

观看红色电影 重温峥嵘岁月

为庆祝中国共产党成立100周年, 重温峥嵘岁月, 砥砺初心使命。近日, 中煤新集楚源公司党委组织基层党员分批观看红色电影, 接受红色教育。

历史就像老茧, 一层覆过一层, 每一层都上演着不同的传奇。此次观影的影片《聂建之》背景是20世纪30年代的伪满统治下的哈尔滨, 日军占领东三省, 一群无名英雄为了获取日军人体实验的活体, 在苏联受到训, 回国执行“乌特拉”秘密行动, 因叛徒出卖, 深陷困境, 最后英勇牺牲的故事。影片非常生动地诠释了革命年代国家命运的动荡不安、革命事业处在危亡, 一批批挺身而出革命先烈在艰苦卓绝的环境下, 在苏联受到牙齿的敌人面前舍生忘死的大义精神。

观影过程中, 不少党员都随着4位主演的命运走向而热泪盈眶, 内心的感动、心疼、震撼久久不能消散。观影结束后, 大家沉重的缓缓走下观影席, 一扫观影前的欢乐气氛, 人人无不感慨到伟大的革命精神。“这部电影致敬了那些为中国革命将生死置之度外的先烈, 是一堂生动且有特殊意义的党课”, “今天的和平幸福是每位共产党员, 每位革命烈士用他们的鲜血换来的, 英雄虽然牺牲了, 但是“乌特拉”精神还在我们每个人的心中, 在以后的工作中我要进一步坚定理想信念的初心和扎实做好工作的决心。”党员姜秀传和周陆激动地说道。

今年正值党史学习教育开展之际, 此次观影活动在百年建党契机里意义更加特殊, 通过红色影片的展映, 旨在以强意识教育, 使广大党员干部在重温党史中坚定理想信念, 在缅怀先烈中永葆初心使命, 在统筹推进公司高质量发展发展的路上, 不忘初心、继续前进, 谱写新篇章、创造新辉煌。

(王雪)

茅台之窗

新华·茅台企业系列指数显示:

茅台企业实力持续增强, 品牌传播力有望提升

为弘扬中国文化, 助力传统产业转型升级, 为中国白酒行业和民族品牌企业提供健康发展提供借鉴, 通过深入分析我国白酒行业的市场竞争格局和竞争态势, “新华·茅台企业系列指数”2020年成果于近期发布。

据悉, “新华·茅台企业系列指数”是数字工具推动中国白酒行业创新发展的重要尝试, 该指数由宏观到微观, 层层递进, 全方位、立体化地搭建了从业到企业的研究体系。

新华·茅台企业系列指数, 包括中国白酒主流香型发展指数、茅台品牌传播力指数、茅台美誉度指数三只指数。茅台品牌传播力指数, 反映一定时期茅台品牌传播的总体水平。依据指数中重点指标的最新动态, 从品牌传播的基础、效果等方面, 可以预测2021年上半年的茅台品牌传播力指数走势, 对茅台品牌的发展情况进行分析。

新华·茅台企业系列指数的茅台品牌传播力指数2021年一季度运行监测显示, 2021年一季度, 茅台企业实力持续增强, 品牌传播热度、媒体评价等也在不断向好, 预计2021年上半年, 茅台品牌知名度与品牌公信力将持续增强, 品牌传播力有望提升。

获利能力持续提高, 茅台企业实力持续增强

2021年一季度, 茅台实现营业收入272.71亿元, 同比增长11.74%; 实现归属于母公司所有者的净利润139.54亿元, 同比增长6.57%。茅台的企业实力已跻身全球烈酒市场领军企业阵营, 业绩增速逐渐趋于稳定。

在极不平凡、极不容易的2020年, 面对前所未有的新冠肺炎疫情和艰巨繁重的改革发展任务, 茅台提出“计划不变、任务不减、指标不降、收入不降”的工作目标, 并在逆境中超额完成, 企业实力持续增强, 为“十四五”发展奠定了坚实基础。

