

2021年12月01日 星期三
责编:王鸿
美编:刘昭彤
校对:曹永亮

70个项目亮相 800多家企业参展 线下展位设在株洲轨道博览园

本报讯(株洲晚报融媒体记者/任远)11月30日,湖南省人民政府新闻办举办新闻发布会,2021中国国际轨道交通和装备制造产业博览会(下称“轨博会”)将于12月8日至11日在株洲轨道博览园(株洲汽车交易中心)举行,将有70个项目亮相,800多家国内外企业在线上线下参展参会。

线上线下结合

本届轨博会以“智慧轨道、联通未来”为主题,展览面积达6万平方米,将集中展示和发布一批新产品、新技术、新成果。会议采取线上展与线下展相结合,轨道交通与工业文创设计相结合,积极探索简约适度、绿色低碳、节能环保的展览新模式。

线下展位位于株洲轨道博览园,将精心打造主题形象馆、创新型企业及人才馆、国际馆等实体展馆;线上展利用“贸促云展”平台和湖南省中小企业国际化经营服务平台(EHN)共同呈现,重点打造以“云展览、云会议、云洽谈”为核心的线上平台,利用VR技术提升客户的体验感和参与感,为国内外企业提供在线参展、商业配对、品牌营销等服务,提升展会的国际影响力。

多项活动精彩纷呈

轨博会精心策划了“1+6+10”项活动,即1场主体活动——开幕式暨世界轨道交通湘江论坛;6场专题活动,包括中美轨道交通国际合作圆桌论坛、湖南轨道交通产业推介暨项目磋商会、城市轨道交通建设投融资论坛、中国国际轨道交通和装备制造产业博览会人才峰会、主宾国活动、主题省活动;10场市场化配套活动,包括永磁动力装备技术与市场应用论坛、数字科技推动轨道交通行业转型发展大会、项目对接及创新技术推广活动等。

活动还将邀请6名院士、19名知名专家以及多位行业领域有影响力的企业家深入探讨轨道交通产业发展趋势,交流产业创新发展新路径。

将发布70个招商项目

本届轨博会将发布70个湖南省轨道交通和装备制造产业招商项目,总投资1216.3亿元,其中省级项目37个,投资额945.3亿元;将签约项目23个(含战略合作协议项目2个),总投资107.18亿元。

曹慧泉调研宣传思想工作 时强调 全力做好“聚焦、裂变、创新、升级、品牌”文章



▲昨日,曹慧泉书记调研株洲日报社,听取相关情况介绍。株洲晚报融媒体记者/易翔摄

本报讯(株洲晚报融媒体记者/罗欣)11月30日,市委书记曹慧泉深入湖南日报株洲分社、红网株洲站、株洲日报社、株洲市广播电视台调研宣传思想工作,并组织召开座谈会听取有关情况汇报。他强调,要深入学习贯彻习近平总书记关于宣传思想工作的重要论述,坚定不移当好党的喉舌、反映人民心声,全力做好“聚焦、裂变、创新、升级、品牌”文章,努力为培育制造名城、建设幸福株洲提供坚强思想保证和强大精神力量。

市领导杨英杰、江小忠、周煦惠参加调研。

曹慧泉实地走访了湖南日报株洲分社、红网株洲站,与干部职工、编辑记者亲切交流,感谢大家在宣传株洲、服务株洲中所做的工作,寄语大家继续发挥优势,全媒体、多角度宣传推介株洲,积极参与株洲城市品牌塑造,为株洲发展传递更多好声音、凝聚更大正能量。

来到株洲日报社,曹慧泉考察了中央采编厨房、知株洲工作

室、朱理平工作室、株洲新闻网、株洲发布,细致了解报社采编流程、新媒体建设、融合发展、品牌打造等情况,对株洲日报社大力培育朱理平、知株洲等新闻品牌给予肯定,要求加大新媒体平台线下推广力度,不断扩大影响力。

在市广播电视台,曹慧泉走进编辑机房、播出机房、演播室等地,详细了解节目制作流程、融媒建设、产业发展等情况,对市广播电视台坚持守正创新、融合发展给予肯定,勉励广大编辑、记者对标先进、提高水平,推出更多富有生命力的新闻作品。

