

《MYART(玛雅)全球区块链文化艺术品流通生态》项目在成都发布

为艺术品流通生态提供全方位的技术服务改变和优化艺术品的产业生态

■ 本报记者 何沙洲

5月19日,成都阳光灿烂,由四川艺览芳华文化科技有限公司与菌株文化科技(北京)有限公司主办的“MYART(玛雅)全球区块链文化艺术品流通生态”项目推进会,在成都阿玛尼艺术公寓举行。会议引起了美国、尼泊尔、阿尔巴尼亚、白俄罗斯、韩国、泰国、香港等多个国家和地区的重视,以及泰中艺术家联合会、中奥文化交流中心、香港华侨华人总商会等世界各地的著名文化经贸机构,香港文联、美协、书协,中央美院,中国美院等知名的艺术机构、院校的积极响应。

为了贯彻落实习近平总书记在建党十九大报告中提出的,要坚定文化自信,推动文化事业和文化产业发展,满足人民过上美好生活的新时代,让人民精神文化生活不断迈上新台阶,成为我们党领导全面建成小康社会的一个重要任务。此次发布的Myart(玛雅)项目秉持思想创新、技术创新、科学发展的宗旨,以区块链为底层技术,综合人工智能、大数据、云计算、物联网等前沿科技,切实解决艺术品市场权属、真伪、信任、公开透明、交易流通等一系列问题。Myart生态系统,使文化艺术更加贴近百姓、贴近生活,人们可以广泛参与文化建设、交流、传播,使文化艺术更加便捷地走进千家万户,满足人们的精神需求,让人们的生活更美好。

对于召开这次Myart(玛雅)项目新闻发布会暨项目推进会,主办公司董事长林少杰表示,文化艺术已经是国家战略的重要组成部分,是全面建设小康社会的重要内容,企业



●项目负责人介绍Myart(玛雅)

必须顺势而为。

尼泊尔前总理佳腊·纳特·卡拉纳在发布会上致辞,他对这一盛举表示赞赏,对Myart(玛雅)项目的建设表示期待,他说各民族的文化艺术可以通过这个平台进行交流、学习、借鉴、融合,对于增进了解,增强互信,尊重文化具有重要意义。

泰中艺术家联合会会长和泰中经济贸易交流中心总裁蔡义批阁下认为,Myart(玛雅)架起了各国之间文化艺术流通的桥梁,可以推动各民族的文化艺术的尊重和认同,增进友谊和互信,有着积极的意义。

四川省文化厅周思源厅长到会发表讲话,周厅长说,文化艺术是人民幸福重要的精神财富,科学技术要秉持客观、科学、专业的态度,不断赋予新的时代内涵和现代表达形式,不断补充、拓展、完善,使之成为有利于解

决现实问题,有利于助推社会发展,有利于弘扬民族精神和时代精神。

中央美术学院艺术管理与教育学院院长、中国文化艺术协会艺术产业园区专业委员会会长、中国艺术产业园区联盟余丁主席,就文化艺术品的市场存在的问题和解决思路,提出了建设性的意见和建议,从学术上指出如何根据艺术品本身的特点和市场规律,结合与应用先进的科学技术,解决艺术品流通生态的问题。

全球区块链技术专家姚博士,分享了当前全球区块链技术的发展和应用状况,肯定了Myart(玛雅)文化艺术品流通生态可以很好的解决区块链应用场景,改变和优化整个艺术品的产业生态。

北京华力必维科技股份有限公司董事长李晟,介绍了全球艺术品的鉴定技术发展和



●玛雅项目光球启动仪式

存在的问题,肯定了区块链技术对于艺术品的鉴定有着很好的补充和完善。

投融资代表、上海海瀚投资集团董事局副主席金伟对于当前的投资风控和投资发展方向做了介绍,认为如果区块链技术确实找到应用场景,并且能够解决实际问题,将具有重大的市场价值。

Myart(玛雅)致力于打造全球文化艺术品流通生态,彰显各民族的文化艺术魅力,推动全球文化艺术产业发展,为艺术品流通生态提供全方位的技术服务,力争实现这一具有时代意义的重大突破。

本次新闻发布会暨项目推进会,还有来自全国实业家,主流媒体的代表100多人参加,会议得到了四川省市相关部门的支持。100多位代表见证了玛雅项目光球启动仪式。



CCTV“国家品牌计划”理事会组织近30家品牌企业聚首茅台共商品牌发展大计

5月17日,央视“国家品牌计划”发展与创新理事会成员单位交流会议在茅台举行。云南白药、郎酒集团、双汇、中国联通、格力电器、蓝月亮、广汽传祺等知名品牌企业齐聚赤水河畔,共商中国品牌发展大计。

