



☆ 政务简报

11月14日,市政协委员(干部)履职能力提升培训班开班,市政协党组书记、副主席、秘书长魏在平讲话。

党的二十大精神在基层

——贵州新闻媒体“千人百进”大型蹲点调研采访活动

进化镇临江村:幸福甘泉汨汨来

青山作伴,山水一程。来到凤冈县进化镇临江村,茶园苍翠繁茂,农舍白墙黛瓦,村子在冬日暖阳里呈现出一片祥和景象。

不远处,只见大型农耕地在田地来回穿梭,近旁马路上两三个农民骑着三轮车,载着农肥朝蔬菜基地奔去,村里人都在各自忙碌着。

村民彭元洪正开着旋耕机在自己流转的地里平整土地。“准备种植80亩油菜,要先把地推平,水渠挖好。”人勤庄稼好,彭元洪闲不下来。他说,“党的二十大报告提出‘强化农业科技和装备支撑,健全种粮农民收益保障机制和主产区利益补偿机制’。这是种粮人的福音,现在政策越来越好,只要肯干,幸福甘泉就会源源不断。”

临江村虽一直有种植水稻和烤烟的传统,但受制于土地高低不平、产业路坑洼,产业发展一度不温不火。

为提振烤烟、水稻产业,推动规模化发展。2014年,进化镇党委、政府一手抓土地整治,对全村“巴掌田”“荒地”进行整治,让小块田变大块田;一手抓人才振兴,引导能人返乡创业,培育产业发展带头人,建立由贵州大学博士蹲点并担任名誉村长的“博士工作站”。

彭元洪就是第一批回乡创业的带头人。2014年,他在政府引导下,流转了近200亩地,开始了“烟稻轮作”和“稻油轮作”的种植方式。

短短几年时间,在农业技术人员的指导和政策补贴下,彭元洪的产业越做越大,种植起水稻、油菜、蔬菜,养殖起鱼、鸭和青蛙,还成立了街子水稻种植农民专业合作社,组建起农机专业服务队,年均收入达到100余万元。

在临江村,像彭元洪这样的致富能手还有很多。村党总支书记龚光勇说,这些年,临江村立足资源禀赋,围绕主导产业、特色产业和传统产业,采取大季+小季、主产+套种等多种方式融合发展,着力打造四季田,探索出“绿色稻+鱼+菌”“绿色稻+鱼+蔬菜”“烟(豆)+蔬菜”“稻+油+蔬菜”等生产模式,实现亩均产值达3万元。

好政策孕育好产业,如今,该村常年稳定种植茶叶3500亩、水稻5000亩、烤烟550亩、玫瑰1000亩、果蔬1400余亩,肉牛存栏1400头。

农业产业兴了起来,人文产业也不落下。两手齐抓,让临江村的面貌发生着质的变化。该村借助特色田园乡村、乡村振兴集成示范试点建设机遇,实施村庄人居环境提升工程,打



凤冈县进化镇临江村一角。

造起乡韵乡愁和人文山水融为一体的美丽村庄,吸引来不少游客打卡。

薄暮时分,该村泡桐组农家老板李金芬正忙着烧饭做菜,厨房里摆放着鸡、鸭、鱼和各种新鲜蔬菜。

“这段时间天气好,来的客人多。”李金芬家每年仅餐饮一项就有近10万元的收入。此外,今年她家

种植的200亩水稻还卖了40多万元。

好生态引来好客源,村里发展避暑农家乐,每年吸引上万游客前来避暑……2021年,临江村村集体收入超过35万元,村民人均收入1.2万余元。

“在党的关怀下,幸福甘泉正汨汨来。”谈及现在的生活,李金芬呵呵地说。(记者 金泉)

天台镇兴红村:致富有了新“鸡”遇

“这是140羽鸡苗,在喂养过程中有任何问题都可以和我们联系,我们的专业人员会上门来作技术指导。”在赤水市天台镇兴红村,村干部和志愿者们正在有序地将鸡苗发放给群众,并给群众讲解喂养注意事项。

