

全程25公里，用时47分钟

# 青岛地铁3号线年底全线开通

## 青岛大学入选全国社会组织教育培训基地

□记者 薄克国 报道

**本报青岛讯** 11月7日，民政部与青岛大学等19家单位签约授牌，这些单位正式入选首批全国社会组织教育培训基地，将在全国开展社会组织系统化、规范化、专业化教育培训工作。

全国社会组织教育培训基地共有145家单位参选。民政部社会组织管理服务中心每年将对各基地实行年度考核，对存在问题的可取消培训基地资格；民政部民间组织服务中心每3年对培训基地工作进行一次全面评估，评估合格的，保留培训基地资格，评估不合格或无正当理由不参加评估的，取消培训基地资格。

## 岛城技术合同成交额连续三个月增长

□记者 李媛 通讯员 郑山河 报道

**本报青岛讯** 11月10日，青岛市科技局透露，根据全国技术合同登记系统数据，今年1—10月，青岛市实现技术交易4023项，技术合同成交额63.86亿元，同比增长达19.19%。在8月份止跌企稳、9月份同比增长8.54%的基础上，连续三个月加速增长。其中，10月份实现技术交易460项，技术合同成交额12.25亿元，同比增长103.29%。

为应对经济下行压力，青岛市科技局督查调度、指导市技术市场行业服务机构采取拓展技术合同服务领域、提高行业服务水平和强化技术合同服务能力等措施，在保证质量的前提下，下大力气提高技术合同成交数量。全市10个区市中，除莱西、平度、黄岛外，技术合同成交额均实现了增长。驻青7所主要高校技术合同成交额同比增加93.74%，占全市技术合同交易的比重11.64%。驻青8家科研机构技术合同成交额同比增长95.38%，占全市技术合同成交总额的6.31%。技术合同成交额居第一位的先进制造业领域止跌，同比增长4.87%，居第二位的电子信息领域同比增长达32.1%。海洋技术领域技术合同成交额5.24亿元，同比增长120%。

## 4乡村获选“中国淘宝村”

□记者 张晓帆 通讯员 孙永波 潘舒敏 报道

**本报青岛讯** 在第四届中国淘宝村高峰论坛上，青岛4乡村入选“中国淘宝村”。即墨市移风店镇大欧村和七级镇东南村蝉联“中国淘宝村”称号，另两处“淘宝村”分别是胶州市的花园村、平度市的灰埠村。

其中，移风店镇大欧村是远近闻名的鸟窝加工专业村，鸟窝加工工艺已传承近600年。目前村庄从事鸟窝加工的有300多户，村民借力电商将鸟窝卖到了国外，年产鸟窝50万套，每套鸟窝价格在数十元到上万元不等，电商年营业额3000多万元。东南村通过“触网”发展电子商务，发展起鲸宝旗舰店、淘优时尚精品、猫猫家族暖宝等网店经营户30余家，暖宝等产品每天网销上千件，加上当地农产品网销，每天的销售额达到几十万元，村里每天仅快递件就有5000多个，年销售额近8000万元。

## 市北区推行城市治理“云模式”

□记者 李媛 报道

**本报青岛讯** 全区135个社区网格、1064个单元网格和124个拓展网格……11月13日，市北区有关部门透露，该区自今年7月开始全面推进城市治理网格化管理工作，试水“云模式”，建立了14大领域的数据库。截至目前，网格化信息管理平台已成功解决15.72万件涉及城市管理、环境保护等方面的民生事项。

每一个网格都配备网格员，网格员一旦发现问题，随时可通过“在市北”手机APP和“市北城市治理”公众号反馈问题，所有的问题会收集到网格化信息管理平台。依托“互联网+”，来自城市管理、环境保护、食品药品监管、民生服务等14大领域的统计数据，均可在该平台上海量存储，即时分析、快速处置。目前，市北区6694个视频监控头也在为网格化信息管理平台服务，工作人员可以利用平台随时调取数据和监控录像，从而为处置事件掌握第一手资料。

### 清算公告

经股东会决定，青岛高德记电子商务有限公司自即日起注销解散，现已停止经营进入清算程序。请各债权人于公告之日起45日内向公司清算组申报债权。联系人：常先生 电话：13651698986

青岛高德记电子商务有限公司

2016年11月16日

### 清算公告

经股东会决议，青岛瑞丰运通汽车销售服务有限公司自即日起注销解散，现已停止经营进入清算程序。请各债权人于公告之日起45日内向公司清算组申报债权。联系人：苟经理 电话：15333336936