座谈会上,市委宣传部、市委网信办、市文旅广体局、株洲日报社、市广播电视台、湖南日报株洲分社、红网株洲站等部门和单位负责人重点围绕做好党的十九届六中全会精神、省第十二次党代会、市第十三次党代会精神学习宣传工作发言,讲情况、谈问题、话打算。

曹慧泉指出,宣传思想工作是党的一项极端重要的工作。要深入学习贯彻习近平总书记关于宣传思想工作的系列重要论述,

深刻认识自身在全市发展大局中应当担负的职责使命,突出抓好党的十九届六中全会精神、省党代会、市党代会精神学习宣传,用“笔头”“镜头”引领社会、凝聚人心。

曹慧泉强调,要把握新闻传播规律,顺应融媒体时代发展趋势,坚持“内容为王”,用好各类传播平台,不断扩大新闻宣传的吸引力和影响力。要加强议题设置,把握好时度效原则,上接天线、下接地气,深入挖掘株洲贯彻落实国家方针政策和省委决策部署的鲜活故事和生动实践,积极把株洲新做法新经验置于省和国家大局中去衡量推介,推出更多具有思想深度、时代高度、情感温度的精品力作。要加强受众分析,根据受众定位实施精准传播,努力让传播效果最大化。要加强人才队伍培养,着力培养一批名记者、名编辑,锻造一支立场坚定、业务精湛、作风优良、党和人民放心的宣传思想工作队伍。市委将全力支持媒体改革发展,积极推进解决相关问题,推动株洲宣传思想工作再上新台阶。

市公安局举行第八次禁毒举报奖励集中兑现仪式

25名禁毒“平民卫士”获奖14万余元

本报讯(株洲晚报融媒体记者/沈全华 通讯员/刘松坤)全力打好打赢新时代禁毒人民战争,离不开全社会的共同参与。11月30日,市公安局举行第八次禁毒举报奖励集中兑现仪式,现场有8名热心举报群众领取到奖励的现金。本次总计奖励25人,共计14.87万元。

经典举报案例有:6月,荷塘区居民陈某向公安机关举报在合

泰路有人贩毒,相关单位及时出动,依据线索抓获涉毒违法犯罪嫌疑人员9名,破获刑事案件3起,

陈某某获2万元;7月,居民刘某向公安机关举报在某廉租房内有吸毒的违法行为,派出所民警跟进线索,在该租房内抓获涉毒违法犯罪嫌疑人员6名,刘某获1.1万元;11月,醴陵市居民左某举报某乡镇民房疑似吸毒人员聚集窝点,公安禁毒部门依据线索抓获

涉毒违法犯罪嫌疑人员10名,破获刑事案件3起,左某获2万元。

市禁毒委副主任、市公安局党委委员、副局长凌娅呼吁广大人民群众自觉与毒品作斗争,共同抵制毒品。一旦发现身边有吸毒贩毒现象,请在第一时间拨打110或者到公安机关举报。公安机关将坚决依法维护举报人的安全和合法权益,对举报人的身份信息严格保密,并及时给予奖励。

相关链接 获奖要符合哪些条件?

一 所举报的毒品违法犯罪行为发生在本市行政区域内;
二 有明确的举报对象、具体的举报事实及证据;

三 提供的线索事先未被公安机关掌握,或者公安机关虽已掌握,但是举报人举报的内容更为具体详实且在案件侦破过程中发

挥了重要或关键性作用;

四 举报的情况对破案有重大价值,且经公安机关查证属实。

2021年12月01日 星期三
责编:肖星平
美编:刘昭彤
校对:曹韵红

多领域国货品牌受消费者追捧 到底“香”在哪儿?

近年来,在化妆品、家电、智能手机、运动装备等诸多行业,国货品牌均表现出了强大的生命力。面对重营销轻研发的质疑,一些企业纷纷加大研发投入,在特定领域建立起了业界领先甚至独创的技术优势。

11月中旬,国货老品牌蜂花因为广大网友的心疼而出圈,不仅多次登上微博热搜,产品也广受追捧。特别是11月13日,蜂花一天就卖出2万单,相当于此前1个月的销量。

11月18日,新国货品牌花西子在其官方微博公开发布一则声明,指出追光动画旗下知名动画电影《白蛇:缘起》及其在日本授权的IP开发公司TEAMJOY涉嫌抄袭花西子旗下产品“同心锁口红”。新老国货成为舆论热议焦点,让不少网友大呼国货真“香”。