2021年春节前后, 贵州茅台推出多方渠道控价政策, 通过强制100%开箱、部分市场联合工商严查销售等丰富有效的渠道管控政策, 贵州茅台有效释放长期渠道风险, 成为力压囤积茅台、降低社会库存、促进更长周期的健康增长。

2021年一季度, 茅台积极通过自有媒体渠道塑造品牌形象, 与公众互动交流。2021年一季度, 官方微博账号综合指数再创高峰, 茅台通过短视频、图文、直播等方式, 向公众介绍茅台的发展历史、酿酒工艺等背后故事, 引起了公众的关注和兴趣。

“3·15”国际消费者权益日前后, 茅台积极通过线上、线下等不同方式提高消费者维权意识, 增强消费者对茅台产

品的鉴别能力。线上, 茅台集团通过官方账号普及假酒的鉴别、维权方法; 线下, 茅台集团法律知侵权联合茅台酒销售公司和全国各地市场监督管理部门, 在各大区广泛开展茅台酒真假鉴定维权产品识别、茅台酒防伪知识宣讲、违规产品集中销毁等相关活动。

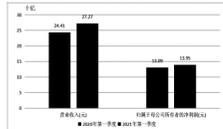
茅台品牌积极的形象打造、互动宣传, 带动微博平台用户对茅台的讨论热度大幅上涨。

主流媒体评价提升, 有助于品牌公信力继续加强

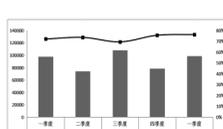
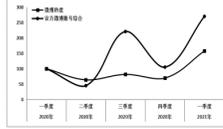
2021年春节前后, 贵州茅台推出多方渠道控价政策, 通过强制100%开箱、部分市场联合工商严查销售等丰富有效的渠道管控政策, 贵州茅台有效释放长期渠道风险, 成为力压囤积茅台、降低社会库存、促进更长周期的健康增长。

2021年一季度, 茅台积极通过自有媒体渠道塑造品牌形象, 与公众互动交流。2021年一季度, 官方微博账号综合指数再创高峰, 茅台通过短视频、图文、直播等方式, 向公众介绍茅台的发展历史、酿酒工艺等背后故事, 引起了公众的关注和兴趣。

“3·15”国际消费者权益日前后, 茅台积极通过线上、线下等不同方式提高消费者维权意识, 增强消费者对茅台产



■ 轩妈蛋黄酥



集团共同编制, 旨在将数字经济与实体经济有机结合, 全面提升中国白酒行业和白酒品牌发展路径, 为白酒行业高质量发展提供助力, 为消费健康消费提供参考。2020年5月首次发布2019年成果。(文萱)

重庆“后起直追”发展游戏产业 园区引入超50家企业

罗布乐思重庆创新中心、重庆瀚瀚网络、网文文创数字经济产业园……5月20日至23日在重庆举行的“第三届中国国际投资贸易洽谈会上, 重庆经开区展出的游戏产业项目引人注目。在国内游戏产业版图上, 重庆正发力直追。

政策加持聚集头部资源

4月下旬, 商务部关于印发《重庆市服务业扩大开放综合试点总体方案》的通知中, 有一条新政引游戏产业上高度关注: 支持重庆国家级试点申请开展属地网络游戏内容审核试点。

分析人士认为, 基于未成年保护等原因, “内容审核”是对网络游戏最为重要的监管措施之一。重庆抓住机会, 既营造创新氛围, 又完善监管机制, 必能促进行业高质量发展, 催生“游戏之都”。

过去, 重庆在游戏产业版图上名声不

显, 2000多家游戏公司散布于各个区县, 没有形成集中, 重庆经开区2020年底抢抓先机, 出台《重庆经济技术开发区关于促进游戏产业发展发展的专项支持办法》, 针对游戏产业的游戏产业项目引人注目。在国内游戏产业版图上, 重庆正发力直追。



西洽会重庆经开区展出的游戏产业项目。

游戏公司, 在北京、上海、西安均设有办公室, 面向海外累计开发游戏超100款; 研发方面, 在卡牌游戏、棋牌游戏、女性向游戏、休闲社交游戏、互动小说游戏等品类游戏均有涉及。