“来茅台,让我感到不虚此行”

“来茅台,让我感到不虚此行!”5月17日,一位企业家这样表示,“茅台让我们看到了中国品牌企业的成功秘诀”。

“我们愿同在座各位,乃至所有的中国企业一道,广泛交流、务实合作,共同将民族品牌做精做优,为中国实现现代化强国和中华民族伟大复兴的中国梦贡献力量。”茅台集团党委书记、董事长、总经理李保芳也给来访者以热切回应。

会议由茅台集团党委副书记、纪委书记赵书跃主持。受贵州省委常委、省委宣传部部长慕德贵委托,贵州省委宣传部副部长、省网信办主任谢念出席会议并讲话。

中央电视台广告经营管理中心主任任学安代表央视致辞。

商务部研究院外资所所长马宇、茅台集团总工程师王莉给与会者分别做了题为《新时代背景下企业走出去所面临的 brand 核心竞争力》《茅台故事与茅台力量》的演讲。

谢念:要通过宣传品牌提升形象

“今天在这里开展交流活动,具有十分特殊的意义。”谢念指出,数十年来,茅台集团筚路蓝缕,披荆斩棘,从一个生产规模仅数十吨的作坊式企业发展为名高望重、具有强大竞争力的全球企业,跨越为全国最具品牌价值的民族工艺企业之一,连续多年在WPP、华通明略、《福布斯》、《金融时报》等各种国际榜单中占据榜首。“茅台这一品牌,凝聚‘天人合一’的神妙酿酒工艺,与共和国共沧桑,与民族工艺产业共进步,更是践行和见证了贵州的品牌成长和高质量发展之路。”

“在茅台的示范带动和引领下,全省优势品牌、强势品牌的吸引能力不断增强,‘多彩贵州’正逐渐成为优质产品的靓丽‘条形码’。”谢念强调。

谢念指出,“今后,贵州将在打造特色品牌、品牌质量建设、树立标杆示范、支持品牌企业等方面久久为功,通过培育品牌提升质量效益、创建品牌延长产业链经济链、宣传品牌提振贵州形象,通过产业扶贫、品牌扶贫助力脱贫攻坚。”

“我们学习中央电视台做法,组织省内媒体从2017年8月起,以每年投入2.2亿元、四年共8.8亿元的媒体资源刊播特色农产品免费广告。”谢念表示,省委宣传部、省委网信办将不断加大力度,推动各媒体成为贵州品牌的培育者、传播者和成就者。



谢念最后呼吁,“请中央广播电视总台和‘国家品牌计划’发展与创新理事会成员单位一如既往地给予关心支持,指导帮助贵州深化品牌建设,持续高质量发展,创造高品质生活。”

李保芳:牢牢把握中国品牌走向世界的战略机遇

“央视推出‘国家品牌计划’,助力中国品牌企业参与全球商业竞争,得到国内知名企业积极响应。这对全面提升中国企业、中国品牌的含金量和全球影响力,具有十分重要的意义。”茅台集团党委书记、董事长、总经理,CCTV“国家品牌计划”理事会首任理事长李保芳在讲话中这样评价。

据介绍,2017年,经国务院批准,有关方面确定5月10日为“中国品牌日”。2017年7月10日,央视在牡丹江举办国家品牌高峰论坛,发布了“国家品牌计划牡丹江倡议”。

一年来,“国家品牌计划”全体成员都在积极努力,深入贯彻习近平总书记“推动中国制造向中国创造转变、中国速度向中国质量转变、中国产品向中国品牌转变”重要指示精神,充分发挥榜样示范作用,努力培育具有全球竞争力的世界一流品牌,做强做优做大中国企业,李保芳指出,“我们欣喜地看到,越来越多的中国品牌脱颖而出,越来越多的中国企业走向世界。”

“过去一年,茅台持续保持了稳中向好的发展态势,各项经济指标大幅增长,品牌价值进一步提升,全球影响力越来越强,这与我们加入‘国家品牌计划’、与在座各位和社会各界的大力支持和关心是分不开的。”李保芳诚恳表示。

“我曾问过很多人,茅台现在供需矛盾突出,不愁卖,还需不需要在央视做推介?”针对公众的关切,李保芳给的答案是:“回答是肯

定的。因为做了这么多年,特别是在黄金时间,受众广泛。所以,茅台会坚定不移支持和参加,坚持不懈做下去。”

