甘肃嘉峪关“疫”后旅游业渐重启 丝路文化乐园“科技+传统”助力

“我很喜欢传统文化,今天特意穿汉服,来到科技感十足又有很多传统文化元素的园区,正如汉服一样,要很好地结合,当作常服来穿。”18日,在嘉峪关方特丝路神画主题乐园,着白色汉服短衫,配以红色长裙,打扮古典的嘉峪关姑娘董蕊欣戴着口罩,成为这里重启开放的首批游客。

在河西走廊偏西的嘉峪关市,不到3000平方公里的小城蕴藏着巍峨壮观的“天下第一雄关”嘉峪关、“断崖千尺,长城之源”天下第一墩、“铁壁悬空、似长城倒挂”的悬壁长城,还有生动再现驿使奔驰、商旅云集真实场面的魏晋壁画墓、雄浑壮美的嘉峪关防线形成的露天长城博物馆等50余处著名历史文化遗迹。

近年来,当地依托世界文化遗产嘉峪关关城,倾力打造关城大景区,加速文化旅游提质增效,方特丝路神画主题乐园也是关城大景区的重要组成部分。

“方特丝路神画与嘉峪关关城一墙之隔,形成了一古一今、一静一动、一新一旧的旅游态势。”嘉峪关方特旅游区营销总监李佐介绍说,园区和嘉峪关关城紧密联系,游客不但能体验到古老长城文化,还可以体验到以现代高科技演绎的丝路文化。

方特丝路神画是以丝绸之路文化特色为背景,进行区域定制化打造的大型主题乐园,以丝路文化、长城文化、华夏历史文化、边塞古城文化、民俗文化等多种类文化主题为创意基础,带领游客梦回西域,重走丝路;再看华夏文明传播世界,领略文化艺术瑰宝的魅力;结合新时代的科技,将绚丽多彩的华夏文化画卷展现在游客面前。

针对时下疫情防控,为确保游客安全、放心地游园,园区实行网络实名制预约购票,无接触式取票;游客入园需佩戴口罩,并在入园前配合工作人员进行健康码检查、体温检测、安全检查和个人信息登记等手续,做好入园的第一道安全屏障。

李佐说,在项目体验过程中,园区还采取了分时段、间隔就坐等方式,避免游客扎堆体验。为避免人员高密度聚集杜绝风险,园区实行限流,每天对密闭建筑、公共场所、卫生设施、游乐设备、餐饮场所等进行通风换气、清洁消毒至少三次。

重启开放第一天,园区传出久违的欢呼和尖叫声,即使戴上口罩,也藏不住游客洋溢着欢乐的笑脸,来自兰州、敦煌、张掖等地的旅客带着家人前来“打卡”。此次开园还为游客推出门票钜惠。

在疫情防控形势整体缓和、好转情况下,嘉峪关想尽各种办法推动复工复产,推动高质量发展跑出“加速度”。

4月17日,甘肃省政府新闻办公室在省会兰州举行嘉峪关市新冠肺炎疫情防控工作和复工复产情况新闻发布会。作为全省重要的工业旅游城市和重要的经济体,嘉峪关市复工复产工作的许多细节成为媒体关注话题。

当地官员回答记者提问时表示,嘉峪关市分行业、分产业、分领域制定了促进经济健康发展“48条”、支持企业发展“13条”、商贸流通服务业稳定市场“18条”等务实政策,最大限度帮助企业渡过发展难关,切实打通复工复产的操作链。

李佐接受记者采访时分析说,丝路游近年来成为国内旅游比较火爆的线路,立足丝路长城文化的嘉峪关,在完善疫情防控的基础上,预计“五一”假期会迎来旅游小高峰。

和同伴走遍园区,“敦煌瑰宝”“女娲补天”等兼具传统文化故事的体验项目,是董蕊欣最喜爱的。她说,用现代科技手段将这些传统故事重新演绎,不仅传承了经典文化,新颖的形式也符合年轻人的喜好,也希望这种“科技+传统”的演绎方式能成为将来西北旅游中的独到之处。 (丁思 高莹)

买买买变身“直播风”助力制造业转型

疫情期间,商场、工厂、批发市场,几乎人人变身主播,一股“直播风”正助力制造业转型升级。

家家都有“直播间”

“宝宝们注意了,这个颜色非常青春。”步入广州沙河万佳批发城,便能听到档口主播直播的声音。

淘宝的数据显示,今年2月以来,广州专业市场入驻直播的商家上涨近一倍,其中沙河商圈已成为全国最大的淘宝直播基地之一。

近期,沙河市场服装档口老板张磊将档口转租,专心做起直播售货。由他妻子开设的直播间一天可以带货两到三万件,妇女节当天,店铺出货量近六万件。

张磊的成功转型吸引了许多业内朋友前来取经,每天都有几拨人参观张磊的工作间,“下午接待朋友,晚上忙直播,忙得连上厕所的时间都没有。”

今年2月,与淘宝合作的火星直播机构在广州番禺上百个源头制造工厂内开展直播,如今,旗下九成主播已前往工厂展厅,年前比较热闹的主播房间已经是空荡荡的。“有个刚上岗三个月的新手主播,一场就卖出了83万。”火星直播机构的电商总监王平介绍道。

在“中国灯饰之都”广东省中山市,大型灯饰卖场内,每家店铺几乎都在直播。在一家专门做手工玻璃灯具的店铺里,销售经理范杨沫熟练地拿起手机介绍五光十色的灯饰。“今年海外市场不景气,很多企业开始拓展渠道做内销,直播是一种新的营销手段,能够让更多人了解我们的产品。”

制造工厂靠直播逆袭

特殊时期,专业市场延迟开业、线下销售大幅减少,租金、人力等运营成本令许多商家倍感压力。“光是仓库、档口、办公室的租金,一天都要好几万。”一位中大服饰商家说。

2月至4月原本是服装行业的旺季,商家在农历新年前已备好春季库存。受疫情影响,线下采购客流急剧减少,不少商家只好转战直播,以此缓解库存压力。

歌铭服饰的负责人邝良渡靠直播在疫情中顶住压力,销量不降反升。近两个月,他工厂的生意更加红火,销量比去年同期涨了一倍多。

“服装行业是劳动密集型产业,转型成本太高,所以我们主要在营销上下功夫。”在邝良渡看来,线上布局并不是“一搬了事”,直播的方式关系到厂家的定位,“因为对电商营销逻辑不熟悉,传统的源头工厂转为线上后都会面临阵痛。”

