



PPMG

凤凰出版传媒集团

统一刊号
CN32-0104

邮发代号

27-67

主办

江苏凤凰出版传媒集团

出版

江苏现代快报传媒有限公司

地址

南京市洪武北路55号置地广场

邮编

210005

传真

025-84783504

24小时新闻热线

025-96060

本报员工道德监督电话

025-84783501

扫码订阅



今日总值班

张星 吴明明

封面叠主编

王磊

头版责编

刘伟

版式总监

沈明

零售价每份1元

被刷屏的“哥们”为城市注入信心

人们需要在各个岗位上，把自己负责的“螺丝钉”拧紧，为他人储备一份“安全值”，为这个城市守一方“阵地”。

现代快报首席评论员 伍里川

在昨天的早高峰，不少市民的朋友圈被三个“蹚水哥”妥妥地刷屏了，他们看似轻微、实则温暖的举动给人们留下了深刻的印象（详见今日报封6版）。

老城管跳进脖子深的水下捞井盖。

由于积水严重，南京交警高速三大队老民警杨茂海站在执勤的岗位上充当“人肉标杆”，提醒过往车辆切勿通行。

90后地铁司机周知愚上班路上蹚着水走，水一开始到膝盖，后来漫到了胸口，他把制服裤子和工作资料放进包里，顶在头上，“宁可湿身

也不能弄湿了上班要用的东西。”

和前述三位“网红”相比，更多的人在不为人知地履职。比如，物管“喊楼哥”紧急关头表现出色：昨天凌晨的暴雨，让南京城多处积水，江宁百家湖国际花园地下车库也发生了积水倒灌，就在大水涌向车库内的几百辆汽车时，小区十几位物管在楼下大喊了20多分钟，通知业主们挪车，并用水泵向外抽水。最终有150多辆车顺利挪出。业主王女士在开走自家完好无损的车后，向现代快报记者讲述了这件暖心事。

在早高峰呈现令人崩溃一面、洪水在我们身边肆虐的时候，城市

在每一个局部所显示出来的某种让人感动、放心的特质，能消散诸多环节上的不足所带给人们的沮丧和愤懑。

是的，他们做的大多是他们应该做的事情。作为保安，声嘶力竭地呼唤车主，本在分内。但你想过没有，他是在极其有限的条件里，选择了最耗费体力的一种方式？

对他们来说，有的事情，他们即使不去做，也不会有人批评什么。

他们为这个城市的市民点亮了一盏灯。他们是唱着“凡人歌”，做着平凡的事，却一不小心打动了外界。这证明，每个不起眼的岗位都和外界紧紧相连，一种岗位内外的“互动”始终进行。

人们“观望”着、点评着那些“瞬间的感动”，不只是因为人们在进行某种“精神消闲”，更多的还是人们要通过这些“瞬间的感动”为自己打

气、为城市加油。无疑，洪水搅局之下，“平凡壮举”和轰轰烈烈的“大动作”救援、善后，同样具有安抚人心的价值。

洪水冲刷着城市，暴露出诸多问题，令城市难堪。和检讨、反思同样重要的是“现在就做”。在一下雨就淹得一塌糊涂的新城区大街上，和质疑并行不悖的是那些平凡人的收拾残局。这是一个有些无奈却必须铺陈的场面。

人们需要在各个岗位上，把自己负责的“螺丝钉”拧紧，为他人储备一份“安全值”，为这个城市守一方“阵地”。

不需要对平凡的名字过度讴歌，但应该珍惜“平凡壮举”带给这个城市的感动。雨不会一直下，而平凡的人会一直在。这是最简单也是最可信赖的一个事实，所谓风雨同舟，也有此内涵。

社评互动

给动物平等的生命权和“获救权”，给力！

读现代快报7月7日社评《6000头猪和6000只鸭的获救样本》后，笔者觉得这个标题可读性很强，回味无穷。

灾害面前，在完成救人的前提下，能够把动物一同救出来，减少主人的财产损失，无疑是成功的例子。

动物作为“财产”，是一个大概念，其实，动物也是有生命权的，只不过，在人与动物之间，人的生命是第一位的。人的生命权受法律保护，然而，我们花很大力气，成功救下动物，给动物一次生命，实际上就是体现人类对动物的怜惜之心；给予落