谈到未来,李保芳表达了三个观点。
第一,要时刻听从新时代伟大梦想的历史召唤

振兴实体经济的关键,在于创新与品牌。当前来看,中国企业创新能力正在不断提升、共享经济引领全球。国家品牌集体发力的背后,知识产权强国的时代步伐不断加快,创新驱动战略的国家意志持续发力,供给侧结构性改革有序推进。

品牌作为转变经济增长方式、提高经济增长质量的重要一环,在新时代发展中正在发挥重要作用。新时代国家品牌正在为中国梦注入强大的正能量。

第二,要牢牢把握中国品牌走向世界的战略机遇

以世界的眼光看,中国品牌成长滞后于经济增长,在全球知名品牌阵营占比还落后于很多发达国家;部分产品缺乏核心技术和品牌优势,在全球价值链中处于中低端。中国品牌走向世界正迎来前所未有的战略机遇期。

茅台作为伴随着新中国一起成长起来的国有企业,正紧跟深化改革的步伐,积极融入“一带一路”倡议,抢抓“中国品牌、世界共享”的战略机遇,分享民族品牌“走出去”的政策红利,成为最大受益者。截至目前,茅台已拥有海外经销商104家,遍及五大洲66个国家和地区及全球重要免税口岸,“让世界爱上茅台,让茅台香飘世界”已经成为茅台发展的一个新方位。我们将紧跟国家战略做规划,围绕文化融合做布局,贴近海外市场定措施,统筹国内外市场作安排,坚定不移扩大海外市场,走出国门、走向世界。

第三,要正确处理好“三组关系”,努力成为国家品牌建设的排头兵

一是处理好“传承”与“创新”的关系。创新是活力之源,传承是血脉之基。没有创新,企业就是无源之死水;没有传承,企业就是无根之浮萍。茅台作为典型传统工业企业的代表,处理好传承与创新的关系,显得尤为重要。

在大数据、互联网、人工智能风靡全球的今天,应当把新兴科技产业与工匠精神深度融合,既要大胆开展工作、锐意进取,也要保持工作的稳定性和连续性;既要善用新思维、新手段、新技术,也要保护弘扬中华优秀传统文化,延续中华文化历史文脉,保护好前人留下的文化遗产;既要坚持创新驱动发展,积极探索、广为借鉴,努力在包装、物流、营销等环节,采用高科技、新模式,抢占一席之地,又要留住产品特有的文化属性、品质属性、工艺属性等“基因”,在生产工艺、传统文化等方面留足自己的发展空间,做到既学人之长又扬己所长,既增其新制又守其旧制,既拥抱未来又不失本来,使企业得以在创新与传承中协调发展、不断前进。

二是处理好“做产品”与“讲故事”的关系。每一个产品背后,都有着一些鲜为人知的故事。拿茅台来讲,从田间地头生长的糯高粱开始,精心打造了一条“绿色供应链”,实现了自然和谐的可持续发展。这本身就蕴含着一连串的故事。我个人认为,既要在生产过程中探询“经典”,也要在回顾历史中挖掘“传说”,更要在市场推介中讲好“故事”,努力将品牌的背书,融入国家智慧、民族力量,成为名副其实的“好声音”。

三是处理好“文化自信”与“全球视野”的关系。在经济大国迈向经济强国的进程中,中国品牌既要本土叫得响亮,更要在全球赢得口碑。过去,我们可以通过“苹果”“波音”认识美国,通过“奔驰”“西门子”了解德国,通过“松下”“索尼”熟悉日本。将来,我们希望,能够通过“格力”“京东”“郎酒”,包括“茅台”,领略快速崛起的中国。

李保芳强调,走出国门、走向世界,既需要文化自信的高度,也需要全球视野的广度。“令人欣喜的是,‘一带一路’中国方案为我们提供了展示中华文化的舞台,经济全球化和大数据、‘互联网+’时代的背景,为我们创造了走向国际、展示文化自信的历史机遇。”他说,只有用“全球视野”布局文化传播,以文化传播推进品牌建设,推动中华优秀传统文化与文明相融合,才能打造出具有中国特色和全球影响力的国家品牌。

“我们对郎酒、国台的广告不会生气”

茅台集团党委副书记、纪委书记赵书跃在主持中表示,“中国品牌日”刚过,大家就从四面八方赶来开这么一个性质的会,

(紧转6版)

“小身板”蕴含“大能量”