罗布乐思(Roblox)是全球最大有多人在线互动社区。罗布乐思(重庆)创新中心是全国首家落地的创新中心, 为游戏开发团队、高校大学生、青少年开发者等提供罗

布乐思线上和线下的支持, 为“重庆造”游戏企业提供出海打造生态闭环。

网文文创数字经济产业园也是以游戏产业为主, 重庆经开区的资源。孙丕宏说, 重庆软件园已集聚数字文创、游戏产业的人才和企业, 同时成立了游戏的专项基金, 推动产业发展。

独特优势获企业青睐

是什么吸引前述企业落地重庆? 瀚瀚网络科技有限公司美术中心负责人尹联告诉记者, 西南地区本身是有游戏互联网发展的底子, 特别是成都这两年发展非常迅速, 重庆稍晚了两年, 但也意味着发展空间非常大。相对来说, 北京、上海、深圳等城市已经有了一些内卷。基于巨大的发展空间, 瀚瀚网络选择到西南地区, 而重庆是直播市, 具有独特优势, 且四川美术学院高校的人才支撑, 再加上重庆经

开区和重庆软件园在人员招聘等方面的支持, 让公司选择了在此落户。

“重庆经开区、重庆软件园正大力发展数字文创产业, 创新中心落户也是较好的时机。”罗布乐思(重庆)创新中心运营负责人蔺蕊介绍, 创新需要行业的聚集, 首先比较好招人, 其次才有行业竞争力。目前, 创新中心已与重庆工程大学、重庆邮电大学签订项目协议。工程学院已组建两支战队开发游戏。目前, 罗布乐思全国创作大赛2021已经全面开启, 罗布乐思(重庆)创新中心将全面负责西南赛区, 与重庆共同融入罗布乐思的元宇宙。

在软件业招商方面有多年经验孙丕宏说, 游戏行业的痛点是“人”, 重庆软件园的支持政策以人才为核心, 已成为重庆游戏产业人才培养基地, 重点帮助企业解决人才问题。“我相信大约3到5年内, 我们的游戏产业园将成为产值过百亿的园区。”(刘贤)

吉林长春深耕实体经济 加速构建产业生态圈

■ 李丹

长春东南一块7平方公里的土地上, 塔吊林立, 机器轰鸣, 两个“口”字型的钢筋建筑, 已经拔地而起, 正在建设的是两个5000平方米的大型摄影棚, 已经完成主体结构建设并封顶。

“这组摄影棚群采用世界先进技术标准, 具备较高的工艺水平、声学标准、电力标准。”近日, 在位于长春净月高新技术产业开发区的长春国际影都项目建设基地, 万达投资集团长春城市公司副总经理张春霖告诉记者, 6影都产业园一期包含20个摄影棚, 8个景观项目, 10个配套服务楼。建成后, 这里将会有两个世界上单体最大的摄影棚, 一个10000平方米, 一个7500平方米, 预计今年10月底两个率先封顶的摄影棚即可接待剧组拍摄工作。

在立足资源禀赋激活区域活力, 推动产业发展的当下, 长春围绕圈层式产业项目集群建设, 做实做强实体经济, 产业项目在长春落位“提速”, 布局“加码”, 多元发展的产业新格局正加速形成, 给城市经济发展之路带来更多可能。

培育发展影视全产业链

文旅项目一直是万达集团硬核“IP”, 其中培育发展影视全产业链更是重要一环, “政府对于我们的布局和未来发展规划都提供了配套和系统的支持, 让我们能够游刃有余。”在万达长春城市公司总经理邓伟眼中, 万达未来布局与长春发展重心“不谋而合”。

长春是有温度的城市, 用邓伟的话说“城市的‘契约精神’越来越越好, 我们企

业链”上发力, 招商要有“链接”思维, 这是长春市给自己定下的招商思路。在全面掌握产业链重点企业、重点项目等情况后, 长春市从“延链、补链、强链、建链”需求出发, 实行“链长制”招商, 制定产业链精准招商工作方案, 紧盯全市产业链发展规划布局, 着力引进产业链关键环节项目。

