



文/图 杨雪薇

创立“斗门优品” 推广“斗门制造”



在摩天轮上做直播

B 政府为企业搭建推广平台 常态化向世界推广

上周日,一场盛大的“斗门优品·全城直播”线上推广启动日活动引发全城关注。斗门区长马洪胜作为珠海市首位区长走进直播间,携各镇、街道领导变身“网红”为“斗门优品”代言,与百名企业代表、主播共同开展直播活动。据统计,当天共有32家企业136个产品参展,11家直播机构46名主播上线推广,72万人观看,点赞数18万,评论数超5000条。

“我们创立‘斗门优品’,通过线上线下推广,把‘斗门制造’完整地推广出去。这是一个具象化的平台,也是一个抽象化概念,斗门的产品有很多,一些‘单打’冠军的产品

也不少。‘斗门优品’可以概括成斗门产品、斗门作品和斗门人品。”在活动现场,马洪胜驾轻就熟地推介起“斗门优品”。

具体而言,“斗门优品”是以“政府主导、部门协同、市场运作、公众参与”的方式推进的区域品牌项目,旨在打造统一的推广平台,培育本土优质产品,提升斗门产品质量和品牌价值。近年来,斗门培育出一批又一批的“斗门优品”。从食用类的“白蕉海鲈”,到文创类的全球高端水晶玻璃艺术,再到工业制造类的自主研发飞机等,应有尽有。这些“斗门优品”代表着强有力的“斗门制造”能力,推动了斗门区的产业转型升级和创新发展。

据了解,“斗门优品·全城直播”线上推广活动由政府搭建平台,以新媒体为媒介,通过网络直播推广促进政府、企业和社会力量跨界合作、优势互补,对解决斗门制造的产品销售问题,打造“斗门优品”区域品牌,擦亮斗门IP名片起到积极推动作用,为实现斗门经济社会高质量发展注入“强心剂”。

与其他城市在统筹推进疫情防控复工复产的关键时刻推出的产品“卖货”有异,“斗门优品”不是提高某个具体产品的销量,更多是以政府主导,形成一个区域品牌,是对所有“斗门制造”进行了整体推广。比如在一般人的

固有印象中,斗门也许就只有农副产物,但通过此次推广,还让人了解到“斗门造”的飞机等工业制造,从而帮企业打开销路,促进企业品牌成长。

推广“斗门优品”的形式创新是本次推广活动的亮点之一。活动前,斗门举办了《直播电商基础知识》《企业直播电商平台的内容打造》和《个人直播打造》三场主题培训,78名企业代表和136名主播报名参加。同时,培训班在“斗门优品”抖音号同步直播,为怒江福贡县、黑河孙吴县、阳江阳西县和茂名茂南区当地企业和农户提供线上培训,865人上线观看学习。

活动当天,主办方在大信新都汇顶楼主会场设置7间“主题直播间”,摩天轮36间包厢“改造”成“空中直播间”,企业和主播以“双向选择、统筹安排”的方式配上线上直播,镇街负责人轮番上线开播。同时,“市民体验直播间”向市民免费开放,倡议全民直播推广“斗门优品”。

无论是区长做客直播间还是摩天轮下的直播间,全新的形式都引发了社会关注。更重要的是,对于斗门当地一些个体工商户也有着相当大的启发。笔者留意到当天活动的一个小细节,在整场活动撤场的时候,一位50多岁的斗门本地女士主动找到主

办方,她是一个制作艾糍等传统食品的人,在村里由一群村民组成了一个合作社,如果不是看到这次活动,她也不知道卖产品还能这样卖的,她想将她们的产品用这种新形式开拓市场。

“5月17日举办的活动是推广‘斗门优品’的一次启动活动,在未来的推广活动会形成一种常态化的发展。”高宏伟告诉笔者,斗门除了在商场顶楼设置直播间推广,还会在霞庄等斗门知名景区设点,入选“斗门优品”的企业都可以免费使用政府提供的直播间。而且我们还会利用城市快闪活动等形式推广,明年还将计划深入港澳地区进行推广。

