

金科多方位践行企业的社会责任

金科集团成立于1998年,经20余年创新发展,形成了“四位一体、生态协同”的总体布局,即:精耕地产主业,做强智慧服务,做优科技产业,做实商旅康养,并在此基础上进一步整合产业链生态圈。具备强大的综合竞争力,是城市发展进程中领先的“美好生活服务商”。

金科集团以国家城市群发展战略为导向,紧密围绕“三圈一带”,即京津冀经济圈、长三角经济圈、珠三角经济圈和长江经济带,进行区域战略布局,事业遍布全国23个省、直辖市、自治区,规模快速增长,效益持续提升。公司总资产3800多亿元,员工2.5万余人,2020年销售金额突破2200亿元,销售面积超过2200万平方米(位列行业前十),社区服务签约面积近3亿平方米(位列全国前十)。地产行业综合排名第17位,连续多年跻身“中国企业500强”、“中国民营企业500强”、“中国地产品牌价值10强”。

公司在精耕地产主业的同时,着力塑造领先行业科技的智慧服务,打造以客户为中心、全国领先的智慧生活服务商;大力强化科技产业投资运营,致力于成为国内领先的以科技创新、人工智能、互联网、云计算、5G等产业类型为特色的产业投资开发、建设、孵化、运营平台;构建强大的商旅康养IP,承载多方资源,打造满足美好生活品质的复合化、提升性的体验式综合服务。通过整合产业链生态圈,扩大价值提供范围,提供高品质、多元化的美好生活产品与服务,形成生态协同的新战略格局。

公司以“美好你的生活”为使命,以高质量发展为基本思想,秉承“客户至上、价值创造”核心经营原则,全力打造“投资力、产品力、服务力”三大核心竞争力,最终达到“客户满意、股东满意、员工满意、社会满意”的多赢局面。不断创新,不断超越,向世界一流卓越企业集团奋进。

致富思源,富而思进。传递美好,专心社会责任,是金科一直以来不变的坚持。公司积极探索更完善的企业公民体系,践行更有效的社会责任,先后形成了“红太阳工程”、“精准扶贫”、“大社区志愿日”等多个系列品牌公益项目。截至2020脱贫攻坚决胜年,金科累计公益投入及直接捐赠超17亿元,向国家级贫困县投资近400亿元,拉动社会就业超20万人,累计帮助超10万个困难家庭。先后获得由国家民政部授予的“中华慈善奖”,中华全国工商业联合会、国务院扶贫开发领导小组办公室颁发的“全国‘万企帮万村’精准扶贫行动先进民营企业”荣誉称号。(白耀慧 龙柯利)

中铁八局海外公司党委“三步走” 扎实践行“开路先锋”文化理念

■ 冉佳蕊

以文化奠基石,以文化强发展,以文化兴企业,以文化启新程。立足于不断被新时代新事物浪潮冲击的市场,与时俱进地丰盈升华文化底蕴,支撑着中铁八局海外公司一次次开拓新市场,迎接新挑战。

第一步:迅速响应,组织集中学习

在中国中铁“开路先锋”文化理念系统正式发布后,海外公司党委第一时间组织学习宣贯以“四梁八柱”为主要内容的文化理念系统。机关本部于1月29日召开学习宣贯会,会上播放了《永远的开路先锋》宣传片,加深与会人员对“中国建造、铁肩担当”的企业使命的理解,明确“守正创新、行稳致远、向上向善、勇争一流”的企业核心价值观,激励全体员工为建设具有全球竞争力的世界一流综合



型建筑产业集团而努力奋斗。境外项目部于2月起陆续开展学习,确保文化理念在公司境内外单位和员工中全面覆盖、不断深入。

第二步:多措并举,文化入脑入心

为进一步丰富“开路先锋”文化理念学习宣贯形式,持续不断深化学习宣贯效果,推动

广大员工更好地理解和践行文化内涵,海外公司党委一是通过召开“三会一课”的形式,由各党支部书记领学,加深党员干部对企业文化理念的学习理解。二是通过微信公众号推送的形式,图文并茂更加生动地将企业文化理念传递至每一位员工内心深处。三是通过驻地张贴海报的形式,让文化理念潜移默化到日常工作和员工心中,时刻提醒海外员工要在工作中践行“爱国奉献、艰苦奋斗、开拓创新、勇争一流”的核心精神。