“零售店的直播主要是展示好看与否,而工厂的直播要体现一定的专业性,对面料、优势、搭配等都要展现清楚,还要教会下游采购商怎么售卖。”邝良渡说。

疫情期间,这里每天开播三小时,不少客户从直播里了解到衣服质量后批量拿货,客户群涵盖华南、西南等地。

据广州市专业市场商会秘书长李英介绍,目前广州共有644家专业市场,总体规模大,具有较强的影响力和辐射力,当前各专业市场正积极发展电商,以“线上突围”的方式加快复工复产步伐。

还需“智造”站稳脚

中央财经大学副教授陈端认为,直播带货对于当前制造业具有新的意义,它不仅为品牌和产品提供了感性化的展示平台,也为消费提供了最直接的反馈渠道。“如果用户的使用反馈能够直接影响产品的更新换代,会让消费者有被尊重的感觉,对塑造品牌忠诚是一个利器。”

日前,广州市商务局出台了《广州市直播电商发展行动方案(2020-2022)》,从加强顶层设计、打造产业集群、推动商贸领域应用等方面大力支持直播电商发展,力图将广州打造成为全国知名的直播电商之都。

业内人士认为,直播开启了一种新型营销手段,但制造产业真正实现转型升级还要依靠生产的智能化、数字化。

中南财经政法大学数字经济研究院执行院长盘和林表示,停工停产时期,大部分制造业企业遭受较大损失,即便在复工复产后,人工、成本等问题也将影响企业恢复正常的生产效率。

同时,一些地区已经实现了无人化生产的智能工厂,降低了对人工的依赖,提高了生产效率,因此,科技赋能制造业将是未来制造业的转型趋势。 (杨淑馨 毛一竹)

盛世电梯接连签署重磅协议开启市场化元年

近日,盛世国际(中国)控股集团所属北京盛世电梯股份有限公司与桂林市泰康物业服务有限公司正式签订《战略合作框架协议》,此次盛世国际(中国)控股集团与泰康物业的强强联手,预示着以“老吾老,以及人之老;幼吾幼,以及人之幼”为服务理念的盛世电梯将为“东方庭院·桃花源”别墅项目业主带来全新的物业服务体验,也预示着盛世电梯全面启动市场化运行。

此次双方达成的《战略合作协议》,主要涉及由桂林市泰康物业服务有限公司提供物业服务的“东方庭院·桃花源”别墅项目,共涉及207户,泰康物业相关领导表示,东方庭院·桃花源别墅作为休闲康养、生态康养于一体的高端庭院社区,经过3-4年的时间检验,收获了良好的市场口碑。一个新人居板块的崛起,离不开产业的支持和完善的配套设施。未来随着盛世电梯的陆续安装和运行,将为东方庭院带来新的价值亮点。双方精诚合作之下,一个更宜居、更健康、更安全的“世外桃源”必将如约而至。

据悉,在该《战略合作协议》签订之前,东方庭院·桃花源别墅有一部盛世别墅电梯已于2019年顺利安装完毕并成功运行,因盛世电梯采用自主研发嵌入式升降系统,运行更安全,更平稳;区别于传统电梯独特的结构设计,让电梯拥有更大更舒适的搭乘空间;低耗能的动力系统使得普通民用电(220V)即可支持正常运行。种种优点得到了业主的极大好评,在别墅区内形成了良好的口碑效应,目前已有另外6台电梯安装及维保的合同已经完成签订并付款,集团工程师已经完成实地测量,电梯设备正在抓紧时间进行生产,预计将于6月份开始安装工作。

盛世别墅电梯秉承人性化定制的设计理念,沿袭盛世电梯科技优势,具有安全保障、私人定制、节约空间、智能服务四大特性。220伏家用两相电即可使用,给用户带来更安全、更智慧、更舒适的高品质乘用体验。采用盛世电梯自主研发嵌入式升降系统,可有效解决“坠毁、冲顶、溜梯、卡梯困人”等电梯安全事故及隐患。基于标准别墅梯全功能电梯顶配以及成熟的设计团队,能够提供高品质的私人定制产品,满足个性化需求,并更好地贴合别墅整体建筑风格,真正做到“梯墅合一”,臻品体验。另外,优越的传动技术,使得产品结构更加精简,极大地节约井道占用空间,与市场同规格产品相比井道利用率可节约20%-30%,空间小,设计将更加灵活。

“不积跬步,无以至千里”,2020年是盛世电梯正式走向市场的元年,企业将以市场为导向规划和开展工作,积极推进各项核心工作的切实落地;同时将建设多个生产基地,并选择多家知名电梯企业开展OEM生产合作,做好产能保障;积极落实样板市场建设,实现盛世电梯的规模化生产。

(潘歌)

龙滩煤电公司“七大举措”促矿井高质量发展

为促进企业高质量发展,川煤集团广能龙滩煤电公司以“七大举措”坚持稳中求进、稳中求好工作基调,立足实际,主动作为,锁定安全、质量、效益目标,吹响推动企业实现高质量发展的“集结号”。

锁定目标,努力完成任务。各单位(部门)按目标任务,把指标分解到位,在确保安全的前提下,跟踪每班、每天、每旬、每月、每季任务完成情况,并制定具有针对性、操作性的激励考核办法;明确跟班副队长在现场的安全管理责任,明确班组长“管生产必须管安全”,各司其职、各尽其能,共同努力,抓好现场安全、劳动组织和工作效率,努力确保实现年度各项工作目标。

不越红线,促进安全发展。牢固树立“安全第一”思想不动摇,严格落实国家安全生产法律法规和川煤集团、广能公司安全工作会精神,坚持“安全高于一切、重于一切、优于一切”的发展理念,按照广能公司“安全行为巩固提升年”活动主线,不断加强思想作风建设,提升安全管控能力,强化双控及“清单制管理”,突出“一通三防”及防治水重点,杜绝矿井事故发生,促进矿井安全发展。