青岛瑞丰运通汽车销售服务有限公司

2016年11月16日

### 遗失声明

遗失青岛速博雷尔真空设备有限公司组织机构代码证副本02561929-4，声明作废。

即组织站务人员驻配合动车调试。南段沿线多景区，车站多客流枢纽站，都对客流组织提出了更高要求。”

试运行阶段，南段车站结合各站客流预测特点，反复论证完善客运组织方案，10月底，青岛地铁在青岛站组织400余人参与的大客流演练，检验客流组织方案的合理性。同时，青岛站积极与国铁青岛站对接，了解141列次到发列车的时刻表及周转客流量，建立联动机制，全力应对客流组织压力。

### 安全运营放首位

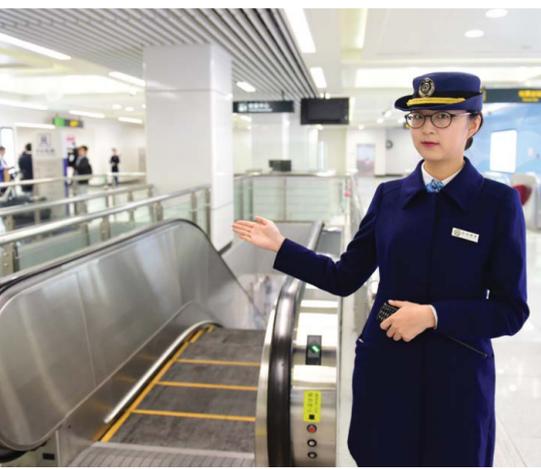
青岛地铁3号线北段自去年12月16日开通试运营以来，截至今年11月10日，已安全运营331天，列车正点率、列车运行图兑现率、列车服务可靠度等14项指标均优于《城市轨道交通运营管理规定》要求。服务热线共接到4800多个乘客来电，倾听乘客咨询、建议、求助等各类需求，全部进行了及时迅速响应。先后推出了“温馨驿站”、“爱心预约”等便民服务

项目，实现地铁运营“有责零投诉”……

这份优异成绩的背后，是地铁运营近30个专业、50多个工种的联动和配合，是上千名运营人员近乎严苛的安全运营。

“青岛地铁运营分公司下设安全生产委员会办公室，各生产部门成立安全生产工作组，形成多层次的安全生产组织机构。公司设立专门的安全管理机构——安全保卫部，总体负责分公司生产安全、消防安全及治安保卫工作。”运营分公司安全保卫部保卫室主任能宗鹏介绍。目前，青岛地铁运营分公司配置专职/兼职安全管理人员134人，安全管理实现了纵向到底、横向到边的无缝化管理。

“安全管理必须以预防为主。”能宗鹏说，“自3号线北段开通，运营分公司组织开展了日常、季节性、节假日前等多种形式的安全生产检查共50余次，对3号线全线及车辆段内进行不留死角的安全隐患排查。完成各级演练168项，参演人员3000余人次，演练项目包括道岔故障、列车区间故障救援，站厅、站台、设备区火灾救援，扶梯客伤应急处置，安全门故障排除、列车复轨演练等。”



□ 本报记者 白晓

涵说，“南段还处在施工阶段时，运营分公司

青岛地铁3号线即将于年底全线开通，目前南段试运行也进入最后阶段。11月10日，青岛地铁组织媒体全线试乘，记者提前体验了3号线的地铁速度。

### 南段试运行进入冲刺阶段

青岛地铁3号线的青岛站既是3号线南段的第一站，也是地铁与青岛火车站的连接点。

11月10日上午10时20分，记者从青岛站上车，到终点青岛北站全程25公里，用时47分钟。据了解，坐公交从青岛站到青岛北站需用时1小时30分钟，开车或坐出租车也得40多分钟。就票价而言，从青岛站到青岛北站坐出租车需要40元左右，坐地铁花费5元。

在车厢里能感受到地铁运行非常平稳，站点之间的间隔时间在两分钟左右。列车进站停靠时间平均为35秒。

目前，3号线南段试运行完成了前三个阶段的工作，进入第四阶段的收尾。截至11月8日，已安全平稳运行69天，开行列车11536次，总行驶里程14.18万公里，运行图兑现率100%，正点率99.98%，共计安排各类施工作业计划1039件，实际完成1039件，施工计划兑现率100%。目前，3号线南段行车组织、设备运行等8项指标均符合国标要求，试运行总体情况良好。

### 列车运行环境更复杂

“试运行开始后，3号线南段的筹备开通面临北段运营与南段试运行同步进行的双重挑战。列车运行环境更复杂，车站入驻环境更艰苦，客运组织压力更艰巨，虽有北段筹备经验可循，但南段需要攻克的难点较之北段车站难度更大。”青岛地铁运营分公司技术新线部经理赵宏宇说。