第三步:知行合一,持续学思践悟

文化落地,入心入脑,以生产经营业绩试验学习文化理念成果。“诚信为本,合和共赢”的经营理念推动打开海外公司经营工作新局面。海外公司连续三年新签合同额实现强劲增长,去年提前超额完成经营任务指标,今年3月又成功中标刚果(金)东开赛省省政府行

政大楼工程。这些成绩的取得,离不开全体员工心中厚植的“开路先锋”文化理念。他们在实际工作中,勇于跨越,追求卓越,不断加强国际化经营能力,逐步摆脱陈旧的经营模式,实现从跟随者向引领者转型。“匠心品质、精心建造”的质量理念激励海外员工不断铸造精品。菲律宾通讯铁塔项目部员工,始终秉承着奉献精品工程的坚定信念,将修建每一座铁塔当做全新的挑战,用匠心保障每一座铁塔符合施工要求及规范,完工即符合交验标准。星罗棋布的通讯铁塔是海外工程人践行“开路先锋”文化理念的真实写照。

面对新时代新篇章的发展机遇,海外公司党委更加重视企业文化建设,着力引导全体员工进一步增强文化自信,知行合一,将企业文化落实到每一项工作中,每一项工程上,为推动海外事业高质量发展不断注入新能量。

茅台之窗

牢记殷切嘱托 忠诚干净担当 喜迎建党百年 茅台集团党委理论学习中心组集中学习研讨

■ 陈仕维 王茂 朱书军

3月31日,茅台集团党委理论学习中心组开展2021年第二次集中学习,围绕“牢记殷切嘱托、忠诚干净担当、喜迎建党百年”主题进行研讨,进一步深化对习近平总书记视察贵州重要讲话精神的学习,统一思想,凝聚力量,为公司高质量发展加码赋能。

茅台集团党委书记高卫东主持学习并作主题发言,党委理论学习中心组成员李静仁、卓玛才让、高山、段建桦、万波作交流发言。

会议指出,习近平总书记多次到贵州视察,充分体现了党中央对贵州发展的高度关注、大力支持。公司全体干部员工要提高政治站位,以学习贯彻习近平总书记视察贵州重要讲话精神为主线,贯穿“两项教育”全过程,各方面,坚持做到原原本本学、全面系统学、联系实际学。要增强全面观念,统筹协调好相关工作,突出重



点、整体谋划、系统推进,圆满完成“两项教育”和建党百年庆祝活动。要强化责任担当,公司领导要带头到基层宣讲,突出重点,讲好“四史”,讲好习近平总书记视察贵州重要讲话精神,完

成好“两项教育”要求的学习任务。

会议强调,公司全体党员干部要从思想上和行动上做到对党绝对忠诚,旗帜鲜明讲政治,坚决贯彻执行中央和省党委决策部署,坚持政治方向不偏,政治立场不移,让对党忠诚成为茅台广大党员最鲜明的政治品格,让清正廉洁成为茅台政治生态最靓丽的政治底色,让勇于担当成为茅台领导干部最持久的时代品格。要围绕“双翻番、双巩固、双打造”的战略目标,坚持以高质量发展统揽全局,持之以恒推动绿色生态发展,积极助力全省经济发展和乡村振兴。要各司其职、各尽其责,努力把茅台事业发展好、维护好,共同为“十四五”开局起步贡献智慧和力量,以优异的成绩庆祝中国共产党成立100周年。

