苏作精华走进上海 吴文化发祥地探索

"百匠赋能计划"为梦远航上海特展 10 月29日起举行。主办方表示,这是苏州吴中 区积极主动融入长三角一体化发展战略、深 度对接上海,加快"沪苏同城化"步伐,推动苏 作产业蓬勃发展的一次有益探索。

人们常说,天下工艺看苏州,苏作精华在 吴中。据介绍,"苏作"因其品类齐全、工艺精 动"百匠赋能计划",弘扬工匠精神,赋予苏工

吴中区方面表示,作为吴文化发祥地,该 端,持续推进苏作工艺传承与创新,提升"江 幕仪式上, 吴中文体产业联合会、苏州工匠 设计周、木马设计、于生一中国玉雕(苏州)基 代化、时尚化、市场化需求,传承苏作精髓,不

中共苏州市吴中区委宣传部副部长、文 明办主任夏巍表示,吴中区希望以本次展览 为契机,聚力区域协作,积极推动优秀传统文 化和现代产业经济、美好生活融合发展,

梦远航上海特展展厅,主办方在精工细作、观 匠艺制作中,体悟匠心精神;走入"苏作文创" 部分,观众充分感受人文江南、苏式生活的美 学雅韵。现场,非遗主播与工匠现场直播,带 领观众线上线下体验苏式审美、感悟苏作的

启幕仪式后,非遗产业领军人物——蔡 励才聚焦"非遗赋新×设计新消费"进行主旨 演讲。他分享了以当代设计语言赋予中国传 统非遗工艺革新的可能与实践。

浙江舟山打造"绿色能源" 政企携手探寻产业新机遇

业,为石化园区及拓展区供应绿氢,提高 氢能在石化园区生产、运输、供电、供热

面对全球石化和新能源领域知名企 业代表,中国(浙江)自由贸易试验区(以 下简称:浙江自贸区)舟山管委会副主任 夏文忠 10 月 29 日介绍了舟山油气产业

作为第四届世界油商大会暨大宗商 品投资贸易推广月的系列活动之一,当 天,由舟山市投资促进中心、中共舟山市 委人才工作领导小组办公室承办的舟山 市石化和新能源产业对接会在浙江舟山 举行,企业高管、专家学者等30余人与 会,共同探讨石化和新能源产业创新发

能源革命之下向绿色变革

2017年4月1日,选址舟山的浙江

面的对接会成为一座重要桥梁。

对接会数据透露:2020年浙江自贸 区共实现原油、成品油、保税燃料油等大 "以变应变": 宗商品交易额 6550 亿元,其中油品交易 额 5200 亿元。服务海事方面,2020 年供



油量突破 472 万吨、结算量 848.88 万吨,

气全产业链的竞争力?这一场政企面对 复合材料等,努力为舟山及浙江绿色环 保产业提供支撑。

大变局下走独特路径

电、海上光伏、海洋能发电、储能设备)、氢 出路。 能源等产业发展。

以六横岛为例,该岛是黄金海岸线 此次对接会聚焦石化和新能源主 与长江水道交汇枢纽, 也是中国南北航 增长45%, 舟山港跃升为全国第一、全球 题,除了推介舟山绿色石化基地投资环 线中间点,资源禀赋突出、能源产业基础 境、舟山石化及新材料重点区块投资环 雄厚。舟山群岛新区六横管委会副主任 在油气全产业链变革中,绿色元素 境等,当地还拿出人才新政,期冀通过引 吕辉说,"十四五"时期,当地以"海上能

换示范区",同时以科技和政策创新为驱 各方都能集思广益、畅所欲言,共同寻求 动,加快推动 LNG、可再生能源(海上风 "碳达峰、碳中和"背景下石化产业发展

电子商务如何在电力企业物资管理中运用自如

底,导致工作效率非常低下。随着计算机的 也很简单,怎么找到优质的客户。 广泛使用,互联网的大范围使用,2020年,

信息化是建立在计算机技术、数字化 技术和网络技术等先进技术基础上产生 的。信息化使我们以更快更便捷的方式获

随着互联网在人们生活中广泛、普遍 消费者的网上购物,商户之间的网上交易 情。

国能集团公司逐步进行了企业资源计划 社会信息化两大趋势共同影响的结果。电子 供有力保障。 (ERP)的实施,新型的电子商务模式在电 商务强烈地影响着完美的生活,加快着世界