“我家有20余亩林地,除了栽种竹子外,还想搞林下养殖,可是不懂技术,又不懂管理。听说村里免费提

供鸡苗,又有专业人员提供技术支持,村里还有销售途径。我就报名领取了鸡苗,回去后好好喂养。”天台镇兴红村村民李显华满心欢喜地把鸡苗装进箩筐中。

“我家林地多,通过纯天然无污染的林下养殖模式,鸡肉、鸡蛋的口感和营养价值都要好很多,一定会受到消费者的喜爱。”村民黄田兵正在

自己的竹林里干劲十足地搭建鸡棚。

据了解,天台镇兴红村结合自身林地资源丰富的优势,通过养殖大户带头示范和提供技术支持,以“党支部+合作社+农户+公司”的组织方式,发展林下生态蛋鸡养殖产业,提供从鸡苗发放、技术指导到回收销售的一条龙服务,彻底解决养殖户的后顾之忧。(据天眼新闻)

“此次发放乌骨鸡苗8000羽,喂养殖户有200余户,预计户均可增收6000元以上。接下来,兴红村将通过品牌化运营,提供专业的技术指导,打通产业销售链,推动产业规模化、品质化、市场化发展。”提到发展产业,兴红村党支部书记代小勇充满信心。

推进新时代人民政协履职能力建设

市政协委员(干部)履职能力提升培训班开班

本报讯(记者 李奎)11月14日,市政协委员(干部)履职能力提升培训班在贵州长征干部学院开班,50名市政协委员(干部)围绕学习贯彻党的二十大精神、助推红色旅游发展主题“充电续航”。

本次培训为期5天,采取专题授课与现场教学相结合,理论学习与研讨交流相结合的方式。培训内容包括深入学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想,贯彻落实党的二十大精神,学习贯彻省委十三次党代会精神、中央政协工作会议精神,用好红色资源传承红色基因方面的解读等,还安排了关于“遵义红色旅游融合发展”的分组讨论。通过专题培训让委员(干部)们着眼红旅融合发展深入思考,把问题分析透彻,把对策提得精准,以全新的视野为遵义红旅融合发展开出良方,推动遵义做大做强红旅融合品牌,以高水平的建言成效和实实在在的履职成果,助力形成红色旅游产业发展一体化格局。

大家表示,将学深悟透、融会贯通,以党的二十大精神为指引,广泛凝聚共识,按照“懂政协、会协商、善议政,守纪律、讲规矩、重品行”的要求,把学习培训当作自己的责任义务,先学一步、深学一些、带头示范,切实提高参政议政能力,增强责任感和使命感,充分展现新一届政协委员的新风貌新面貌,为政协事业发展添砖加瓦,向广大群众交出一份满意的答卷。

“i茅台”的专属节:

极具标志性的5·19之后,11·29又将传递什么新信号?

距i茅台正式上线已近半年,在双11这个特别的时间节点,i茅台官宣开启又一专属茅台的重要节日,启动“11·29一起i”系列活动,包括发售茅台小凌限量收藏款、“i茅台”DID数字身份上线,集中增量投放小茅100ml,开放百分百约中专场申购等。

从5月19日5款云购产品正式上线,到11月29日8个系列活动密集举行,“i茅台5·19”和“11·29一起i”,让两个特别的日子成为了i茅台的专属节日。

回顾这半年时间,i茅台不仅每日连续投放产品,还在每月29日,“五一”劳动节、教师节等节日,创意打造了“小茅好运”、温情满人家、致敬奋斗者、“喜相逢”等专场申购活动,一系列专属节日营销,放大了品牌长效影响力。