“点击断路器图标,进入操作界面,输入登陆密码,点击遙遙按钮进行遙遙預置,确认返校正确,点击执行”。这是陕煤集团黄陵矿业机电公司电力调度中心后台远程操作的工作流程,这样的工作,该公司供电所技术员齐延辉重复了九年,他也从一个刚毕业的毛头小伙成了矿区供电“大拿”。

“个子不高,小身板藏着大智慧”。这是机电公司供电所干部职工对齐延辉的评价。今年30岁的齐延辉自2009年从河南理工大学毕业后一直从事供电技术工作,学校的理论知识如何有效地应用到实际工作中,他下了一番苦功。

2012年,矿区35KV供电系统整体电压多次出现异常波动,严重威胁电网运行安全。他和技术人员分析出了供电网络延伸导致电容容增大电压波动,通过给35KV变电站安装非线性消弧装置与微电脑消协装置,解决了35kV供电系统谐振危害难题。该项研究成果通过陕西煤炭学会鉴定达到国内先进水平。

2015年,机电公司在侯庄和香房35KV变电站推行无人值守,齐延辉负责两座变电站的后台运行改造,为实现变电站、高压线路状态检测可视化、运维分析可量化、运检管理可控化,他重点研究推进“无人值守+无人机+人工”的联合巡检和立体巡检,使大数据、移动互联网技术与运检的“深度融合,形成广泛的信息高效互联互通的运检检修新模式,夯实矿区用电安全技术基础。

凭着踏实肯干、不怕吃苦,近年来,他先后获得黄陵矿业优秀科技工作者,机电公司先进个人、安全先进个人,特别是他参与研究的35KV系统谐振治理项目获得陕西煤业化工集团第三届科技大会科技进步二等奖。

(曹川)

“金点子”让废品“点石成金”

“及时回收井下废旧物品经过处理还能二次利用,螺栓经过除锈浸油也可再次利用;帮锚钻杆回收返厂或加工成其他物品同样可以实现重复利用;破旧胶管重新压头,也可实现再次利用。”班前会上,区队职工为如何加强经营管理提出了“金点子”。

为了最大限度挖掘区队经营管理的潜力,提质增效,黄陵矿业一号煤矿号召全体职工为企业发展出谋划策,着眼生产一线,着眼细微之处,常态化开展“金点子”征集活动,涉及生产经营、成本管理等方面,集集体智慧力量,为企业持续健康发展贡献“锦囊妙计”。

掘进队库房材料员介绍:“现在对井下破损的树脂,我们进行重新捆扎实现了重复利用;对旧螺栓进行除锈除锈,丝口不好的重新过丝,也实现了废品利用。别看这一根树脂、一条螺栓,算下来也是一笔不小的数字呢。原来都当废品扔掉了,现在可成‘金子’了,这都是金点子的功劳呀!”

通过“金点子”,区队积极转变管理模式,提升了管理水平,增强了应对危机的能力,为企业提质增效奠定了基础。(张英 贺小锐)

“蓝领”讲堂 助职工成长成才

近年来黄陵矿业一号煤矿充分利用自身的优势资源,邀请矿内的技师、技术“大拿”、岗位标兵等“草根专家”上台当老师,通过“微课堂”“讲经说法”“传经送宝”等,现场给职工传授新技术、新经验,自己的绝技、绝活、绝招等,充分发挥技师的辐射传承作用,助推职工成长成才。

开展“蓝领”上讲台只是该矿强化职工教育培训的一个缩影。今年以来,该矿根据实际情况创方法、拓思路,加大职工业务技能培训力度,利用“一三五”学习时间,让区队的维修骨干、技术大拿在工作现场为职工认真讲解现场操作中的实质要领,实现了操作技能共享。在学习室里,设立了“强教育、提素质、共培训”学习专栏,每周确定一个培训主题,每周一技术课上由主管技术员系统地给职工普及专业技能知识,切实将职工培训落实到位,不断提高职工的技术水平和思想境界。

“职工上岗前必须进行岗前培训,可是大班授课有一定的局限性,职工在实操方面一直提升很慢,‘蓝领’上讲堂可以弥补大班授课的不足,通过‘开小灶’,技术大拿们讲述自己在生产现场最实作业技巧和绝技绝活,授课者体会到了‘传道、授业、解惑’的快乐,享受到了学习提升自我的喜悦,听课者真正学习到了自己岗位的各种知识和技巧。‘蓝领’上讲堂为技师们搭建了一个集思广益、凝聚智慧的平台,为职工提供了一个展现自我的舞台和‘青出于蓝而胜于蓝’的擂台。”人力资源部部长张海博说道。(王霞 何晨)