南段车站临近海边，隧道内湿气重，水汽较大，影响电客车司机瞭望距离，同时容易造成列车空转、滑行，复杂的运行环境对列车运行安全以及电客车司机驾驶技术提出更高要求。

淳于徐洋是运营分公司客车三队司机，负责电客车的驾驶，配合各类调试、转轨作业等。“南段的复杂环境要求电客车司机具备更好的业务技能和心理素质。”淳于徐洋说。南段调试期间，他和乘务车间层层选拔出来的12名骨干组成的调试工作组，在南段经历了过轨、冷滑、热滑等阶段，完成调试作业百余次，出色完成了调试任务。

刘辰涵原本是3号线北段双山站的站长，南段筹备期间，被调至青岛站。“相比北段筹备时，南段的车站入驻环境更加艰苦。”刘辰



### 歌剧《敦煌之恋》上演

□记者 薄克国 通讯员 周鹏 报道

11月13日，由中国广播艺术团主办，青岛大学师生编导参演的大型歌剧《敦煌之恋》在北京国家大剧院上演。

作品以丝绸之路为背景，敦煌壁画为题材，通过唐代爱情悲剧故事，描绘了丰富多彩的西域丝绸之路生活画卷，说明了国家强盛与敦煌命运的关系。

每月5日，1200多名机关干部进村入户

## 莱西建立“机关干部基层走亲日”制度

□ 本报记者 肖芳 本报通讯员 吕文波 耿旭日

“咱们村在大沽河畔，又有1000多亩果园，很适合搞休闲采摘。”11月5日，在莱西市沽河街道北张家寨子村，该市旅游局副局长李言军绕村考察一圈后，立足村庄紧靠大沽河的生态资源优势，提出了以旅游促增收的发展建议。

听完这些话，北张家寨子村村主任张建伟连连拍手叫好：“这个建议，不仅可以把村里一些老房子利用起来，还能带动老百姓增收。‘基层走亲’真是个好活动，确实对我们有帮助。”

这里所说的“基层走亲”活动，正是莱西市今年建立的“机关干部基层走亲日”制度。今年以来，为健全党员干部直接联系服务群众长效机制，打通联系服务群众“最后一公里”，莱西市将每月的5日，定为市镇两

级1200多名副科级以上干部的“基层走亲日”。这一天，市镇两级机关干部全部“沉”下去，到全市861个村庄，问需于民、问计于民，帮助村庄和困难群众解决实际问题。

为保证该项制度落到实处，莱西推出了“农村包干重点走亲制度”，构建了“横向到边、纵向到底、全市覆盖”的干部直接联系服务群众大网络，走出了干群联系新路子。

市级领导“包镇走亲”，每人联系1个镇、1个村，直接联系1户群众，每月开展1次走访调研。市直单位、各镇党政机关干部“包村走亲”，每人至少直接联系1个村、2户群众，每月至少要到联系村走访1次，要对联系村内的重点人群进行经常性走访，全年走访基层群众不少于30户。走亲干部信息予以公开，方便村民反映情况。对村民反映的情况，走亲干部要及时沟通联系，做好针

对性服务。走亲活动开展以来，解决了一批百姓期盼的民生问题，促进了村庄发展，带动了百姓增收。

在莱西市马连庄镇郑家下乔村，市畜牧兽医局派驻机关干部不仅帮村里建了健身娱乐广场，还对两个平塘进行清淤，解决了近200亩耕地的水利灌溉问题；在经济开发区草泊村，莱西市总工会投资4万多元，帮助该村解决了部分街道排水难的问题；在经济开发区果佳园村，市机关事务管理局的干部和村干部一起搞好街道硬化和排水沟浆砌的施工；在店埠镇王家横岭村，市档案局派驻的机关干部组织村民到店埠镇国家现代农业产业园观摩学习，引导村民发展高效农业。

“走亲”活动开展以来，各级机关干部共摸排各类问题1150多个，当场解答答复875件，其中化解矛盾纠纷106件，解决民生实事568件。

喜迎111周年，发布新百年发展战略

## 崂山矿泉水：百年老店开启品牌重塑之路

□ 本报记者 肖芳

作为中国第一瓶矿泉水生产企业、行业内唯一的百年民族品牌，崂山矿泉水已经走过了111年的发展历程。近年来，中国饮用水市场发展迅速，数不清的新品牌如雨后春笋。“百年老店”崂矿将如何应对竞争激烈的市场？青岛崂山矿泉水有限公司近日举办了主题为“新百年 新崂矿 新征程”的111周年大会，发布了新百年发展战略——打造中国民族品牌，倡导健康饮水生活。