A “斗门优品”带动品牌发展 提升斗门产品知名度

“斗门制造的优质产品很多,但在过去推广渠道相对较少,知名度不高。如今政府主导将它们聚集起来形成‘斗门优品’,通过线上线下的推广就能更有效地做到家喻户晓。”斗门区委常委、统战部部长高宏伟表示,“斗门优品”的创立,就是培育斗门本土品牌,擦亮斗门区域品牌的有力手段,对提高斗门优质产品的知名度和美誉度有着实质性的帮助。

品牌工作是引领高质量发展的有效抓手,是高质量发展的重要依托。2018年,斗门出台《斗门区科技创新促进高质量发展三年行动计划》等多项举措,投入1.3亿元扶持资金。2019年,斗门区投入100万元设立区长质量

奖,政策“组合拳”叠加“真金白银”的扶持,推动“斗门制造”向斗门创造转变、斗门速度向斗门质量转变、斗门产品向斗门品牌转变”。在此基础上,今年斗门区按照“政府主导、部门协同、市场运作、公众参与”的思路,统口径、出办法、建阵地、做推广,集力量提升企业的品牌影响力,全力打造“斗门优品”区域品牌。

据了解,具有一定品牌基础、产能规模、区域特色、有代表性的名优产品项目是“斗门优品”的主攻方向。以斗门制造的线路板为例,斗门作为第四批全国产业集群区域品牌建设试点,拥有300家线路板行业企业,规模以上企业近90家,年收入占全国同行业收入近7%,线路板是斗门

名副其实的优势产业。与此同时,斗门具有浓厚的文化底蕴,本地农产品已有一定的知名度和产销规模,还有独特的旅游资源优势。

为了做好“斗门优品”发展规划,斗门区正制定出台《“斗门优品”入库及培育计划》《“斗门优品”推荐目录》及其配套方案等文件,划定范围、明确方向、制定规则、做好输出、巩固成果。同时建立完善政府主导,部门、协会协同推进和企业主体参与的联动机制,进一步优化品牌发展环境。以深化机关作风专项整改和优化营商环境专项治理工作为抓手,进一步创新机制、解放思想、提升效能,加大对品牌发展的支持力度。

链接

“斗门制造”引发强烈反响 20架飞机现场签约



20架“斗门造”飞机现场签约

“斗门优品·全城直播”线上推广启动日活动最激动人心的时刻,莫过于马洪胜为观众介绍实实在在的“斗门制造”:“这是在珠海上生土长的飞机,今天我们要把珠海的‘土特产’带给大家!由海卫科技改良生产的‘SkyTrek 天恣’飞机,是我们今天直播‘斗门优品’的主角之一。”

马洪胜说,海卫科技是斗门区第一家获得飞机型号合格证和生产许可证,产品出口美国的企业,也是国内仅有几家拥有全部知识产权和完整民航机型认证的民营通用航空器制造商之一。“SkyTrek 天恣”飞机更是海卫科技年轻的团队专门为培训飞行员自主研发设计的轻型运动飞机。

一番介绍后,网友疯狂刷屏互动,追问区长能不能给个活动折扣。短短几分钟,就有多家企业打通海

卫科技现场负责人的电话进行咨询,反响热烈。不少网友还表示:“以前以为斗门只有鱼虾出名,原来这里还有能力生产飞机,实在让人惊讶!”

