

把“运城特色”转化为“城市名片” 我市培育打造“好运诚品”区域公用品牌

运城晚报讯(记者 陶登肖)7月7日,市政府新闻办召开新闻发布会,就我市实施“好运诚品”区域公用品牌相关情况进行发布。

打造“好运诚品”区域公用品牌,是深入推进质量强市建设的重要举措,对于展示运城特色和优势、吸引投资、提升地方经济竞争力具有重要作用。我市锚定“一城两区三门户”目标和思路,紧扣“做优做强区域公用品牌、支持培育企业产品品牌”发展要求,围绕全市优势产业和地方特色产品,出台了《运城市实施“好运诚品”区域公用品牌战略合作方案》(简称《方案》)。

《方案》围绕品牌培育体系、质量安全保障体系、品牌营销体系三大体系全面发力,通过统一的区域公用品牌打造,甄选优质农产品、网红食品、文创非遗产品、先进制造产品、特色餐饮等运城优势产品,把“运城特色”转化为“运城名片”,以特色品牌带动我市经济高质量发展,形成区域发展新优势。

“好运诚品”区域公用品牌主要涵盖一、二、三产产品(服务),一产包括市域内蔬菜、水果等各类优质特色农产品、绿色生态食品、地理标志产品、农副加工食品,二产包括智能网联汽车、生物医药大健康、新材料等合汽生材产品,三产包括文创(非遗)产品、电商品牌、四菜一汤一饼特色餐饮等各类产品或服务。同时对于获得山西省质量奖、山西精品企业的产品,采信后可使用“好运诚品”区域公用品牌。

在品牌培育体系中,为确保评出的产品(服务)真正具有代表性,我市在评定过程中,会严格审核企业条件,要求近3年内无不良社会信用记录,无监督抽查不合格记录,无重大质量、安全、环保、卫生责任事故;征求各县(市、区)人民政府和市直各相关部门意见,与电商平台合作对申报产品(服务)进行数据比对,组织专家对企业(组织)进行现场评价,进行网上公示。具体从企业(组织)运营成绩、质量创新能力、品牌建设能力、企业(组织)文化建设4个维度进行衡量,评定出质量过硬、具有良好声誉、体现运城地域和时代特色的产品(服务),并授权使用“好运诚品”商标(标志)。

在“好运诚品”品牌的宣传上,我市除了传统媒体和社会宣传载体,在新媒体方面邀请形象正面、有知名度影响力的网络达人为“好运诚品”区域公用品牌代言,制作拍摄创意新颖、独具特色的短视频,利用新媒体矩阵的宣传效应,加大宣传推介力度。同时,开展我最喜爱的“好运诚品”网络评选活动,通过互动的方式为品牌宣传造势。

在品牌保护体系中,我市积极谋划与周边城市及与运城产业关联度高的地区建立跨区域联合执法机制,更有效地打击侵权行为,保护“好运诚品”区域公用品牌。

对于已经获得“好运诚品”的企业,我市建立了一套完善的动态监管机制。一方面,加大产品抽检力度,对获证企业的产品加强监管,对发生安全事故、投诉举报(舆情)较多经查证属实的撤销使用好运诚品,并向社会予以公布。另一方面,各主管部门会加强本领域产品的监督、技术指导和服。同时,我市还会综合分析监督检查、产品检测数据,做好舆情监测,及时发现和消除潜在安全隐患,确保“好运诚品”品牌的高质量形象。

山西交控运城公司 自主完成龙门黄河特大桥伸缩缝维护

运城晚报讯(记者 祁克宁)近日,山西交控运城公司组织技术人员完成龙门黄河特大桥主桥4道LR800型玛格巴伸缩缝自主维护工作(右图)。

据了解,LR800型玛格巴伸缩缝作为大跨径桥梁核心部件,以往养护长期依赖外部专业单位,存在单次维护成本高、响应周期长等问题。此次自主维护作业由山西交控运城公司河津北养护工区负责实施,组建了由桥梁工程师和技术骨干构成的攻坚专班,通过系统研习设备技术手册、对接厂家定制配件、详细制订自主实施方案,历时10余天完成从方案设计到现场施工的全流程实施,顺利完成龙门黄河特大桥主桥双向4道同型号伸缩缝维护工作。

经测算,此次维护直接节约养护成本4万余元。下一步,该公司将以提升全链条自主养护核心能力为目标,通过“师带徒”、班组小课堂等方式,逐步补足自主养护核心业务短板,为公众安全便捷出行保驾护航。