### 品质为上：保证生产出好水

崂山水系，是与阿尔卑斯山、北高加索山齐名的世界三大地下水系之一。按照国家标准，锂、锶、锌、碘化物、偏硅酸等9项界限指标中，只要有一项达标，就可称为矿泉水。崂山矿泉水则是国内唯一界限指标超过两项（锶和偏硅酸）的天然矿泉水。这一可遇不可求的优异品质，令世界许多知名矿泉水品牌望尘莫及。法国依云矿泉水亚洲总裁就曾感慨：崂山矿泉水是中国最完美、最纯真的矿泉水！

1998年以来，崂矿先后在崂山北龙口、仰口等建成7大现代化生产基地。如今，崂矿作

为生产矿泉水的国有企业，“崂山”是唯一集“中国名牌”、“中华老字号”等诸多荣誉于一身的矿泉水品牌。今年，世界品牌实验室发布《中国500最具价值品牌》，崂矿作为唯一一家矿泉水公司荣登榜单，“崂山”二字品牌价值达48.76亿元。

让这个百年老字号企业不断发展的，是崂矿人对品质的不断追求。近年来，为保障崂山矿泉水的产品品质，崂矿全流程严控品质，不仅在水源地设置三级防护，确保水源不受自然或人为污染，还创新打造行业标杆，对生产过程实行标准化、流程化、自动化管理——每一瓶崂山矿泉水都是在全封闭条件下灌装的，工序工艺达到110道，仅过滤消毒就有16道工序。此外，还建立了国内同行业中第一家现代信息化配送系统——厂区实行机器人自动码垛，与青岛交运、北汽公司合作进行专业化物流配送，保证从生产源头到消费者手中全程品质不发生变化。

### 品牌为本：让人知道是好水

崂山矿泉水经过百余年的发展，虽然取得一定成绩，但总体来看还是个区域性品牌。新百年战略下，崂矿将重点制定实施16字方针——“根植青岛、覆盖全省、拓展全国、走

向世界”，由区域强势品牌向全国知名品牌、中国民族品牌迈进。

今年伊始，崂山矿泉水提出了新的发展目标：“与青啤齐名、与海尔比肩，努力打造青岛新品牌”。

在国内，崂山矿泉水凭借百年沉淀的优质口碑，频繁亮相国家重要活动及会议，如抗战胜利70周年阅兵、也门撤侨、亚丁湾护航、尼泊尔及日喀则地震救援、大洋一号科考等。在体育赛事方面，崂山矿泉水与国家体育总局训练局签署协议，成为今年里约奥运会中国代表团备战用水。

在海外，已走出国门半个多世纪的崂山矿泉水目前已出口到20多个国家和地区，出口量达到总销量的8%左右。如今，崂山矿泉水已与森达美（香港）有限公司签订了战略合作协议，整合双方资源，对东南亚、非洲、欧美等优势海外市场进行了重新布局。下一步，崂矿将紧跟国家“一带一路”发展倡议，倡议推进到哪里，产品就跟进到哪里，预计未来3至5年出口量年均增长50%以上。

“崂山矿泉水虽是百年品牌，却没有‘倚老卖老’，而是抱着‘归零’的心态，通过对经营理念、管理方式、营销模式等方面的创新，寻找突破路径。”青岛崂山矿泉水有限公司董事长王达表示。

### 品德为魂：创导健康饮水

不忘初心，公益先行。作为中国矿泉水行业唯一的大型国有企业和民族品牌，崂矿长期坚持全方位履行社会责任。

近年来，崂矿先后与青岛微尘基金、教育基金会、市关工委等签订了公益事业战略合作协议。从今年10月1日起，每卖一盒瓶装水产品，就捐赠青、藏两地春蕾女童等贫困儿童基金1元钱。

新百年征程开启伊始，崂矿从维护全民饮水健康的角度出发，在同行业率先提出做“健康饮水解决方案创导者”：编写《水的呵护》、《水的奇妙之旅》系列丛书，开展111场“水知识进课堂”公益讲座，将健康饮水解决方案送入千家万户；基于数据调研、专家建议，尝试将消费者以性别、年龄、生活状态等进行多维度细分，给予科学饮水建议；倡导“清晨第一杯水”的公益活动，将健康饮水习惯根植于消费者心中。

在111周年大会上，崂矿发出宣言：“健康饮水解决方案创导者”，只是崂矿迈出的第一步；崂矿的长远目标是——倡导健康饮水生活，提供健康极致的饮水消费体验，做全国、全球健康饮水解决方案的一流供应商。