合理布局,确保采掘正常。合理均衡生产,有序组织采、配关系,保证煤炭质量和总量,保证矿井生产能力和经济效益。优化生产组织,保障采掘接替正常,促进采、掘、抽平衡。提升单产单进,着力强掘补欠,抓好单产单进水平。进一步优化生产及运输系统,提高皮带煤矸运输“一带两用”效率。严格设备管理,发挥智能化设备效力,保证矿井正常生产。

科技引领,建设智能矿山。坚持“科技兴安、科技兴企”的发展理念不动摇,力争早日建成智能矿山。强化科技创新管理,深化完善技术创新体系、激励机制,加强科研成果的转化利用。把握重点科技项目,坚定推进企业技术创新。进一步强化工程技术队伍管理,夯实技术基础,注重工程技术人员培训、培养、考核等管理工作,努力提高业务技能水平,为智能矿山建设提供人才保障。

精细管理,确保矿井效益。深化全面预算,建立完善全面预算管理工作体系。牢固树立“质量就是效益”理念,努力提高质量实现降本增收。做好物资管控,降低材料成本。强化设备管理,注重节能降耗。争取相关优惠和扶持政策,促进企业效率效益稳步提升。

合理分配,选培年轻人才。坚持按劳分配,科学定员,合理定额,继续向苦、脏、累、险生产一线和技术岗位倾斜,实现职工收入的合理增长;加大招工力度,吸引优秀熟练工入矿,充实采掘一线。同时,强化职工培训,提升队伍素质;建立健全人才激励机制,培养选拔优秀年轻人才,构建人才梯队,优化干部队伍结构。

文化引领,促进和谐稳定。继续推行“龙滩是我家”企业文化建设,努力建设安全、高效、绿色、协调的现代化矿山。坚持做好送温暖和“一帮一”、金秋助学扶贫活动,健全贫困职工档案。继续实施民生工程,积极为职工创建安全舒适的生产生活环境。加强与地方政府、周边村社的协调沟通,树立企业良好的社会形象,促进政企、矿区和谐稳定。 (贺全明 陈文)

广告

专注特定细分市场 持续创新开发新品 浙江力普独有纤维素醚粉碎加工新技术获行业领导肯定

日前,中国纤维素行业协会副理事长兼秘书长刘海燕、常务副秘书长高建平、纤维素醚第二分会副会长姚培源以及精制棉分会副会长(协会秘书处副主任)李平等一行 5 人,专程前往中国粉碎技术领航者浙江力普粉碎设备有限公司进行实地考察。作为中国纤维素行业协会会员单位,浙江力普专注、持续于纤维粉碎设备的创新开发,积极吸收国外先进粉碎技术,消化再创新,生产设备能够满足精制棉制备纤维素的粉碎加工技术以及维素醚成品微粉的粒度和提高生产率提出的更高要求。

自主研发的精棉粉碎生产线,集打散、检测、粉碎、集料、除尘于一体,可对精制棉规模化生产纤维素,特别适用于绒状、絮状棉纤维及纤维素醚类产品(如精制棉、棉麻、光纤、芳纶、涤纶等)的超细粉碎;通过在输送机上设置金属检测器,可有效探测精棉中的金属,杜绝了金属杂质对粉碎机刀片的损坏;在开棉、粉碎及输送过程中采用全密封负压和脉冲式除尘,提高了生产环境条件。该生产线产量达 200~400kg/h,粉碎刀片采用高强度、抗冲击、耐磨性好的进口特种耐磨材料,并可重磨使用,使用维护成本低、稳定性好。经山东、浙江、江苏、上海、河南等地企业使用证实,比同类产品产量可提高 40%,耗能降低 20%左右。该生产线与纤维素成品粉碎机、湿粉碎机三项产品已经在纤维素行业中广泛应用,客户涵盖国内规模前十位的纤维素醚生产企业并获得高度认可。此三项设备的应用为国内整个纤维素行业的发展发挥了重要作用。

浙江力普咨询热线:
13806745288、
13606577969
传真:0575-83152666;
力普网站:www.zjleap.com;
E-mail:zjleap@163.Com

“党建3+”为路径 “多元融合”促发展

犀浦街道犀浦村荣获郫都区2019年度“十佳示范社区”

成都市郫都区犀浦街道犀浦村以“党建3+”为治理路径,把党建引领城乡社区发展治理与“组织建设、文化建设、服务建设”有机结合,在下沉工作力量,完善队伍力量,培育自治组织的同时,联合社会组织、大学生志愿者携手创办了“国学传承、善治民乐”社区治理品牌;“扎染培训”、“犀浦书院”、“中式插花”等社区创投项目;将曼城小区架空层打造成了居民“蜗牛小筑”、儿童“430课堂”亲子活动空间,实现了“人与环境和谐共生”的多元融合。4月初,郫都区经各街道(镇)推荐、专家评审、市民评价等程序,最后犀浦村突出重围,被授予“十佳示范社区”。

成都市郫都区犀浦街道犀浦村位于犀浦的西面,东接犀池社区,南接高新西区,西邻红光镇八圣社区,北靠红光铁门村。辖区内有西华大学、成都纺织专科等大学。成都绕城高速、317国道和成灌高铁、泰山大道、西区大道纵横全村。共有面积0.95平方千米,社区户籍人口4273人,流动人口8334人,常住人口1.1万余人。目前犀浦村设儿童活动场地1处,图书室1个,活动室1个,国学课堂一间,茶艺坊一间,大型场所1处,多功能会议室2个,日间照料中心1个。

党建引领“搭台”,联手高校“唱戏”。在党建引领城乡社区发展治理中,犀浦村以全新的文化视角审视、梳理、创新、盘活辖区内高校资源,先后与西华大学、成都纺织高等专科学校、电子科大等二十余所高校大学生联谊,孵化出了“女子十二坊”、“曼城飞舞队”、“萤火虫社工”等十余支队伍作为村文化传播骨干力量,在党建引领下,用高校现代文化与社区管理传统文化有机结合,通过优势互补,来提升辖区社区管理水平,并着力解决工作中遇到的各种问题。最后成功将宇众曼城小区闲置的架空层空间,改造升级成了“蜗牛小筑”,添置了游乐设施、休息桌椅,让居民、孩童有了休息玩耍的场地,多角度、多层次地满足了广大居民的多元需求,实现了“党员教育+亲子互动+国学经典+传统技艺传授”的四场景创建。