活动现场,云南安美通航更直接与海卫科技签订20架天恣飞机的交付合同。据悉,云南安美通航一直致力于在云南创办航空培训学校,目前已在云南广南县选址建设,董事长周显旺先后考察国内所有机型,最后将目标锁定在海卫科技生产的天恣飞机上,之前已签订了120架天恣飞机的意向订单。

此外,斗门五镇一街主要领导做主播、当网红,跨界直播推介旅游资源和投资环境。区直部门“一把手”在启动日前夕,分批深入重点参展企业,与企业家一起拍宣传短视频,为企业产品代言,助力企业线上推广。

文/图 杨雪薇

第四期珠海消费券派发

总金额 1520 万元,促“5·20”消费

日前,珠海市商务局发布公告称,为支持珠海市各商家“5·20”期间促消费活动,让市民获得更多消费实惠,经研究决定,定于5月20日派发第四期珠海消费券。本期共发放券包24.1万个,其中包括20万个50元的消费券包,3万个100元的消费券包、1.1万个200元的消费券包,发放总金额1520万元。

第四期珠海消费券于5月20日上午10时在“最珠海”APP以摇号的方式发放,发放全过程由珠海公证

处进行公证。发放对象为已预约登记消费券申领的全体人员,在之前摇号批次中已中签的人员可通过本次摇号重复获取消费券。

已预约登记消费券申领的人员可留意短信通知,或主动通过登录“最珠海”APP、“最珠海官方”微信公众号、支付宝APP、“观海”APP、“云闪付”APP的“中签查询”页面进行查询。

中签用户凭手机号及手机验证码登录“最珠海”平台,将消费券领

取到指定支付平台,可选择微信、支付宝、银联云闪付等3种支付渠道的任意一种。领取后,消费券将存放至对应平台的卡包内。消费者中签取得消费券后,72小时内未领取到指定支付渠道的,将自动失效。消费券自领取之日起14天内有效,逾期未使用将失效并退回券池。

单笔消费满40元可用1张10元消费券;单笔消费满80元可用1张20元消费券;单笔消费满200元可

使用1张50元消费券;单笔消费满400元可使用1张100元消费券。

消费券使用范围为:在珠海市注册,已开通微信支付、支付宝、银联云闪付任一商业支付功能的零售企业(汽车油品零售除外)、餐饮企业、景区门票、旅行社、酒店住宿、美容美发以及经批准营业的演出场所、娱乐场所、经营性体育健身场所等实体经营商家。

消费券仅支持在线下实体店到店消费时使用,市民可通过

“最珠海”APP、支付宝APP、“云闪付”APP等渠道查询可用券商家,或在消费前咨询商户是否可用券。

消费券摇号期间,仍未预约登记的在珠人员可持续通过“最珠海”APP、“最珠海官方”微信公众号、支付宝APP、“观海”APP、“云闪付”APP的消费券申领入口进行预约登记。据悉,第五期消费券派发安排将在近期通告。

(艾琳)

广发信用卡： 投入千万元补贴发放消费券

日前,广发信用卡在全国范围内推进商圈“饭票”惠民活动,累计投入超千万元为消费者提供餐饮类消费券,旨在提振消费信心、拉动消费增长。

据广发信用卡相关负责人介绍,该行联合上万个品牌餐饮商户,为持卡人带来周五五折“饭票”优惠券及日常消费抵用券。在中山,活动覆盖利和广场、大信金座店、大信远洋店、大信星汇店、大信小悦店等核心商圈,包括海底捞、必胜客、肯德基、咀香园、威尼斯西餐等数百个品牌餐饮商户。值得一提的是,除了广发信用卡持卡人可以参与外,部分活动也支持其他银行卡客户参与,消费者登录发现精彩APP“饭票”专区即可享受优惠。目前,广发信用卡商圈“饭票”活动已在全国近百个城市的350多个商圈开展,合作商户过万家。

业内专家指出,消费券满足了民众补偿的心理,提升了边际消费倾向,带动了相关领域的复苏,对于提振消费市场的作用是立竿见影的。“市民的消费热情逐步释放,形成了明显的短期刺激。三月以来广发信用卡刷卡金额和刷卡频率都在增加,”广发信用卡相关负责人表示。

数据显示,虽然部分消费领域按下“暂停键”,但疫情防控期间催生了一大批新业态,培育壮大了新型消费。广发信用卡结合自身平台资源优势,推出一系列帮扶措施,支持企业复工。如发现精彩APP本地生活平台制定了补贴计划、营销专案、食品安全赠险送、“获客宝”计划等多项帮扶措施。为解决复工企业用餐难题,广发信用卡还联合众多品牌餐饮商户,发起“工作餐安心送”计划,提供从餐厅厨房直达办公室的餐饮服务,连接商家和企业单位,解决多方需求,共同抗击疫情。

