大,职工队伍日趋分散,对油田工会如何加强系统自身建设、激发组织自身活力、更好地服务职工群众、服务企业发展,提出了严峻挑战。

在企业转型升级,深化发展的重要关头,中原油田工会不断总结创新,形成了一套系统化、简洁化、可复制的管理经验,对企业平稳过渡贡献突出。

以结构调整为例,油田工会本着“按区统管、资源融合、责任共担”原则,结合中原油田外闯市场的布局,把四川、广西、新疆、内蒙4个施工队伍较为集中的区域分别作为整体,大胆实施外部市场区域一体化管理,更好地为外部市场职工创造良好环境,提供优质服务。

同时,油田工会深入基层调研,全方位了解职工诉求、多维度整合基层信息,给方案“打补丁”“装插件”,成功探索出一条“公司建设与人员优化配置互促共进”的新路子。

“单位是咱家,有啥咱说啥。问题都回馈,人人把他夸。”这段顺口溜,说的就是中原油田天然气处理厂陕北项目部职工代表典叶鹏。他在网上建了一个QQ群,名字就叫“咱家”,在群里他鼓励大家畅所欲言,建言献策,打磨出了一个个利厂利民的好提案。

除了服务外闯市场的职工利益,保障平稳改革,油田工会还总结经验,创新一系列管理做法:天然气处理厂工会首创职工巡视制度,将“职工之眼”变成“工会之眼”,让厂务管理不留死角;采油三厂工会建立红橙蓝三色服务卡制度,分级实施困难员工帮扶,增强工会工作针对性……

零散成果系统化、成熟做法制度化,油田工会形成了一大批可复制的管理经验,正不断提高企业管理效能,推动企业改革纵深发展。

### 可共进 “建家”文化服务职工

“送福利,添彩头,工会再派送1000张免费观影票!”“专业又实惠,工会与家政商家联手,新春再送福利!”…… 中原油田工会官方微信推出的每周一福利,如今受到越来越多职工的欢迎。

而漫步中原油田基地,走进职工餐厅,窗明几净、宽敞整齐,饭菜风味俱全;步入职工活动室,台球室、棋牌室、图书馆、健身室等活动设施完备;来到职工社区,34个服务站的工会服务窗口遍布其中……

“工作好不好,职工来评价。”在油田工会长期坚持的会员评家制度下,大到关乎油田发展的重大决策,小到“两堂一舍一室”建设,都以职工满意与否作为会员评家检验标准。定期考评基层工会、征求意见,职工当面评判,不仅能让党员干部“红脸出汗”,还能倒逼企业解决问题。

“大家高兴的是,不仅工作条件改善了,更重要的是单位能够采纳我们的意见,体谅我们的难处。”谈起宿舍浴室的改善,第三气体处理厂运行班职工耿彪告诉笔者,关于饭菜价格、就餐环境、书籍更新等意见反映上去后,很快都得到了解决。

愿与职工共进互通的企业,必定有着强大的凝聚力和长久的生命力。

近年来,中原油田工会以“创亮点、树品牌”为载体,创建“网上职工之家”“五型”班组建设、涉外职工生活文化超市等工作创新成果113项。而这些成果,无不以职工利益为抓手,将员工放在企业紧密维系的第一队列。

在“走基层、访万家”活动中,采油四厂内蒙项目部针对当地夏季高温天气,开展“送温暖,送清凉”活动,想方设法地改善职工生活条件,将基地食堂改造一新,装上空调和网络电视,而对于一年四季工作在野外的职工,送餐时也不再采用一次性饭盒,而是给每人都配置一个保温饭盒,确保一线工人再忙也能吃上一口热饭。小小的一个改变,让这些常年在野外一线摸爬滚打的汉子们差点流下了眼泪。

职工们说,虽然“走基层、访万家”是个延续多年的“老传统”,可今年更多出了点“人情味儿”。

“越是基层的事情,越要体现职工的话语权。”中原油田工会副主席范锐说,作为国企,发展需要依靠职工,发展成果是为了职工共享。中原油田工会正继续以昂扬姿态,创新工作方法,提高管理水平,维护职工利益,在企业改革中乘风破浪,稳步向前。

(王佳宁 孙林 唐凯)

选树油田示范性学习创新工作室

基层职工围绕生产难题合力攻关

作业一线的明星师徒

本报社址:北京市东城区安德路甲61号 邮政编码:100718 定价:全年294元 每季73.5元 每月24.5元 零售:逢4版0.47元 逢8版0.94元 广告经营许可证京东工商广字0184号 上期(北京)开印时间:3:00 印完时间:4:30