倾听百姓诉求,多措并举解惑。犀浦村是一个典型的城市与社区相结合的村,既有村民又有居民,例如:有1862户、近5000余人购买的是宇众曼城商品房,可购买人入住率却很低,但入住近80%的人员又都是外来迁入的住户。由于地域文化的差异、小区生活配套设施不完善,居民与物业经常发生矛盾。宇众曼城小区有三栋房屋,其中第三栋为公寓楼(4-9层为宾馆),10层以上才是居民住户。开放性的小区,居民非常担心深更半夜社会上人员进入小区,造成不安全隐患。对此,有的居民误认为宇众曼城是政府社区修建的楼盘,“就应该由社区来解决这些问题”,于是经常跑到社区办公驻地大吵大闹。犀浦村在“三固化、四包干”工作推进中,四名“两委”委员,各自按照“固化人员、固化时间、固化地点”和“宣讲政策、督导工作、解决问题、办好实事”要求,深入到小区物业了解情况,亲自进入到各住户面对面倾听诉求,想尽办法挖掘矛盾产生的结合点,并分别建立了新旧院落、少数民族住户、巾帼志愿者、曼城飞舞队、党员志愿者微信群,倾听诉求、答疑解惑。利用“居民下午茶”、居民议事会、党员大会、群众代表大会等方式收集掌握诉求实情,然后建档立册,逐一销号。

时刻为民着想,解决问题有方。犀浦村通过对广大居民的调查摸底,发现42%的业主都面临孩子放学时间与家长下班时间不对等,孩子放学后无人看管或老人无法辅导孩子作业的困境。为了减轻辖区群众给孩子辅导家庭作业负担,以及让孩子安全度过将近2个小时“管理真空”。犀浦村参考各地“430课堂”经验,依靠毗邻西华大学优势,义务免费开办了“犀浦村430课堂”,通过与各高校志愿者对接,确保了周一至周五下午16:30——18:30有一支大学生志愿者进行儿童作业辅导。犀浦村还利用架空层空间,不断丰富“430课堂”的形式、内容,为孩子创造了安全、和谐、舒适的学习环境。切实解决群众需求,增强村与居民之间的黏性,让广大市民实实在在地感受到了社区的温度、党的基层组织的温暖。除此之外,犀浦村还以国学文化宣传及形势教育为切入点,推出了“犀浦书院读书会”、“非遗进社区”、“指尖上的社区”、“中式插花”等系列群众性文化活动,来提升广大居民的文化素养和文化自信,形成了村内独有的文化风气。 (周安才)

突如其来的新冠疫情打乱了社会经济的正常运行节奏,如何化解危机,扭转颓势?
部分企业通过不同形式的营销方式,积极开展自救,危中寻机

企业的自救营销

突如其来的新冠疫情打乱了社会经济的正常运行节奏,很多行业一时之间犹如按下暂停键。

特别是线下零售、娱乐、旅游、餐饮等行业因为此次疫情遭受了重大经济损失,收入几乎呈断崖式下跌。很多中小企业承受巨大压力,如何化解危机,扭转颓势?部分企业通过不同形式的营销方式,积极开展自救,危中寻机。

“蜻蜓”大作战

作为传统企业,红蜻蜓从成立至今,运营模式都是以发展线下终端店铺为主,同时塑造品牌形象和拓展业务。因此,疫情期间,红蜻蜓分布在全国的 4000 多家门店基本处于停业状态,红蜻蜓不仅没有收入来源,每个月还要支付高额开销(工厂开支、门店租金等),企业感到压力倍增,如何危中寻机?红蜻蜓创始人钱金波决定在营销模式上做做文章。

钱金波的营销方案是:打破传统,将线下门店搬到线上去、搬到社群中。这样一来,消费者就可以依托互联网和社交软件完成交易。经过多年发展,红蜻蜓早已拥有一批忠实的消费群体,他们对红蜻蜓的品质和自身适合的款型都非常熟悉,即使无法到线下店铺试穿,无法面对面跟导购交流,也丝毫不影响交易的正常进行。

确定营销方案的大方向后,钱金波在总公司成立了“战疫指挥部”,由自己的儿子任指挥官,运用新零售思维,全力推进线上与线下的无缝衔接,包括使用钉钉召开代理商和加盟商的视频会议等。钱金波还做了另一个大胆的举措:亲自上阵在朋友圈卖鞋,在他的带动下,全公司 8000 多名员工全部参与其中,在线上以直播、微商等形式销售产品。

●红蜻蜓董事长钱金波在中国鞋文化博物馆直播

这场红蜻蜓的大规模自救活动从 2 月 8 日开始启动,至 2 月 14 日当天,其离店销售额首次突破 100 万元,虽然与平常相比,这个业绩并不算亮眼,但在如此短的时间内,能根据企业面临的问题寻求如此有效的营销方案,并立刻着手实施,这对任何一个企业来说都是很难得的能力。3 月 8 日,红蜻蜓官方旗舰店开了一场直播,直播的主角是红蜻蜓董事长钱金波,这场直播吸引了 43.53 万人次观看、点赞达 300 多万,3 家淘宝旗舰店销量同比增长 114%。通过本次直播可以看出,红蜻蜓商务时尚皮鞋正在拥抱和引领新零售时代,在直播平台赋能下持续拉进与消费者的距离。钱金波表示,自从 2018 年红蜻蜓与阿里开启全面合作,从组织到技术,从营销到销售,红蜻蜓全面数智化,使得红蜻蜓在企业运营层面,也引领了商务时尚文化。

火锅店的“三步走”

餐饮业是受此次疫情影响较为严重的行业,但有一个火锅品牌通过改变营销模式,实现单店外卖日均 300 单的业绩。该火锅店的营销方案是怎样的?