近十年来,中国信用卡交易总额从3.5万亿元增长到38.2万亿元,信用卡行业已经成为连接亿万客户和商户的重要金融基础设施。在当前情况下,信用卡行业推出相关举措刺激居民消费、助力商户复工复产,对推动经济活动重回正轨具有正面示范作用。

“小红椒”MAZDA CX-30 发运在途

近日,“新生代跑旅SUV”MAZDA CX-30正式从长安马自达南京工厂集结发运,快马加鞭送往全国432家经销商店铺。

自开启预售以来,MAZDA CX-30以一道映照天地的弯影曲面造型惊艳四座,再次刷新了人们对汽车工业设计的认知。车迷和准用户们更是将MAZDA CX-30形象地比作“小红椒”,足见其身材和色彩的火辣程度。作为马自达海外顶级工厂,长安马自达南京工厂以极致匠心制造工艺将这幅充满光影魔力的曲面造型完美量产。

加快推进金融类企业复工复产

横琴推出“直播带政策”专属服务

文/图 何叶丹

为支持珠海横琴区内金融企业在疫情防控期间加快推进复工复产,横琴企业专属网页联动区金融服务局近日举行“横琴金融类企业奖励申报工作线上宣讲会”,通过直播形式实时演示“金融类企业奖励申报模块”系统操作流程,开展金融类政策线上宣讲和互动答疑,共吸引了近1400人次线上同步收看。

“点单式”服务 精准聚焦解难题

订单、用工、市场、配套……受疫情影响,企业经营遇到的困难五花八门。如何运用线上平台实现精准服务企业、在疫情期间履行政策有效落地,是横琴企业专属网页一直在思考的课题。创新探索的“直播带政策”活动,成为政企之间沟通的新桥梁。

这场面向横琴全区5000多家金融企业复工复产的在线服务活动准时上线,区金融服务局、横琴企业专属网页相关工作人员共同为企业负

责人答疑解惑。

“我们经过调查发现,企业对于了解资金申报等政策的需求较为迫切,对一些条目细则和系统操作不太理解,所以开设了这次线上宣讲会。”横琴企业专属网页负责人说。

每条政策都是干货,是对企业实实在在的支持。“下一场直播,大家最想要哪些方面的政策,可以提出来,这样方便我们更好地提供服务。”活动最后,横琴企业专属网页还推出“点单式”服务,为企业提供最精准有效的服务内容。

“全链条式”服务 服务企业全方位

“横琴金融类企业奖励申报工作线上宣讲会”的直播活动,在琴澳金融直播间平台留存,方便企业查看回放。

对于企业在直播中提出、或现场无法解决的问题,横琴企业专属网页会在直播结束后汇总各类问题整理成答疑文档集成至网页供金融类企业查看。此外,直播结束后也会对企业进行满意度回访。

值得一提的是,在疫情防控关



横琴企业专属网页联动区金融服务局举行“横琴金融类企业奖励申报工作线上宣讲会”

键期,横琴企业专属网页联动区金融局从前期政策沟通、申报系统研发到运用“互联网+直播”方式推出线上宣讲会,再到后期整理答疑文档,致力于打造“主动式、全链条式”服务模式,全方位推动企业有序复工复产及“降本减负”。

本次“直播带政策”活动,一方面帮助企业员工便捷、快速地申领到政府奖励资金,另一方面也是横

琴企业专属网页运用数字技术进一步创新服务企业举措、助力企业加速复工复产。下一步,横琴企业专属网页将立足服务横琴企业,联合区其他业务部门在资源共享及公共服务上作出更多合作探索,发挥1+1大于2的强大合力,促进科技、产业与资本的有效对接,切实帮助解决企业复工复产面临的现实问题,为中小企业减负纾困。