茅台酒股份公司负责同志,茅台集团党委办公室、党委组织部、党委宣传部等部门负责同志列席学习。

豹耳科技与福临门等品牌达成战略合作 打造多元化消费场景

3月26日,豹耳科技在北京分别与中粮集团旗下的福临门(米面油)、蒙牛、中粮可口可乐乐、中粮V365签订战略合作协议,福临门、蒙牛等品牌系列优质产品将正式入驻豹耳。豹耳科技也将通过此次合作批量引进高品质的粮油、奶制品、饮料等消费产品,为用户带来更多元化、个性化的购物体验。

精准营销 赋能品牌

据了解,此次与豹耳科技达成战略合作的福临门、蒙牛、中粮可口可乐等品牌持有单位,在各自的行业中都是领军企业之一。福临门、蒙牛等品牌同属中粮集团,是全球领先的全产业链粮油食品企业,在国内外市场也占据着领先优势,业务遍及全球140多个国家和地区,一直是国家小麦、玉米、油脂、大米、食糖等大宗产品贸易的主导者,是全球领先的全产业链



●豹耳科技与签约企业代表合影

粮油食品企业。

福临门致力于打造国民粮油第一品牌,通过在全国优质产区布局,来确保为消费者提供安全、健康、营养的米面油产品,为消费者提供有家就有福临门的美好体验。蒙牛是中国领先的乳制品供应商,专注于研发生产适合国人健康的乳制品,全球乳业10强。作为全球发展最为迅速的可口可乐装瓶集团之一,中粮可口可

乐在成立短短20年时间里,便成功跃入可口可乐全球十大装瓶集团之列。中粮V365系列品牌产品依托中粮全产业链优势,以中粮制造为核心,聚焦开发优质新鲜健康的产品,满足企业餐饮及大众消费者的安心食材诉求。

随着消费品市场“线上化”趋势的势不可挡,互联网营销模式也在快速迭代。其中,围绕生活场景以用户为中心的社区团购模式火爆异常。豹耳在今年也推出了全新升级“有得拼”板块,倾力打造线上线下结合、公域私域打通的新模式,加码商品拼团创新玩法。

依托豹耳数量庞大的推广员队伍,通过推广员私域流量将高性价比的爆款产品精准推送给用户,触发拼团、激活用户,实现裂变式的增长。此外,平台还通过推出品牌专场、主题促销、爆款直推、社群拼团等品牌专享活动,配合沉浸式精品视频内容种草,助力商品成单和口

碑传播。

链路合作 共生共赢

作为传统企业与整合营销服务平台的跨界联手,豹耳科技也致力于将此次合作打造行业标杆案例。

“作为立足深圳面向全国的综合营销服务平台,豹耳拥有庞大的用户群体、强大的销售渠道与信息输出能力。”豹耳科技负责人表示,在给用户提供差异化、高品质的服务和商品同时,豹耳还能为合作品牌跨界营销进行全面赋能。

目前,豹耳APP推出了“有得赚”“有得拼”“有得看”三个全新版块,可以基于合作伙伴的个性化需求,提供定制化、全场景的整合营销服务方案。豹耳通过打造沉浸式用户体验,配合自身技术团队开发的兴趣推荐模型,

进行产品和权益分发,激发转发价值潜力,能帮助合作伙伴同时实现品牌推广、产品销售、客户经营等多重目标。

签约品牌方代表也认为,依托自身在产业链、品牌、营养研发等具备的竞争优势,双方将借助数字化的大环境,强强联手深化战略合作,为消费者带来高品质高性价比的产品,打造品牌战略新蓝图。

据悉,豹耳科技未来将继续深耕精准营销领域平台,挖掘更多知名品牌合作入驻,为用户提供更多的优质好产品。同时,通过互联网+实现精准运营和营销服务,豹耳将全力赋能战略合作伙伴实现增长,拓展整合营销新边界。

未来豹耳将从信息分发、产品链路选择等方面为消费者全面赋能,升级打造多元化的消费场景,助力实现与战略合作品牌共生共赢的美好愿望。(中新网)

文明用餐 使用公筷公勺

多一双公筷 多一份安心

CIVILIZATION.HEALTH.CULTURE

文明 · 健康 · 修养

公筷公勺备一副 无忧无虑享口福

公益广告