该火锅店的自救营销方案分三步:第一步是针对顾客绝大部分时间都宅在家的特点,和美团、饿了么等拥有强大流量的平台合作,推出满赠活动,以此实现线上引流的第一步。

第二步是在火锅店有了一定流量基础后,同时联合微博、淘宝、天猫等做福利活动,比如与其官微互动,即可获赠超百份火锅底料等。设置这个营销环节的目的是打通各平台流量,最大限度激活潜在消费者人群。

以该店在淘宝直播上做的深夜食堂火锅专场为例。该专场活动名字为“你点我吃”,采用直播的形式,网友在线点自己喜欢的菜式,由火锅店老板代吃,并全程和网友互动,这种“云吃播”的形式最大限度地刺激了网友的味蕾,促进了火锅店疫情结束后到店消费抵扣券的售卖,同时也让网友有了一定的心理满足。

此次深夜食堂的直播,实时观看人数突破 134 万,在提高互动体验的同时,进一步拓展了用户规模,在轻松的氛围中,塑造了积极的品牌形象。

最后一步则是联动销售。采取在各大平台推送品牌自制的底料、配料等策略,进一步实现了顾客不到店依然可以吃到同样口味火锅的愿望。

林清轩的仪式感

林清轩是上海本土化妆品品牌,针对疫情,该品牌以互联网为平台,制定了相应的营销策略:第一个核心战略叫做 all in 线上,利用钉钉+手淘、微信+小程序等渠道实现全员正常办公;第二个战略是成立内容工厂,所有人员都去做短视频、直播、图片、文章等相关内容,对产品进行花式营销。这项工作要定期考核;第三个战略是利用这个时间把所有的体系、建制都梳理出来,查漏补缺,让制度更完善。

和其他行业或品牌不同的是,林清轩特别注重仪式感,即使是利用手机或者电脑和顾客沟通,也要求女员工带妆上镜,男员工则要把头发梳理整齐,员工必须以最佳状态出现在镜头中跟顾客沟通,发送相应的产品内容,和顾客进行链接和互动。

在这样的自救营销氛围下,从 2 月 1 日到 2 月 7 日,林清轩的湖北业绩竟然比去年的有所增长,个别店甚至翻 2 倍。同时东北业绩是去年的 1 倍,大连的业绩是去年的 5 倍,这些都是在线上完成的。

服装店全员线上分销

Teenie Weenie 是一家拥有 1300 家门店的服装店,疫情期间全品牌闭店率达 80%。如果长期不能开业,提前储备的新品库存就会直接变成换季折扣商品,其直接损失很大。经过思考,Teenie Weenie 决定开展自救营销,并相应的在三大业务方向上做了调整:调整 2020 年的预算和战略,增加线上投入,加快全渠道布局,重新分配各渠道的资源,积极推动线上渠道布局;上线有赞微商城和小程序,团队以“品牌复工福利日”为主题,推出“多件多折”活动,大幅让利;借助有赞销售员功能,全力调动团队分销的积极性。通过这一办法,Teenie Weenie 将门店导购,甚至全体员工转化为线上分销团队,然后在朋友圈和社群营销领域进行线上获客、线上成交。

此次营销中,Teenie Weenie 的小程序营销带来的反响空前强烈,门店导购将线下老客户带到线上的同时,也吸引了大量新客涌入。原本预期在百万级销售规模的活动,上线 3 天就实现了 1500 万元的销售额。其中,童装订单占了本次活动销售量的 50%,这或许会成为 Teenie Weenie 疫情结束后的主力业务。

此外,还有更多企业开展了自救营销:名创优品在疫情期间开通了名为“名创优品员工内购”的小程序,用户可通过扫描线下门店店员分享的小程序码或名创优品社群中的链接,进入相应购物界面。在完成授权登录后,获得新用户折扣和裂变激励。

(易阳)

老字号尝试线上新玩法 增强顾客与品牌黏性

日前,一场别开生面的线上直播在老字号企业北京内联升鞋业有限公司(以下简称内联升)的天猫旗舰店举行。本次直播持续 3 小时,吸引了千余粉丝参与,同时还与另一家直播的老字号上海寿全斋粉丝进行了互动。

“这是我们自 2 月 25 日首次尝试网上直播售鞋以来,推出的第 8 次直播活动。目前看来效果还不错,它弥补了公司因新冠肺炎疫情影响实体店尚未正常营业的销售不足,增加了顾客黏性,尤其拉近了品牌与年轻消费者的认知和互动。”内联升副总经理程旭说。

据介绍,从 2 月 2 日起至今,内联升位于北京前门大栅栏、王府井、东四、双井的 4 家直营店一直处于暂停营业状态,但电商销售则未中断。疫情防控期间,如何创新线上销售模式、在维护老顾客的同时发展新顾客?内联升把目光盯在了眼下接受度颇高的直播上,一方面旨在提高线上销售量,另一方面将其作为员工销售培训的新途径,借此选拔培育新的销售骨干,进一步推进公司新零售业务发展。

“说实话,老字号开展线上直播的并不多。因为担心顾客流量,我们对此一直持观望态度。”程旭说,“但首次尝试,在收获了 5 笔订单以及 3000 多元收入后,增强了我们的信心。最近一个月,基本上每周都会在公司的淘宝折扣店和抖音上推出一两次直播活动。”

在程旭看来,老字号开直播,面临的问题还真不少,突出表现为不够专业、缺乏专业人员以及前期重视和投入不够等。这次因为疫情,倒逼公司推进了这方面的工作。“除了增加销售收入、圈粉新老顾客外,直播还给我们带来了另一个好处,那就是明显提高了公司的会员管理水平,相信通过一定积累,门店将不用再为客流不足而发愁了。”

据程旭介绍,近年来,为增强顾客对品牌的忠诚度,内联升推出了会员管理系统,并建有会员档案。但以前公司对会员管理不细,包括回访不及时、新品推介缺乏针对性、组织会员活动少等,在增强顾客与品牌的黏性方面存在着不足。因为直播,公司更加清晰地看到了短板和不足,并围绕此推出了新举措。