采购中的作用

在电子商务中充分实现了模块化、标 下单,整个集团无需重复寻源,共享采购成 6、通过电子商务的广泛使用,大量的 司)

我们提供了非常有效的交往手段,实现了 注自己的工作,即让专业的人干专业的事

了我们的生活当中,逐渐形成了一种类似 标准化水平。提报的计划严格按照规范使 于壁垒般的东西,我们想从这些信息中找 用范本,杜绝采购文件存在的"隐性壁 到有价值的信息难度也就越来越大。都说 垒"、"高门槛"和"量身定制"的情况。 沟通,传真核查,见面洽谈等方式与供应商 互联网极大地磨平了人们之间的信息差, 着重实现物资计划、采购和库存的全流程 户提供更周到、更多的服务,先进的物流企 定,一致抬高或压低投标报价进行投标, 和厂家完成物资采购流程。其间的订单核 但随之而来的却是越来越难以逾越的信息 管理,通过规范物资管理业务流程,提高 业具有对物流全程监控能力,通过先进的 通过限竞争,排挤其他投标人,使某个利 查、合同签订,工期安排、物流追踪,产品入 壁垒。我们在生活中,往往既充当着买家也 物资采购工作效率,降低库存资金,物 通讯技术和信息技术加强对在途货物的监 益相关者中标,从而谋取利益的手段和行 库、清单结算都要由采购人员一竿子插到 充当着卖家的角色,所以我们面临的问题 资业务与财务实时集成,实现账实一致, 控,及时发现配送过程中的意外事故,将顾 为,做到公平公正公开。避免出现不正当 电子商务的产生是世界经济全球化与 作、强化供应链管理,为企业生产经营提 按照正确的数量、质量和状态送到正确的 c、分析库存 SKU 数据,以利润最大化

> 经济结构的调整与重组。它对我们的经济生 层单位提报的采购计划进行集中管理,尤 过程所耗费的总成本最小。 活方式、商务运作过程和方法产生了巨大影 其是大宗物资和贵重物品的采购,由总部 5、让物资采购更安全,电子商务的供 采购的公开透明,提高效率,降低成本;另 电子商务在电力企业物资 审核,统一评估,提高供应商质量,实现物 全;CA认证中心保证了整个供应链的安全 成化、业务流程合理化、物流监控动态化、 议,基层单位根据框架协议按需向供应商 可查。

实现业务规范化、制度化、公开透明化运 客所需的正确的产品,能够在正确的时间, 竞争。 2、完成商务平台集中采购管理,将基 高物流效益。使物流系统合理化,并使这一 成本,减少积压占用的流动资金。

资的集中采购管理,与供应商签订框架协 运作,让每个运作都准确,规范,做到有证 管理改善持续化。

3、多种采购方式灵活选择,根据采购 大数据管理,让物资采购管理更上一层楼。

点和信息网络上具有资源优势,可以为客 似度关联等方式,找出投标人之间相互约

地点,减少社会物流过程中的重复劳动,提 为目标来定价和清理库存,降低企业生产

统一收集采购需求,集中寻源,提高一家优 应商客户管理,保证了供应商的质量,支付 一方面适应了企业资源计划(ERP)管理发 势,统一管理供应商资源,统一维护,统一 系统的使用与监控,保证了企业的资金安 展需要,实现信息数据标准化,系统运行集

(作者单位:国能成都金堂发电有限公

红光金仪社区:完善老旧小区服务治理让居民生活有"温度"