7月12日8时至9月12日24时 中心城区槐中路(红旗街—槐豫中路)段封闭施工

运城晚报讯(记者 祁克宁)为确保冬季供暖一次管网安全平稳运行,市热力有限公司计划在槐中路(红旗街—槐豫中路)段实施供热管网优化改造工程,施工期间需封闭道路。

施工封路时间及位置:7月12日8时至9月12日24时,封闭槐中路(红旗街—槐豫中路)段道路进行施工,封闭期间禁止一切行人、车辆通行。

绕行措施:(一)自北向南绕行措施:由禹都东街去往红旗街的车辆,请由槐东路进行绕行,或由中银路进行绕行。(二)自南向北绕行措施:由红旗街去往禹都东街的车辆,请由中银路进行绕行,或由槐东路进行绕行。请沿街各单位、居民及商铺提前做好生产、生活安排,合理选择出行路线。

优质供电保生产 贴心服务润民心

运城晚报讯 7月5日上午,山西芮隆农业开发有限公司负责人将一面写有“优质供电保生产 贴心服务润民心”的锦旗,敲锣打鼓送到了芮城县供电公司阳城供电所。这是该所近两年来收到辖区用户的第四面锦旗。

此前,该所工作人员在走访用户中,了解到阳干村芮隆花椒加工企业由于用电量较大,急需新增一台变压器。所长任会松了解情况后,立即组织人员现场勘察,积极与县公司职能部门对接协调审批程序,领取材料协调施工,在很短的时间就为企业新增一台200kVA的变压器,解决了用电户的燃眉之急。(董应赞)

▼变压器接火前,工作人员进行最后检测。



劳务品牌引领海员航行路



□记者 范楚乔

今年5月,万荣高级技工学校(万荣县职业教育中心)今年第一期海员非建制班开班,50余名学生开启了解海员职业和学习基础技能的课程。近日,山西澜洋船舶有限公司、“万荣海员”劳务品牌负责人贾怀奇又收到了一个好消息——“00后”万荣小伙冯晓伟经过考核,从普通海员升为三管轮,实现了职业进阶。

近年来,随着“万荣海员”劳务品牌的建设推广,以及从业者的宣讲带动,更多人了解到了海员这一职业的魅力与前景,越来越多的青年学子对海员及相关职业产生了兴趣,从而多了一个就业选择。

海员是航行大海的船只中工作

人员的统称,一般分为高级海员和普通海员。冯晓伟虽只有初中学历,但他从普通海员的基层岗位做起,积累了娴熟的专业技能和服务经验之后,凭努力通过考核,升级为高级海员,完成了职业晋升路径的新挑战,薪资待遇与职业地位随之提高。

不论是海员非建制班的开设,还是一名名海员职业晋升,都离不开“万荣海员”劳务品牌的领航。万荣县重点打造的这一劳务品牌,2023年升级为市级劳务品牌,已带动500余名青年学子走上国际海员岗位,人均年收入达10万元至15万元,为青年就业开拓了多元化选择路径。

从就业典型宣讲、进高校宣传,到与山西澜洋船舶管理有限公司、福建泉州海事学校、新加坡万邦集团等联合开展对外劳务输出;从精准筛选就业需求群体、入户走访、提供职业规划,到举办欢送仪式、持续跟踪服务、开展关心关爱行动……

万荣县人社局、县就业服务中心与劳务品牌建设方山西澜洋船舶管理有限公司不断优化服务内容和方式,帮助就业人员增强走出

国门就业的信心和勇气,更好地规划职业生涯。如今,“万荣海员”劳务品牌已成为该县开展劳动力出国务工的一个重要路径,借力国际劳务市场搭建起“一人出海、全家增收”的致富桥梁。

由新手成长为航海精英,是海员职业的进阶之路,充满了挑战和机遇。海员不仅要有强健的体魄、娴熟的技能,还要有良好的心理素质和较强的适应能力、应变能力。

选择海员职业,难免会与家人聚少离多,但这一职业也有独特的优势,比如薪资水平普遍高于陆地同类岗位等。对于想要从事这行的人来说,需全面了解行业发展现状和趋势。从劳务输出角度来说,政府相关部门可持续加强宣传推广,深化政企合作,让群众更深入地了解相关行业的就业优势,为有需要的就业人员提供合适的职业机遇。

蔚蓝大海亦是广阔的就业舞台,在晋升的适任证书里,在视角独特的生活短视频中,在价值创造和自我实现的双重超越下,海员们正在蓝色领域逐梦,书写属于自己的篇章。