基于国内消费市场和消费行业的变化,内联升于 2011 年“触电”成立了网络销售部,积极推进线上销售。2019 年 7 月,在保持原有天猫旗舰店基础上,又在淘宝开设了以更加年轻消费者为主要目标群的官方折扣店。截至 2019 年底,内联升线上业务占全年营业额的 40%。为推进新零售和社群营销,此次疫情防控期间,内联升于 2 月扩大了公司于去年底建的企业微信功能,以门店为单位,利用企业微信功能建立会员内购微信群,定期进行产品推荐,并推出每日超值商品,更好地满足和解决顾客的需求,受欢迎程度与日俱增,不到一个月时间已累计销售 10 余万元。

“我们希望线上线下销售能各占一半,相互融合,均衡发展。”程旭这样道出了公司总体经营目标:“通过电商、直播带货和社群营销,3 月公司总营收已恢复至去年同期 1/3 水平,相信随着国内疫情得到全面控制,门店恢复营业的日子不会太久。”

据了解,尽管面对诸多困难和挑战,疫情防控期间百年老店内联升仍向武汉疫区医院捐赠了 616 双专业护士鞋,合计 16 万余元。这也是来自北京老字号企业捐赠的第一批防疫物资。

(郑建玲)

疫情加快乳品企业数字化营销

乳制品企业如何在疫情防控的同时盘活市场消费,是摆在全行业面前的重要课题。日前,创新营销思路,保障市场供应——中国乳业营销创新经验交流会以线上会议的形式召开,对后疫情时期乳品营销方式进行了探讨。

中国乳制品工业协会原理事长、国际乳品联合会中国国家委员会名誉主席宋昆冈表示,新冠肺炎疫情为乳品行业带来了两大变化:一是国人进一步加深了对乳与乳制品营养健康作用的认识,增加了消费。 二是“火”了线上销售。他指出,企业要立即转型,改变传统的分销模式,果断发展网上销售。

应该如何做好网上销售?

阿里巴巴天猫事业群大食品行业运营总监士仓介绍,要通过消费者数字化运营,打造新消费趋势。贝因美股份有限公司总经理包秀飞也表示,公司要启动数字化建设,驱动全域营销,顺应新零售发展的趋势,积极拥抱网红经济,发力社群营销、构建数字化策略。同时,企业也应抓住包括奶粉在内的母婴营养品行业嫁接数字化战略的机会,形成一个真正的产业互联,保证婴配粉市场供应。

疫情期间,很多乳企利用大数据、互联网创新了营销模式,利用社区团购及跨界营销取得了很好的效果。光明乳业股份有限公司营销中心总经理李秀坤介绍,光明乳业“宅经济”下已经从最初只是按时送货上门的简单营销模式,发展成跨业多点多线的销售战术。

北京三元食品股份有限公司副总经理张俊也指出,疫情期间,企业实现线上突围,线下承载,跨界联盟,抱团取暖,积极开展产品跨界联合促销,将牛奶与蔬菜、米、面、油等形成食品包,为消费者带去方便,并借势将“肉菜奶”组合营销方式逐步转变为常态营销。

此次疫情,使乳企对全渠道有了更深的体验,这不仅是将销售从线下转移到线上,而且还有背后的服务、沟通和信任重建。

尼尔森快速消费品研究部门乳制品行业总监牛瑛认为,基于疫情后消费市场会迅速恢复的历史启示,厂商和零售商应尽快开启三季度及四季度产销计划调整,以把握疫情后的市场机遇。企业借力电商以及 O2O 平台,加深对小型渠道特别是社区店的覆盖渗透,多元化销售渠道,抓住销售增长机会,维持品牌竞争力。同时,企业还应关注具有更强刚需/健康属性,且增长较好的低温鲜奶、纯牛奶类产品,准备好迎接疫情过后的全新机遇和挑战。

与会专家认为,后疫情时代,消费行为、消费观点、消费市场都将发生巨大变化,以数字经济为依托的互联网消费理念和消费模式愈加凸显,也让我们感受到乳制品市场营销创新充满活力,市场潜力巨大。无接触配送、网上购物,社区跨界团购、人工智能大数据等似乎是疫情期间的特殊之举,但也会成为中国未来消费的趋势,成为改变人们的生活方式、推动经济发展的动力,我国乳品市场的潜力必将被大大激发,成为促进乳制品行业发展的新动能。

(李丽红)

便民服务 收费标准:55元/行/天(13字1行)广告热线 028-66079393 QQ:769036015 VX:13308082189
地址:红星路二段 159 号成都传媒·红星国际 2 号楼 1702 室
律师提示:本刊仅为供需双方提供信息平台,所有信息均为刊登者自行提供。客户交易前请查验相关手续和证照。本刊不对所刊登信息及结果承担法律责任。