四川成都市郫都区红光街道金仪社 员包楼栋住户的"四级"治理体系。三是培 一片蓝天"的决定。今年来,在街道党工委、 入到各小区、各楼栋、各住户走访调查,收 的人工 24 小时值守,彻底解决车辆拥堵 个出口、住有居民 25000 余人。"环境'脏'、 群众认可"的工作要求,强力打造"党建引 技术人员,深入到各街巷、各楼层、各住户, 商家座谈会、居民坝坝会 3 场,发动 300 多 元。 秩序'乱'、设施'差'、品位'低'"是该小区 领'红管家';服务居民'好管家'";"小区治 按计划、按节点、按目标、有序地进行清理、 家商家和居民自筹资金70余万元,为菜市 的显著特征。在老旧小区推行"四有一化"理'严管家'"三支队伍,切实将个人素质 拆除,并重新布网,将所有过街网线一律实 场治理和提档升级获得了资金保障。三是 改造排污水沟解民忧 建设中,社区党委充分发挥基层党组织的 高、整治觉悟强、群众基础好、服务意识 行统一捆绑,并在捆绑中间统一吊上"限高 建立长效机制。社区定期组织召开环境治 政治引领作用,通过与居民小区"共建美好 到位、自我要求严格、有责任心、有正义 4米"小黄牌。让居民倍感压抑的"蜘蛛网" 理重点、难点分析会,设立了城市管理队 果"的有机融合,小区自治、人居环境、管理 事的、有一技之长的居民,挖掘到社区为 患得以消除。 机制、社会秩序、文明风尚等生活共同体和 民服务, 让"红色细胞"分布在辖区各个 小区形象得到了大幅度的改善,居民生活 角落,实现小区网格管理全覆盖,党员联 规范市场管理利百姓 的获得感、幸福感、安全感得到了大幅度的系无死角。

完善各级组织强管理

金仪社区党委在老旧小区推行"四有 来了诸多方便,但网线乱拉乱牵乱搭现象 这种情况,社区"两委"做出了规范市场管 会、居民代表先后召开商讨会5次,做出了 了清掏和改造。"排污沟堵塞问题的解决消 一化"建设中,把建立和完善各级组织作为 却给居家生活的老百姓的安全带来了隐 理的决定。一是进行广泛宣传。社区组织志 "补齐短板,优化功能,切实解决好群众最 除了老旧小区'五大隐患':防止了居民违 重要抓手,一是完善各级组织。在8个小区 患。金仪社区有29条背街小巷,网线随意 愿者、退役军人、网格员30人,深入到7 关心、最直接、最现实的车辆拥堵难题"的 规乱搭乱建,实现了燃气管道覆盖保护,杜 成立了联建党支部、党员服务队、退休老人 安装、随意拉牵、随意搭线、随意捆绑,网线 条街巷,向300多家店铺、摊位介绍和讲解 决定。在原有9个车辆进出口的基础上,新 绝了商住户乱拉乱接行为,消除了餐饮后 劝导队、小区管理城管小分队、多功能中心 从这一条街横牵到另一条街随处可见,导 菜市场环境整治的重要意义和具体要求, 增加2个车辆进出口,分流车辆高峰期拥 厨用火安全隐患,清除了店铺房前屋后易 党员 e 家等治理组织 5 个。二是建立"四 致"蜘蛛网"满天织、"天罗地网"满街布、网 发放菜市场整治宣传单 2000 多份。二是深 堵现象。同时,使用互联网+、移动支付、大 燃物的隐患。"社区党委书记胡用军这样说 级"管理体系。实施社区"两委"干部包片 线满街窜。针对这一现象,社区"两委"干 入发动群众。社区党委组织党员骨干、居民 数据等技术手段,将小区所有出入道口改 道。 区、小区党支部包小组、党员包街巷、网格 部,做出了彻底"拆除'天罗地网',还百姓 代表、社会志愿者、小区劝导队 20余人,深 造成智能化道闸,淘汰反应慢、收费时间长

发形成的临时菜市场,随着城市的不断发

金土巷菜市是金仪安置小区内居民自

定责的市场管理机制。

提档升级道闸解民怨

区,拥有7个居民老旧小区、29条街道、27 育小区治理"红色细胞"。按照"治理到位, 办事处的支持下,社区组织电信公司相关 集民情民意,共征集到整治建议6条。召开 "顽疾",节约道口人工值守成本费60多万