招商的同时不忘精准招商, 城市的“契约精神”产产业聚链。政府高效的政务服务, 获得了山东玲珑集团长春项目负责人李的肯定。

玲珑轮胎“情定”长春, 恰逢其时, 既源于“门当户对”, 又源于长春国际汽车的大规模规划。按照长春市产业招商工作部署, 今年长春市大力发展先进制造业, 推动汽车、新能源、装备制造等优势产业做大做强, 打造汽车及零部件产业生态圈, 服务“六个回归”(回归·产业、配套、结算、人才、创新)战略, 加强与一汽集团的合作招商, 谋划建设新能源汽车产业园, 壮大产业集群。

项目落地后发展之路如何走? 各方都期待来自实践的有力回答。按照目标, 玲珑轮胎项目的实施, 将在长春打造一个全球轮胎行业首个数字化、智能化的工业互联网平台, 使这里成为一座世界级制造工厂。

“链”上发力, 招商要有“链接”思维, 这是长春市给自己定下的招商思路。在全面掌握产业链重点企业、重点项目等情况后, 长春市从“延链、补链、强链、建链”需求出发, 实行“链长制”招商, 制定产业链精准招商工作方案, 紧盯全市产业链发展规划布局, 着力引进产业链关键环节项目。

招商的同时不忘精准招商, 城市的“契约精神”产产业聚链。政府高效的政务服务, 获得了山东玲珑集团长春项目负责人李的肯定。

玲珑轮胎目前在全球拥有7个生产基地, 产品销往全球173个国家, 为红旗、奥迪、大众、通用、福特、雷诺三大车企, 配套服务60多家汽车、100多个生产基地提供配套服务。

一家上市公司要启动一个投资近50亿元的重大项目, 全程往往需要一年以上时间。“长春都说投资不过山海关, 我们玲珑轮胎在长春落地, 从首倡到签约, 仅用

析其上下游产业企业投资需求, 筛选出更多可行性、可操作性、吸引力更高的谋划包项目。

数据显示, 今年1-4月份, 长春市资金到位内资项目180个, 到位资金506.6亿元, 同比增长30.5%; 新签约项目144个, 拟投资总额2954.37亿元; 新洽谈项目583个, 拟投资总额5975亿元。其中, 汽车、文化旅游、信息技术、生物医药等产业项目共58个, 到位资金187.5亿元, 占到位资金总额的37%。

项目建设的亮点: 长春市引进世界500强企业标志性项目——巴斯夫东北亚区域结算及物流中心, 拟在长春净月高新技术产业开发区设立区域结算中心, 预计于2025年前销售额可达11亿元人民币; 由袁隆平院士担任首席专家的国家杂交水稻工程技术创新中心长春创新中心项目, 正在积极推进中; 计划投资额超过300亿元的一汽奥迪新能源汽车项目, 首款车型将于今年在长春投产, 预计年产能7000辆。

项目建设的亮点: 长春市引进世界500强企业标志性项目——巴斯夫东北亚区域结算及物流中心, 拟在长春净月高新技术产业开发区设立区域结算中心, 预计于2025年前销售额可达11亿元人民币; 由袁隆平院士担任首席专家的国家杂交水稻工程技术创新中心长春创新中心项目, 正在积极推进中; 计划投资额超过300亿元的一汽奥迪新能源汽车项目, 首款车型将于今年在长春投产, 预计年产能7000辆。

项目建设的亮点: 长春市引进世界500强企业标志性项目——巴斯夫东北亚区域结算及物流中心, 拟在长春净月高新技术产业开发区设立区域结算中心, 预计于2025年前销售额可达11亿元人民币; 由袁隆平院士担任首席专家的国家杂交水稻工程技术创新中心长春创新中心项目, 正在积极推进中; 计划投资额超过300亿元的一汽奥迪新能源汽车项目, 首款车型将于今年在长春投产, 预计年产能7000辆。