●成都红星佳灵商场开给付胜奎质保金,品牌:海天星金额 10000 元,票据遗失声明作废。
●父亲兰建与母亲李玲遗失儿子兰川出生医学证明,编号:G510495977,声明作废。
●金牛区屋头串串香店,营业执照正副本(注册号:510106601819242),税务登记证正副本(税号:510304198512195517)均遗失作废。
●金牛区雨珏服装经营部,营业执照正副本(注册号:510106602086731),税务登记证正副本(税号:510183198708162922)均遗失作废。
●成都友朋鼎诚商贸有限公司股东决定解散公司,请公司的债权人自公告之日起四十五日内到成都市金牛区五块石赛云台西一路 6 号 8 栋 3 层 2 号向公司清算组申报债权。成都友朋鼎诚商贸有限公司清算组
●青羊区德常碧盒农家小吃店个体工商户营业执照副本(统一社会信用代码:92510105MA6D981D39)遗失作废。
●成都中坤建筑工程有限公司营业执照正本、副本(统一社会信用代码:91510100MA6D05NBXE)遗失,声明作废。
●成都市正伟物业管理有限责任公司在中国银行股份有限公司成都风华苑支行的开户许可证(核准号:J6510067110301,账号:117185752784)不慎遗失,声明作废.
●成都量化派科技有限公司营业执照正本、副本(统一社会信用代码:91510108MA66ADP45B)遗失,声明作废。
●成都华视艺童教育咨询有限责任公司,营业执照正副本(统一社会信用代码 91510107MA637J0K4U)遗失作废。
●成华区静北敏日用百货经营部营业执照正本、副本(统一社会信用代码:92510108MA62XDFY9T)遗失作废。
●减资公告:经四川浩德工程技术有限公司(统一社会信用代码:915100000976740437)股东会决议决定注册资本由人民币贰仟万元减少至贰佰万元人民币。请各债权人自公告之日起 45 日内向本公司提出清偿债务或者提供债务担保的请求,逾期按相关规定处理。
●减资公告:经四川毓然韬建设工程有限公司(统一社会信用代码:91510104MA69X2XJ7K)股东会决议决定注册资本由人民币壹仟万元减少至贰佰万元人民币。请各债权人自公告之日起 45 日内向本公司提出清偿债务或者提供债务担保的请求,逾期按相关规定处理。
●减资公告:经四川荣楠服饰商贸有限公司(统一社会信用代码:91510100MA61UJRY4M)股东决定注册资本由人民币壹仟万元减少至贰拾万元人民币。请各债权人自公告之日起 45 日内向本公司提出清偿债务或者提供债务担保的请求,逾期按相关规定处理。
●金牛区拐九道小吃店遗失成都市金牛区食品药品监督管理局核发的食品经营许可证副本,核发日期:2018 年 08 月 21 日,许可证编号:JY25101060095474,声明作废。
●购房人周红川,龚怡宇,身份证号码:510181198710243817,510181198904283825,购于成都中新锦泰房地产开发有限公司洲际亚洲湾项目房号 17-1-22-06,收据号 0003664,金额 153426(大写壹拾伍万叁仟肆佰贰拾陆元),票据遗失,声明作废。
●遗失声明:李洁琅于 2020 年 04 月 06 日不慎遗失身份证件,签发日期 2011 年 12 月 02 日,证号:511025199403197661 现声明作废。
●遗失声明:本人孙艳遗失购买车位(洲际春天广场 1-2-3300)的付款收据,金额 5.5 万,编号 0013206,声明作废。
●李世星身份证遗失,证号:511023199510016528,自见报之日起不承担被人冒用而引发的一切法律责任,特此声明
●锦江区杰杰百货店遗失营业执照正副本,注册号:510104600179655,核准日期 2011 年 07 月 21 日,声明作废
注销公告
彭州市鸿鑫商务服务有限公司,注册号:510182000097293,经公司股东会决议决定注销公司,请债权债务人自公告之日起 45 日内到本公司清算组申报债权债务,逾期按相关规定处理。特此公告
●成都望宏阳商贸有限公司营业执照正、副本,统一社会信用代码:91510182MA6CE65N1C,遗失作废
●成都市金锐佳建筑劳务有限公司营业执照正本统一社会信用代码:91510100780145066W 遗失作废
●川 AA866 挂营运证遗失作废
●温江区乐尚卫浴商行营业执照正、副本统一社会信用代码 92510115MA64L3D74K,经营者:陈锦童,遗失作废
●公司名称:四川伍和劳务服务有限责任公司、开户银行:茂县农村信用合作联社羌城分社,账号:858201200000000298、支付密码器编号:0412257088,遗失,特此声明作废
●金牛区摩登饰界服装经营部 92510100L82724899C 营业执照副本遗失作废。
注销公告
成都市合升舞美设计有限公司统一社会信用代码 91510105397274535X 经股东决定注销公司,请债权债务人于本公告见报之日起 45 日内到本公司申报债权债务,特此公告。
减资公告
四川南乘建设工程有限公司统一社会信用代码 91510105MA663E7N09 经股东会决议决定减少注册资本,由人民币 1000 万元减少至 200 万元。请债权债务人于本公告见报之日起 45 日内到本公司申报债权债务。
●泸州青芊商贸有限公司在中国农业银行股份有限公司泸州国窖支行开立的开户许可证核准号 J6570002250901 账号 22166801040000375 遗失作废
●新都区永利日用品经营部营业执照正副本注册号 510125600458048 税务登记证正副本税号 513721198112170047 遗失作废
●成都浩际保温材料有限公司在中国工商银行股份有限公司成都温江支行开立的开户许可证核准号 J6510047978301 账号 4402252009100054662 遗失作废
●成都鑫源龙联贸易有限公司营业执照副本统一社会信用代码 915101063274900056 遗失作废
●成都米伊商贸有限公司营业执照正本统一社会信用代码 9151010832747788X6 遗失作废
遗失声明
胡成军身份证(证号 510922199103137455,有效期限 2018 年 1 月 26 日 -2038 年 1 月 26 日);候静(证号 510726199501170423,有效期限 2011 年 8 月 27 日 -2021 年 8 月 27 日)于 2020 年 4 月 19 日 11 时家中被盗,现声明两张身份证作废,以上身份证即日起非本人使用与本人无关。
●双流百依火锅店食品经营许可证正、副本(许可证编号:JY25101160157861)遗失,特此声明作废。
●呼梅君(身份证号 632124195807010022)购买崇州市羊马镇恒大银海湖 12 栋 1 单元 26 楼 2604 号房的购房合同原件【签约号(备案号)79421】及购房收据(2018 年 02 月 09 日、收据号 cdhdyhh0026676;2018 年 02 月 09 日、收据号 cdhdyhh0026676;2018 年 04 月 02 日、收据号 cdhdyhh18005)遗失,声明作废。
●成都泰宏物流有限公司川 AK8859 营运证号 0288088 遗失
●富德商保 310042022251 遗失
●邢琪不慎遗失成都嘉裕房地产发展有限公司开具的维修基金收据,龙泽台 53-402,票号:CDJY6811,2018-9-17 开具,金额 1962.25,声明作废。
●彭久波的第二代身份证 510311197511234819 于 2020 年 4 月 17 日遗失,声明登报之日起非本人使用造成后果与本人无关。
●遗失声明:黄承俊遗失与成都金牛区市场开发服务中心签订的合同编号:0003804、0003805、0003806!声明作废。
●深圳市万象美物业管理有限公司成都分公司青羊日月大道 978 号 2 栋二单元 619 号,杨冬梅缴纳的装修管理费收据编号:0032076 金额:962.64 元,装修保证金编号 0032075 金额:5000 元,收据遗失,声明作废。
●郫县足之秀百货店个体工商户营业执照正本(注册号:510124600353881)遗失作废
●锦江区英尼婚庆工作室营业执照副本(统一社会信用代码:510104600389140)不慎遗失,声明作废
●罗鹏的第二代身份证 510108199601042730 于 2020 年 4 月 17 日遗失,声明登报之日起非本人使用造成后果与本人无关
●卓图华 苏丙华 卓勇遗失四川首信实业有限公司开具首信红星广场 6-0-1-101 号收据一张,号 D0000614(金额 43776.85 元)声明作废。
●曹勇的第二代身份证 510823198602168957 于 2020 年 4 月 18 日遗失,声明登报之日起非本人使用造成后果与本人无关
声 明
声明人赵坤会(身份证号:510521198104028207)于 2016 年 9 月 4-6 日参加广州琶州国际会展美博会期间身份证被盗,声明人随即报案并凭当地公安机关开具的证明乘坐飞机返回成都,随后声明人在居住所在地四川省郫县公安局补办身份证并使用至今。经核查,不法分子冒用声明人被盗的身份信息于 2017 年 5 月 31 日将声明人注册为牡丹江佳虹商贸有限公司(统一社会信用代码:91231000MA19F66DX3)监事;于 2017 年 6 月 21 日冒用声明人被盗的身份信息注册为大连达仁圣建材有限公司(统一社会信用代码:91210213MA0U93YT53)股东及执行董事。为此,本人郑重声明:本人从未办理或授权办理任何与上述二公司有关的工商设立、变更登记,从未参与上述二公司的经营管理,对上述二公司并不知情,上述二公司的一切行为均与声明人无关;声明人对不发分子冒用身份信息办理工商登记的行为保留追究相关法律责任的权利。
声明人:赵坤会
二〇二〇年四月二十一日
清算公告
经股东会决议,四川古蜀茶叶副食有限公司决定解散。清算组由李跃、李庭君等人组成,请债权人自本公告之日起 45 日内,前往成都市成华区建设北路三段 65 号向我公司清算组申报债权。特此公告。联系人:李跃,电话:13508169356
2020 年 4 月 21 日
●川 AAE983 营运证遗失
●成都永智科技有限公司开户许可证(开户行:农行桐梓林支行,核准号:J6510012543402,账号:807501040008817)遗失,声明作废。
●陈文静购成都市宏誉房地产开发有限公司环球汇·天誉五区 1 栋 2 单元 318 号房收据(编号:0035162,金额:630000.00 元)遗失,声明作废。
●成都佳柯德机电设备有限公司(统一社会信用代码:915101000549376 32X)焦巍雄法人章(编号:5101095057564)遗失,声明作废。
●成华区威嗨儿美发店个体工商户营业执照(统一社会信用代码:92510108MA6CGBKB32)正副本遗失,声明作废。
●成都锐角广告传媒有限公司营业执照(注册号:5101072017189)正副本遗失,声明作废。
注销公告
成都和融投资咨询有限公司(统一社会信用代码:915101085722918785)经股东会议决定注销公司,请公司相关债权债务人于本公告见报之日起 45 日内到本公司办理相关债权债务事宜,逾期按相关规定处理。
特此公告
●遗失公告:双流黄涛红瑞和超市(统一社会信用代码:92510122MA62Q5BR6D)营业执照副本遗失作废