金仪安置小区由于建成年代久远,建 家园、共商小区发展治理、共享社区发展成 感、愿意为群众办事、有能力为居民办成 得到了彻底根治,网线乱搭乱牵的安全隐 伍,招聘了卫生保洁清扫人员,对辖区街巷 设标准较低,所有小区不同程度出现基础 道路实行常态化保洁,实行了定人、定岗、 设施老化、配套设施缺损、道路及排污管网 年久失修、雨天内涝等诸多问题,严重影响 小区居民的日常生活。为了彻底解决排污 沟堵塞问题,自去年5月以来,经社区党委 提议,通过发动居民广泛参与,利用社区资 每当早晚下班高峰期,金仪社区安置 金及居民自筹捐工,对堵塞较为严重的金 展,居民数量不断增加,越来越多的商家入 小区出入车辆拥堵现象极为严重。针对这 怡巷、隆府北巷、隆府南巷、金土巷、金鑫 网络信息全覆盖,虽然给百姓生活带 驻该市场,环境卫生差、安全隐患多,鉴于 一情况,社区"两委"组织居民小组长、议事 巷、广仪巷、金隆巷约700余米排污沟进行

(街道党群办供稿)

云服云商:砍掉白牌市场中间商

作为一家新生企业, 云服云商的运 思索品牌发展方向和路径。2020年二季 度,云服云商正式投入运营,一年半时间 里营收近2亿元,并获得了三轮融资,云 服云商靠的是什么?

是随着中国城镇化效率的走低, 开设新 商场的频次和数量也在降低,品牌增量 空间有限。同时,品牌的设计优势也逐渐 减弱,再加上电商直播等新渠道不断渗

决方案是, 打通服装工厂和终端店铺之 而提升了客户的经营利润。

过程,从销售产品到提供服务,到树立品

营销中的"红与黑'



散的零售门店连接起来,提升交易链条

商提供了这种模式更为高阶的玩法—— 源和人气,而云服云商则可以获得用户 能不能成功在白牌市场掘金成了云 并进行针对式推荐,选品的精准度、售罄 服云商思考的问题,云服云商想到的解 率远高于用户自己浏览的静默下单,从 设上不断发力,一方面,通过大数据管 以在更多城市进行推广和复制。

有利润就会产生持续复购率,平台 化为标准程序持续推广,平台上多家头 轮效应又能进一步推进选款的精准度。 伴推广,为平台有效拉新。 如此一来,就可以形成良性循环——越 复购、数据越充分,选款精准度越高,复 仓储中转 购购就越高,最终形成良性循环,建立起

间的信息壁垒去掉中间环节,从工厂直

营销 4.0 时代 车企营销蜕变

在"新四化"迎面而来的大背景下, 车年度重点新车小鹏 P5 量身打造的超 睐。

过内容营销增加品牌流量,更要通过更 斯莱斯大中华区发布了一则试驾视频, 定制就是最大改变之一。

升维,既创造出了更多的可能性,也带来 总曝光量突破4亿,发布会直播总观看

精准更直接更有效的策略与营销手段抢 视频中邀请了木木美术馆创始人林瀚、

之词接踵而至——"一哥就是一哥! 红旗 方微博关闭了评论功能。

配奥运冠军很搭!"、"不让外国品牌独



的思维转变息息相关。同时,产品力与价据显示,2019年12月至2020年12月,

前红旗的旗舰级车型,无论是外在的设 75%,内容评论量上升 170%,日益成熟

代。中国汽车市场也恰好经历了类似的 计做工,还是内在的技术含量,都丝毫不 的用户向汽车品牌提出更加多样化、更 论》里提及的观点,在汽车"代步"这一基

超级产品、超级福利、超级效果5大维 销思维逻辑已经很难打动新一代消费群

体验等模式的日益成熟,车企不仅要通 最近的一波操作则稳稳"入坑"。近日,劳 权,车企营销模式亟需升维式改变,个性 祎表示,"随着互联网技术的快速发展,

'产品+生态'的竞争,三个生态包括能源 情史、炫富、政治立场等问题,口碑不佳。 五菱宏光 MINIEV 敞篷版、欧拉朋克猫、 群体的独特喜好,更是一种符号和象征,