新老国货热度不减

作为我国改革开放初期第一代洗护发民族品牌,蜂花是很多消费者心中的“国货之光”。但由于不怎么做广告,其在年轻消费者群中知名度并不高。

蜂花可能不会想到,自己会因为倒闭传闻火起来。为了不让蜂花倒闭,一些网友开始“野性消费”,抢购蜂花产品。为了呼吁大家理性消费,11月16日,蜂花官方在直播间回应称:“请大家放心,不会倒闭。”

蜂花被抢购的消息热度还没过,花西子“被抄袭”一事又受到关注。

2020年8月,花西子以东方爱神溯源中国爱情文化,打造了全球首款“同心锁口红”,并申请了外观专利。

11月18日,花西子发布微博称,追光动画旗下知名动画电影《白蛇:缘起》及其在日本授权的IP开发公司TEAMJOY涉嫌抄袭花西子旗下产品“同心锁口红”。

此后,追光动画发布声明称,

有技术有颜值

事实上,不只是花西子,蜂花等化妆品,其他行业国货品牌也受到消费者追捧。今年9月,值得买科技发布的《后疫情时代消费趋势报告》显示,在家电市场,华为、海信、小米凭借综合性能实力,已经让国产电视成为更多中国家庭的首选;在智能手机,国内厂商已经完成5G手机的全方位布局,并已占据了今年1月~7月5G手机出货量的74.3%;在运动装备市场,安踏、李宁、鸿星尔克、特步等国货品牌,正凭借技术和颜值,实现新增长、新突破……

一些企业加大研发投入

不过,有业内人士指出,对于国货老品牌来讲,除了情怀和物美价廉之外,只有抓住年轻消费者,吸引年轻用户,才能赢得未来的竞争。

目前,国货老品牌也开始推出新产品新包装,推进品牌年轻化步伐。例如,蜂花檀香皂香味多了琥珀、沉香等新选择,质地多了液体香皂;在包装上,既有与北京故宫文创联名,从故宫藏品中选择元素设计出国潮新品,又有铁盒的复古包装。苏州稻香村则在产品口感、外形、营销等方面,

都力求抓住年轻人。在营销方面,苏州稻香村从与头部主播合作直播带货、自建直播团队到开发微信小程序商城,再到尝试



▲国货当自强。(网络供图)

TEAMJOY涉事产品并非追光动画授权开发。

TEAMJOY方面则回应称,2021年11月,TEAMJOY推出了口红产品。该口红产品灵感来源于京剧《锁麟囊》。《锁麟囊》是1940年由剧作家翁偶虹应程砚

秋之约而作。该产品并不存在抄袭行为。

不过,一些网友对比了花西子和TEAMJOY的口红产品后,直呼“简直一模一样”。还有网友质疑,《锁麟囊》和同心锁有什么关系?

观点

国货当自强

近年来众多老品牌纷纷回归,国货走强已成为不争的事实。而这一切背后,包含着经历了改革开放40年的磨练,“入世”20载的风雨,全球化浪潮的大浪淘沙,才换来了国货品牌回归舞台中央。

随着生活水平的提高,中国消费者对商品的品质要求也在不断升级。特别是年轻消费者,对产品需求的个性化和多样性更加凸显。从绿色环保的产品理念,到多元审美的个性追求,消费者对产品的研发设计、概念包装甚至营销方式都产生了巨大的引领拉动。而在经历了数十年市场经济的洗礼后,新一代国货品牌已从上一代的侧重量转为更加注重品牌塑造,在注重产品质量和效率的同时,加强对市场营销、产品研发与设计环节,更加关注品牌长期价值的建设。

当然,在为国货品牌取得成就感到欣喜的同时,也要看到不足之处。相比很多跨国企业的大品牌,国货品牌底蕴不足,还存在着不小的差距。面对受到新冠肺炎疫情影响的世界经济大环境,国内企业未来无疑还将面临巨大的困难。这就要求国内企业继续保持自身优势,补强短板,在供应链、产业链和价值链上深挖潜力。为此,天猫推出老字号拓新计划;5年持续投入10亿,从品牌营销、消费者运营、新品研发等方面助力老字号复兴。国货品牌应抓住各种机遇和各方面提供的机会,尽快补齐短板。

将流量转化为销量,将吃瓜群众转化为黏性用户,终会让历史积淀变成国货之光。

(据工人日报、人民网)