北京阳光国际拍卖有限公司拍卖公告
受相关单位委托,我公司于 2020 年 05 月 06 日 10:00 起至 16:00 止(不含延时周期)对以下标的进行公开网络拍卖:拍卖标的:服务器和交换机一批(H3C 系列:主要为 Cache-IDC 服务器、Cache-流媒体、LVS 服务器、监控机、核心交换机、管理交换机等);起拍价格:896.3946 万元;拍卖网址:https://zc-paimai.taobao.com;预展时间及地点:2020 年 05 月 04 日至 05 日,我公司统一组织预展,标的物所在地。有意竞买者须在竞价开始前在淘宝网阿里拍卖网络平台线上缴纳拍卖保证金 100 万元,并取得竞买资格。我公司地址:北京市海淀区阜成路 58 号新洲商务大厦 803 室;联系方式:18511886793 郭先生

北京中招国际拍卖有限公司拍卖公告
受相关单位委托,我司将于 2020 年 4 月 29 日上午 10:00 在北京市海淀区远大路 39 号 1 号楼 509 室,拍卖报废办公家具一批,买受人需负责标的所在现场的清理工作,有意者须于 2020 年 4 月 28 日 15:00 之前将竞买保证金 2 千元汇入我司账户,以到账为准。展示时间:4 月 23 日至 4 月 24 日;展示地点:标的所在地;联系人:尹先生 13301379406

●成都艾米亚家居用品有限公司开户许可证(核准号:J6510103466501,账号:021105000120010027132,开户银行:成都农村商业银行股份有限公司保和支行),遗失作废
注销公告
成都正祥房地产开发有限责任公司(注册号:5101072004849)股东会决议决定注销公司。请公司相关债权债务人于本公告见报之日起 45 日内到公司申报债权债务,特此公告。
注销公告
四川振元网络科技有限公司(统一社会信用代码:9151010034315671XJ)股东会决议决定注销公司。请公司相关债权债务人于本公告见报之日起 45 日内到公司申报债权债务
●中虹浩成集团有限公司公章(编号:5101095682803)、财务专用章(编号:5101095682804)、发票专用章(编号:5101095682805)、王小华法人章(编号:5101095682806)遗失作废
●成都艾米亚家居用品有限公司(统一社会信用代码:91510108MA6C8B6F3H)营业执照正副本遗失作废
注销公告
四川创晟利腾建渣清运有限公司(统一社会信用代码:91510106MA6C58JRXN)股东会决议决定注销公司。请公司相关债权债务人于本公告见报之日起 45 日内到公司申报债权债务
注销公告
四川君林盛大商贸有限公司(统一社会信用代码:91510100MA69XE1A2R)股东会决议决定注销公司。请公司相关债权债务人于本公告见报之日起 45 日内到公司申报债权债务
●注销公告:四川巴蜀时代工程项目管理有限公司(统一社会信用代码:915100005632580 99U)股东会决议注销公司,请公司相关债权债务人,于公告见报之日起 45 日内到公司申请债权债务。