

因一张空姐冻得发抖照片

海航控股领导集体在寒风中“罚站”



10月9日,海航空姐着夏服蹲在路边等车冻得瑟瑟发抖。

10月16日深夜,北京气温已接近0摄氏度。刚刚从海口北上的海航控股党委书记刘璐、党委副书记徐军带领党委班子成员,身着夏装在海航控股北京基地室外实地感受北京换季后的骤寒天气,体验一线员工户外候车之苦。



10月16日深夜,海航控股党委班子体验一线员工户外候车感受。

10月17日,微信公号“海航集团”发布了上述消息,并附上了刘璐一行人在室外体验的现场图。澎湃新闻随后发文《换装事件暴露人浮于事,海航控股党委班子海口飞北京体验寒风》,对这一事件进行报道,引发社会关注。

18日,第一财经官方微信公号进一步披露了事件的细节:之所以做出这样的举动,导火索是10月9日,一位海航白金卡旅客夜晚路过海航控股北京基地,看到有乘务员在基地门口蹲在路边等车,冻得瑟瑟发抖,拍了张照片发给了海南省海航集团联合工作组组长、集团党委书记顾刚,并留言提出了建议。

尽管这位白金卡旅客只是在参加海航组织的飞友交流会上见过顾刚一次,但顾刚还是针对这位旅客的建议,第一时间在工作群里对海航控股相关管理层进行了工作部署,“不要坐在

办公室就感觉四季如一,员工关爱很多时候其实不需要太多成本,就是需要用心和关注。”

这一说法与海航方面的说法高度一致。微信公号“海航集团”17日的文字介绍:10月9日,一位多年支持海航的白金卡旅客夜晚路过海航控股北京基地,看到有乘务员在基地门口蹲在路边等车,冻得瑟瑟发抖,拍了张照片发给了海南省海航集团联合工作组组长、海航集团党委书记顾刚并留言建议能否想点办法,给员工遮风避雨。

顾刚给这位热心旅客回复了“马上”,并批示:“各位要设身处地想想,不要坐在办公室就感觉四季如一,各航司立即要解决问题,保障各种工作都要琢磨一下。特殊时期的关注,会让大家对公司更有感情,我们靠什么留人,下一步是要重点思考的问题。在每一个

个体无助的时候,集体的一句关心,一个举动,一杯热水都会让他们觉得温暖,会化解掉平时非常多的矛盾,所以请各位在这些方面都要用心,员工关爱很多时候,其实不需要太多成本,就是需要用心和关注。至少我觉得我们的五星航空是缺了些什么的。希望各位都举一反三,走出困境的海航应该是全方位都要不断超越。”

不过,时隔一周,海航集团党委在工作检查中,发现海航系其他航司乘务员已陆续更换冬装御寒,但海航控股仍迟迟未进行相应调整,仅仅一纸公文,不调研,不了解具体情况,没有拿出解决办法,不跟踪办事效果,存在严重的形式主义,官僚主义。面对今年入秋换季后气温下降早的事实,海航控股没有及时应对,没有通知乘务员换装也没有相关

支持保障,导致乘务员依然衣着单薄身处寒风。在得到集团指令后,海航控股层层交办,没有去盯办落实情况,只是简单下发一纸通告,内容也无法落地实施,严重背离了集团一线工作法工作原则和工作要求。

集团党委要求深刻反思,要深刻领会什么叫管理重整,什么叫一线工作法,什么叫员工关爱,要深入思考海航在下一阶段的发展中要如何博取未来?

面对集团党委的严肃批评,面对一线员工每天面临骤寒天气的现实,海航控股党委书记刘璐、党委副书记徐军召集党委班子主要领导干部将第二天的各基地检查工作提前,于10月16日晚搭乘航班从海口前往北京,航班于23时15分降落在北京首都国际机场。这就有了文章开篇的那一幕。
(澎湃新闻)

零售企业纷纷入局,“赛道”进入提速期
会员制仓储超市的时机来了

10月15日,家乐福中国首家会员店向公众开放并宣称,规划在未来3年内将200家大卖场中的100家全面升级改造为付费会员制的会员店。其实,会员制仓储超市并不算新的零售业态,但在近一年的时间里却突然成了“香饽饽”,成为各大零售企业争先进阶的领域。

零售企业争相入局

“我喜欢这种大型仓储式超市,虽然有会员费,但价格便宜而且有很多独家产品在其他超市买不到,退换货也比较方便。”10月16日,正在北京亦庄山姆会员店采购商品的孙女士说。

所谓会员制仓储超市,是一种集商品销售与商品储存于一个空间的零售业态,消费者需要交纳一定的会员费,才有资格进入超市购物并能享受优惠价格。超市精选商品,以更少的SKU(库存量单位),提供物美价廉的商品。其实,会员制仓储超市进入国内市场已有25年了。1996年,山姆会员店第一家店在深圳福田开业,标志着国内第一家真正意义上的会员制超市的开端。到2021年9月,山姆已在中国开设了34家店。