项目建设的亮点: 长春市引进世界500强企业标志性项目——巴斯夫东北亚区域结算及物流中心, 拟在长春净月高新技术产业开发区设立区域结算中心, 预计于2025年前销售额可达11亿元人民币; 由袁隆平院士担任首席专家的国家杂交水稻工程技术创新中心长春创新中心项目, 正在积极推进中; 计划投资额超过300亿元的一汽奥迪新能源汽车项目, 首款车型将于今年在长春投产, 预计年产能7000辆。

项目建设的亮点: 长春市引进世界500强企业标志性项目——巴斯夫东北亚区域结算及物流中心, 拟在长春净月高新技术产业开发区设立区域结算中心, 预计于2025年前销售额可达11亿元人民币; 由袁隆平院士担任首席专家的国家杂交水稻工程技术创新中心长春创新中心项目, 正在积极推进中; 计划投资额超过300亿元的一汽奥迪新能源汽车项目, 首款车型将于今年在长春投产, 预计年产能7000辆。

项目建设的亮点: 长春市引进世界500强企业标志性项目——巴斯夫东北亚区域结算及物流中心, 拟在长春净月高新技术产业开发区设立区域结算中心, 预计于2025年前销售额可达11亿元人民币; 由袁隆平院士担任首席专家的国家杂交水稻工程技术创新中心长春创新中心项目, 正在积极推进中; 计划投资额超过300亿元的一汽奥迪新能源汽车项目, 首款车型将于今年在长春投产, 预计年产能7000辆。

项目建设的亮点: 长春市引进世界500强企业标志性项目——巴斯夫东北亚区域结算及物流中心, 拟在长春净月高新技术产业开发区设立区域结算中心, 预计于2025年前销售额可达11亿元人民币; 由袁隆平院士担任首席专家的国家杂交水稻工程技术创新中心长春创新中心项目, 正在积极推进中; 计划投资额超过300亿元的一汽奥迪新能源汽车项目, 首款车型将于今年在长春投产, 预计年产能7000辆。

项目建设的亮点: 长春市引进世界500强企业标志性项目——巴斯夫东北亚区域结算及物流中心, 拟在长春净月高新技术产业开发区设立区域结算中心, 预计于2025年前销售额可达11亿元人民币; 由袁隆平院士担任首席专家的国家杂交水稻工程技术创新中心长春创新中心项目, 正在积极推进中; 计划投资额超过300亿元的一汽奥迪新能源汽车项目, 首款车型将于今年在长春投产, 预计年产能7000辆。

项目建设的亮点: 长春市引进世界500强企业标志性项目——巴斯夫东北亚区域结算及物流中心, 拟在长春净月高新技术产业开发区设立区域结算中心, 预计于2025年前销售额可达11亿元人民币; 由袁隆平院士担任首席专家的国家杂交水稻工程技术创新中心长春创新中心项目, 正在积极推进中; 计划投资额超过300亿元的一汽奥迪新能源汽车项目, 首款车型将于今年在长春投产, 预计年产能7000辆。

项目建设的亮点: 长春市引进世界500强企业标志性项目——巴斯夫东北亚区域结算及物流中心, 拟在长春净月高新技术产业开发区设立区域结算中心, 预计于2025年前销售额可达11亿元人民币; 由袁隆平院士担任首席专家的国家杂交水稻工程技术创新中心长春创新中心项目, 正在积极推进中; 计划投资额超过300亿元的一汽奥迪新能源汽车项目, 首款车型将于今年在长春投产, 预计年产能7000辆。

项目建设的亮点: 长春市引进世界500强企业标志性项目——巴斯夫东北亚区域结算及物流中心, 拟在长春净月高新技术产业开发区设立区域结算中心, 预计于2025年前销售额可达11亿元人民币; 由袁隆平院士担任首席专家的国家杂交水稻工程技术创新中心长春创新中心项目, 正在积极推进中; 计划投资额超过300亿元的一汽奥迪新能源汽车项目, 首款车型将于今年在长春投产, 预计年产能7000辆。