生态、智能出行、营销服务生态。"广汽 这也让不少劳斯莱斯车主感觉受到了冒 赛博坦克300等个性化车型受到广泛关 一款定制车型往往在某种程度上为对应

埃安新能源汽车有限公司副总经理席忠 犯,甚至连王思聪都站出来表示"突然感 注,也成为了自媒体和网红争相追捧的 品牌赋能。如每年车展上都能看到各种

民认为。可见,营销已经成为车企的重要 觉RR很low,以后不会买了"。10月14 对象;新红旗H9+定制版车型开启预定, 奔驰G级越野车和商务车在定制的加

品牌。就在东京奥运会结束之际,一汽集 莱斯汽车大中华区认真对待这次事件, 弹"多款定制版车型,获得良好的市场反 去年,一汽-大众相继推出了高尔夫8黑

团宣布为奥运健儿代表赠送红旗 H9。此 诚恳聆听大家的反馈,决定将视频下线。 应。随后,随后,一汽-大众奥迪宣布,到 武士版和奥迪 A3 王一博联名版官方定

举一出,立即引爆了各大社交媒体,赞誉 而且为了防止事情的发酵,劳斯莱斯官 今年底个性化定制服务将覆盖一汽-大 制化车型试水,取得了良好的市场反应,

美,红旗这波操作溜!"媒体人卢山认 年代!"美国爱达荷大学商学院 Jeffrey 定制最多可提供 10 万种搭配方案。无 化相结合的汽车产品显现出极大的潜

一汽红旗可谓是今年最懂"借时"的 则微博,称作为一个负责任的品牌,劳斯 是推出旅装炮、越野炮、黑弹等"五炮三 合定制的基础版车型也得到极大带动。

占置换用户资源,提升销量,实现销量与 "网红"晚晚夫妻,由此引发大批吃瓜群 迈凯伦等顶级豪车圈。如今,个性定制已 模式变革。"

流量的双增量。"产品的竞争会变成一个 众的抨击。因晚晚夫妻此前曾因为混乱 经走入寻常百姓家。今年上海车展期间,

随着汽车新零售、直播直销、沉浸式 相比上述两个成功案例,劳斯莱斯 上体现优势,抢占消费群体变革的话语 中国汽车工业协会行业发展部主任张隽

则更擅长"借势"。不久前,快手为小鹏汽 略与差异化的产品竞争力赢得用户青 化需求

值感和"冠军奖励"相当,红旗 H9 作为目 内容阅读量上升 56%,内容分享量上升 数的利基市场。向上和多元将为中国车

具品质、更加严苛的诉求;而汽车品牌则

同样,作为新势力中的佼佼者,小鹏 需要洞察用户需求,做出精细化运营策 崩离析,演化更多小众需求或者说个性

人。据了解,快手从超级平台、超级流量、 转变和年轻消费群体的崛起,固有的营 采购和生产等环节的数据交互适配已经

体。想要找到新的市场增量,在新的赛道

日晚, 劳斯莱斯汽车官方微博发布了一 首批 100 辆订单被抢购一空; 长城炮更 持下,能够卖出极高的品牌溢价,同时适

"这是一个情绪价值被快速放大的 到线下、从基础配备到个性表达的全面 性化消费需求的牵动下,个性化与定制



和店铺端直接产生链接的交易平台,把 店上货决策者引流至云服云商平台。这 云商,由他们进行质检和二次包装之后发 效率的同时,也抓住了服装行业的核心 度,还要真正把握性价比,做好服装的组

沟通、及时响应,确保公司运营策略始终

个模式被云服云商称为"买手制",其旗 给不同的客户。中转仓处于快速流转的状 下的买手不但要有足够强的时尚敏感 态,所以成本相对可控。目前云服云商在

角色相当于工厂的代运营。"

鲁鹏飞说,成功进驻的买手将帮助 现货品瑕疵、发货不及时、产品和样衣不

与此同时, 云服云商也在数字化建 履约环节管控,鲁鹏飞觉得,这种模式可

几年前,车型定制还停留在法拉利、 能情感交互和线下体验互动相结合的新

众奥迪旗下全部国产车型,实现从线上 甚至出现加价购买的现象。这表示,在个

因此得以充分积累数据,数据驱动的车 部客户主动将原创个性化内容向业内伙

这也对云服云商提出更高要求:结 个方面:一是为 VIP 用户提供门店培训、 算售后、平台功能、货品需求都要能快速 陈列技巧、导购话术等付费增值服务,这 实现直接营销; 土味营销结合渠道下沉融入 项服务每年的购买费用是2000元,这部 生活;国潮营销向科技、时尚的拓展与联合 分客户目前占比 10%; 二是每笔订单收 取 10 个点的服务费。 在论坛上,中国商务广告协会会长李西 在服装行业,绝大多数工厂并不具备 沙表示,营销要摒弃喊口号,回归到尊重人的