难的动物们以“上岸”的船票，就是证明人类要与动物相互依赖、相互生存，和谐相处。

在抢险现场，保护人民群众的利益，把人民群众的财产损失降到最低，说到底，就是减少政府用于施救的财政支出，人民群众生活有了

保障、有了希望，就会齐心协力和政府一道抗洪救灾，重建家园，从这一点来说，6000头猪和6000只鸭的获救样本，给了我们一个很好的证明。

南京读者 老烟树

本版投稿邮箱:cqxf62@126.com

从产业全面整合到品牌无缝对接



宝庆尚品将升级成为全国知名珠宝品牌——金一珠宝

近日，基于品牌长远发展战略规划，国内知名珠宝企业、上市公司(SZ002721)金一文化将快速进入江苏零售市场，宝庆尚品将升级成为全国知名珠宝品牌——金一珠宝，从而完成产业链整合与升级，实现超大规模品牌连锁布局，进而迎合、引领中国珠宝市场的变革和走势。

按照规划，宝庆尚品终端将全部更换成金一珠宝形象。与此同时，此次终端扩张建设行为将在全国同步展开，浙江、湖南、河南等全国地区都将由金一文化旗下零售品牌切换成为金一珠宝品牌。



强大整合能力后的宏伟品牌愿景

金一文化作为国内知名尚贵金属、贵宝石创意文化企业，多年来不断拓展横向、纵向多元的经营模式，在中国黄金珠宝首饰行业包括批发及零售渠道、智能制造、供应链重塑、可穿戴设备等行业上下游相关行业进行战略布局，已发展成为一家卓越的平台型企业。2015年4月总市值突破100亿，旗下拥有独立业务板块十余个，其中黄金珠宝零售品牌宝庆尚品、越王珠宝、光天钻石、七彩金、黄金银楼、张万福等都是区域领先品牌。

2016年，出于高效整合，利用产业资源，统一品牌规范运作、打造规模化、规范化、集群化品牌连锁经营的战略要求，金一文化制定了三年实现全国2000家金一珠宝零售终端建设规划，而宝庆尚品、越王珠宝、张万福等优质终端将率先完成品牌切换，为规划的稳健执行夯实基础。

在未来的发展蓝图中，金一文化将成为中国珠宝行业首屈一指的珠宝消费文化全产业链集团，未来逐步建立国外运营中心，使金一文化集团走向国际，

在金一产品兼容并蓄东西文化的同时，也将中华文化推向世界。

全新集成店模式带来更多消费者福利

在本次金一珠宝全国代理旗下现有珠宝零售品牌的进程中，金一文化将推出全新的共赢商业模式，该模式目前在欧美国家普遍流行，其目的在于通过多个专业商品类别的集中展示、销售，满足日益变化的时尚个性需求和价值内涵需求，同时将企业及品牌的资源进行充分利用和整合，实现市场份额的最大化。

首先，金一珠宝集成店将依托其在国内乐黄金、钻石市场的强势地位，为消费者带来同等品质下行业更低价格的金一黄金和金一钻石，以高性价比满足一般大众消费需求。

其次，金一珠宝门店将集成多个专业化商品品牌，消费者将可以一站式轻松地购买到全球销量领先的美国百年钻石品牌LEO DIAMOND、传承中国经典玉石文化的玉王府白玉翡翠、山国际知名设计师梁万设计的SEASIDE彩宝，以及其他多个国际知名品牌产品。



金一珠宝品牌将承接全部责任与义务

按照规划，在江苏、安徽等地，金一珠宝门店在数量上将快速增长至500家，紧密布局各地市场。此外，金一珠宝还将延续宝庆尚品的经营理念，秉承金一尚品的经营责任。

在对消费者的义务上，原宝庆尚品近二三万的消费会员和其他顾客，其商品的售后服务条款将得到不折不扣的延续执行，甚至在规范性和系统性上得到全面提升。

对于广大的商业伙伴和行政主管部门，既有商务职责和社会责任仍将得到坚定贯彻和履行，且伴随金一珠宝门店的规模化，将会迎来多方共赢的全新局面。

此外，我们也期望更多的本土品牌、区域品牌以消费者需求本源为出发点，展开经营与服务，共同做好、做强珠宝消费市场。