山姆会员店的老对手Costco于2019年进入中国,上海首店开业时一度因为到店消费的顾客太多而限流,引发轰动。

2020年10月1日,盒马X会员店开业,成为仓储式会员制赛道里的首个中国品牌。盒马总裁侯毅曾表示,2021年会新开10家X会员店。2020年,“麦德龙PLUS”会员项目在中国25个城市上线。家乐福、永辉、华联等连锁超市以及Fudi会员店等新品牌,也相继开了会员制仓储业态。天眼查数据显示,目前我国仓储式超市相关企业合计近26万家。

凸显“会员价值”

这种进门先交一笔会员费的超市吸引力何在?如果你喜欢刷短视频,一定会发现,最近一段时间以来很多美食视频博主都去山姆会员商店探店了。“购物空间比较大,商品大包装居多。”“品类较少,购物简单明了,不用比较来比较去。”“牛肉卷、烧鸡、榴莲千层蛋糕、麻薯、瑞士卷等爆款商品好吃还便宜。”

这些视频博主总结的特点,无疑也是大多数消费者的感受。业内普遍认为,会员制

仓储超市正是依靠减少商品品类、控制成本、降低价格、聚焦独家和爆款商品等“法宝”来吸引消费者的。以山姆会员店为例,公开数据显示,目前山姆会员店的SKU只有4000-6000。低SKU保证产品“精选”,提高产品品质。同时,山姆的采购模式是直采直供,更多的议价主动权和空间,降低了产品价格。

另外,会员制仓储超市真正的目标客群,是一二线城市的中产阶级,换言之,就是有一定消费能力、追求生活品质的人群。对成本、服务满意了,消费者就愿意购买会员卡。

不断凸显“会员价值”进一步增强了消费黏性、提高了复购率。而会员费成为会员制仓储超市的重要收入来源。

做好服务才能赢得竞争

其实,会员制仓储超市独特的运营逻辑以及迅速火爆的背后,剑指消费升级。随着中国经济水平的提高,中高端收入家庭逐渐

形成规模,消费升级的需求越来越高。

其次,受社区团购和生鲜电商的影响,以大卖场为主的传统零售超市销售普遍出现大幅下滑,急需寻求突破,发现新的增长点。面对会员制仓储超市日益成熟的市场机会,零售巨头没有理由不尝试分一杯羹。

但是,随着竞争者的增多,会员店提供的商品和服务也呈现出不同程度的同质化现象。千篇一律的整只烤鸡、频繁“撞脸”的瑞士卷、越看越眼熟的牛肉卷、麻薯、蛋糕,以及进口牛排、自有品牌牛奶等,这些山姆培育出来的爆款单品,现在几乎成了各家会员制仓储超市的标配。

业内专家认为,会员制仓储超市的“赛道”已经进入提速期,未来竞争者会越来越多,但最关键的还是要掌握消费者的心思,做好选品,严格控制SKU数量,做低成本。做好这些“看不见”的服务,才会带来会员卡,更懂消费者才能赢得竞争。
(工人日报)

车 辆 拍 卖 公 告

我公司受委托,依法对以下车辆进行公开拍卖,车辆具体情况如下:

序号	车牌号	品牌、排量	注册登记日期	行驶里程	起拍价
1	藏D·D0505(日喀则)	别克君越旗舰版 2.0T	2013年1月	15.16万km	7000元
2	藏C·B5310(山南)	别克君越旗舰版 2.0T	2012年11月	25.98万km	5800元
3	藏G·A1988(林芝)	别克君越旗舰版 2.0T	2013年6月	21.56万km	6800元

有意竞买者请于10月25日至10月26日,持有效证件到指定地点交纳1万元竞买保证金办理竞买登记手续,欲竞买一辆以上的需交纳相应倍数的竞买保证金。拍卖成交后,保证金抵作价款或违约金,未成交的竞买保证金在拍卖结束后当天全额退还。

车辆过户一切事宜,竞买人须事先自行向相关部门咨询,过户手续及所有费用均由买

受人承担。拍卖车辆以现状为准,车辆无法过户的一切风险、违章、证照不齐、脱审、保险逾期、无法启动、零部件缺失等均由买受人负责,并承担相关费用。

本次拍卖会采取有底价增价的方式进行拍卖。

预展时间地点:2021年10月25日至10月26日18:00在中国人寿保险股份有限公司西藏分公司地下停车场;

交付保证金时间:2021年10月25日至10月26日18:00截止;

拍卖会时间地点:2021年10月27日11:00在柳梧新区人寿西藏分公司3楼大会议室举行。

联系电话:15991670748

江苏同泰拍卖有限公司

2021年10月20日