把货品整合起来,装好吊牌,做好质检再 本原,内容营销是倡导一种生活方式,是以人 为中心,为人服务的。面对市场和消费者的变 迪思传媒创始人、董事长,中国国际公共 关系协会常务理事黄小川提到, 当下内容营 销正面临困境, 亟需以大数据和数字化技术 来还将在全国各地设置中间配送体系,在 为核心驱动力,激发内容新势能,提升认知和 "每个买手管理几十家工厂资源,其 鲁鹏飞看来,这是行业刚需。 "种草"能力,并在触点过程中找到匹配的区

代替工厂履约的过程中, 会不会出

"从另一个维度看,个性定制也是车

出,IP与品牌、用户的关系已不止局限于观 看认知,品牌的增长更来自于不断加强的正 向消费者关系,从内容营销到私域沉淀再到 销售转化,引领企业全链路升级。 (吴涛)

长治石油打出组合拳

括营销在内的价值。相信人工智能的意义不

是改变和替代,而是与人类一起共建美好世

上下同心,尽锐出战,确保宣传高效、推广到 位,实现9月30日潞州区8个站顺利上市销

95"前期宣传,长治石油立足全体员工,充分 的亲朋好友宣传推广,加油站员工则将宣传 资料转发至自己亲戚群、同学群、朋友群、老 乡群、拼车群等社会群,连续转发5天。朗朗 上口的文字、入脑入心的视频快速传播,确保

了"爱跑95"上市前宣传效果。 范围,长治石油联手"抖音"平台中当地火爆 的"网红"拍摄"爱跑 95"宣传短视频,5 天播 放量高达35.8万人,收到意想不到的效果 有抖音账号的员工也纷纷效仿, 在自己的抖

新闻报道唱响"主旋律"。9月29日,在 《长治日报》进行了专题官传。报道指出,"爱 跑"品牌汽油作为中国石化利用自己的核心 技术,自主研发的一种高科技、高清洁、更环 保和高品质汽油,在长治地区的推出,将更有 助于环境空气质量的持续改善,同时也充分 彰显了中国石化高度重视环保, 把高质量发

展带给长治、把绿水青山留给长治的企业责 立体展示下活"一盘棋"。加油站作为"爱 跑95"销售的主阵地,长治石油围绕"爱跑 95"在加油站作了立体展示。在每个站都设置 了印有"爱跑"标识的大型道旗,悬挂了"推动 绿色发展,建设美丽长治"的宣传标语,陈列 了普通汽油和"爱跑汽油"对比油样,向进站 客户发放宣传彩页,进一步营造了浓厚的"爱 跑 95"消费氛围。

(曹方 杜泽鹏)

公司印章缴销回执(编号: 」 02100821600),不慎遗失,声 5101150028201)遗失作废 ●新都区郁君日用品经营部营 业执照(注册号:5101256002 务人自本 公司营业执照副本统一社会信 司 用代码 91510125MA6AD5K25X 址: 5万元。请债权债务人自 告见报之日起 45 日内到本 | 106310066887)遗失作废。| 10631006887)。 106310065109326T) 经股东会 | 1063100600281958 | 1063100655109326T) | 1063100 正本遗失作废。 武江区星月灯饰经营 ● 川 AW5168 运输证:510112 颐(注册号:510104) ● 向2865 遗失作废 ● 唐娜不慎遗失成都西源投资 理有限公司开具的收据一份,收 有限/2 记录、正程有限公司 存 1 9 元 1 号高档收据,收据 2020 年 11 月 21 日,收款金额为 请本经4354251)正副本不 1 单元 1 号商销收据,收据 2020 年 11 月 21 日,收款金额为 请本经4354251)正副本不 1 年 1 号商销收据,收据 2000 元 (大写:武万元整)人民 7 969592.00 元,特此声明作废