项目建设的亮点: 长春市引进世界500强企业标志性项目——巴斯夫东北亚区域结算及物流中心, 拟在长春净月高新技术产业开发区设立区域结算中心, 预计于2025年前销售额可达11亿元人民币; 由袁隆平院士担任首席专家的国家杂交水稻工程技术创新中心长春创新中心项目, 正在积极推进中; 计划投资额超过300亿元的一汽奥迪新能源汽车项目, 首款车型将于今年在长春投产, 预计年产能7000辆。

项目建设的亮点: 长春市引进世界500强企业标志性项目——巴斯夫东北亚区域结算及物流中心, 拟在长春净月高新技术产业开发区设立区域结算中心, 预计于2025年前销售额可达11亿元人民币; 由袁隆平院士担任首席专家的国家杂交水稻工程技术创新中心长春创新中心项目, 正在积极推进中; 计划投资额超过300亿元的一汽奥迪新能源汽车项目, 首款车型将于今年在长春投产, 预计年产能7000辆。

项目建设的亮点: 长春市引进世界500强企业标志性项目——巴斯夫东北亚区域结算及物流中心, 拟在长春净月高新技术产业开发区设立区域结算中心, 预计于2025年前销售额可达11亿元人民币; 由袁隆平院士担任首席专家的国家杂交水稻工程技术创新中心长春创新中心项目, 正在积极推进中; 计划投资额超过300亿元的一汽奥迪新能源汽车项目, 首款车型将于今年在长春投产, 预计年产能7000辆。

裂变式增长:让轩妈蛋黄酥一年卖出7000万颗

开始创建二次元的IP小酥酥, 并在抖音开建“加油! 蛋黄酥”账号, 进行原创动画的传输构建。

“加油! 蛋黄酥”账号创立的目的是输出文化, 输出快乐, 结合Z世代年轻人的语言风格, 通过一系列短视频记录这颗蛋黄酥的系列微妙变化: 从蛋黄酥车间的生产线故事, 到骑车、睡觉、点外卖、打工等日常生活经历, “加油! 蛋黄酥”的视频主题花样百出, 多方位生动地为观众刻刻小酥酥的憨萌可爱形象。

去年中秋节, 轩妈在抖音上发布了一支“一只66鸭鸭的萌命”的“萌文化”动画视频: 这只离家出走的“66鸭”踏上长征之旅, 一路上奇遇趣闻, 而历经千山万水, 却只为登上鸭蛋的最高殿堂“轩妈蛋黄酥工厂”, 助力它的宝贝“C位出道”。整个视频凭借趣味性以及脑洞大开创意赢得了Z世代年轻群体的推广大赞。

其后轩妈又联合《魔道祖师》推出其后颜色的蛋黄酥, 创建个性化IP视觉, 成功让轩妈蛋黄酥海量刷屏并迅速出圈。相关的话题也在轩妈蛋黄酥的口碑一次次裂变, 不断爆红。如今, 轩妈家的“加油! 蛋黄酥”账号已坐拥330多万粉丝, 收获高达1800多万的点赞量。

通过改变, 提升原材料和口感, 轩妈令蛋黄酥成为了烘焙市场中极为亮眼的休闲零食。

三是坚持纯手工制作, 蛋黄酥中创新也加入了日式糕点中的雪割糕, 进一步提升食用口感。

四是坚持现做现发的策略, 承诺“当天鲜, 当天发, 当天吃, 不仓储”, 保证产品新鲜, 让消费者快速尝到新鲜的蛋黄酥。同时在保证口感和健康的前提下, 通过独有技术将蛋黄酥的保质期延长至20天, 使其更适宜异地消费者的全国销售。

通过改变, 提升原材料和口感, 轩妈令蛋黄酥成为了烘焙市场中极为亮眼的休闲零食。

裂变式增长:让轩妈蛋黄酥一年卖出7000万颗

裂变式增长:让轩妈蛋黄酥一年卖出7000万