而11月29日即将开启的系列活动,不仅是i茅台上线半年后回馈茅台的一场暖心福利,也将是i茅台紧接2023年年初,实现良好开局的一次重要品牌营销。

上半年:i茅台5·19

5月19日,i茅台正式上线,4款既有申购产品和5款新增直接即时销售产品,组成了i茅台正式上线的产品阵营,价格带从208元到4599元,让广大消费者有更多的产品选择,享约“i茅台”,共享美好生活。

“i茅台5·19”谐音“爱茅台,我要酒”,成为i茅台标志性的一天。

也是在这一天,i茅台明确了“四美、四者”的定位——美的产品、美的服务、美的文化、美的生活,做产品链路的链接者、茅台文化的传播者、数字营销的践行者、销售渠道的协同者。

对很多茅台粉而言,过去的半年,“小茅运”成为i茅台最熟悉的新闻,这源于每月29号举行的“小茅好运”专场申购。

自4月29日20时-21时i茅台举行“小茅好运”首轮专场预约活动后,每个月的29号成为专属i茅台的特别日子。因为比平时至少提升三倍的申购成功率,吸引了无数消费者参与。

参加“小茅好运”专场申购需要“小茅运”达到50个,为了提升消费者的参与感,i茅台开启了“小茅运”积攒攻略。除了可以每天用坚持不懈预约的耐力积攒“小茅运”,用户还可以参加“小茅好运探索之

旅”,用耐力值换“小茅运”。

在观察者看来,每月29号开启的“小茅好运”专场申购已经成为i茅台营销的“高光亮点”,不仅具有强大的促销价值,还能起到品牌建设、消费者情感链接、社会氛围营造等效果。

今年在立夏、高考季、教师节开启的1935“喜相逢”双瓶申购,“五一”金王子致敬奋斗者,小茅100毫升“老友小酒”等,i茅台创新融入产品特色表达节日营销,更加立体化融合中国传统节气文化与品牌元素,极大提升了用户的新鲜感与活跃度。

以茅台1935为例,有喜事喝茅台1935的氛围感正在不断深入人心。就在今年中秋前的9月9日,茅台1935在i茅台开启“桃李芬芳·喜相逢”线上专场,12000瓶吸引了922245人参与预约申购,带来的效应则是线下溢价。

不只是茅台1935,低度茅台酒和金王子、紫迎宾的线上云购,也取得了不俗成绩,不仅稳住了市场终端价,还为线下销售带来了更强大动力,提振了市场消费信心。

更重要的是,i茅台利用品牌号召力和强大流量,提升了这些产品的知名度,让更多人知道茅台有这些酒,并且了解了它们是什么价位,加深消费者对茅台酒产品体系的认知以及消费信心,销量也随之提升。

在大单品的带动下,第三季度,系列酒49亿元的营收不仅分别超过了一季度和二季度的销售收入,在单季同比增速上也实现了超越。

此外,这个夏天,i茅台和茅台冰淇淋成为最佳CP。自茅台冰淇淋在5月19日上市后,线上已覆盖24个省市区,线下旗舰店也开了19个。关于茅台冰淇淋的专属节日活动,也是一个接着一个。

今年立夏和中秋时节,在i茅台APP多次开展茅台冰淇淋配送限时立减。

下半年:11·29一起i

就在大家关注i茅台新的一年将如何发展之时,i茅台官微发布了重要信息,锁定11月29日举行“11·29一起i”系列活动。

i茅台特地提到了三个信息——温暖

的回馈、舒心的体验和紧密的连接,这也传递了i茅台未来发展的信号,那就是与用户更贴近。

值得一提的是,11月29日也是茅台冰淇淋旗舰店走出茅台半年的时间。

首先是温暖的回馈。最近i茅台开通了新一项“小茅运”积攒捷径——自11月9日至11月28日,通过“i茅台”购买茅台冰淇淋(含品鉴卡),每一杯可随机抽取并获得2-15个“小茅运”。

行将年底,消费者加速“小茅运”积累是为12月8日在i茅台启动的百分百约中专场申购。用户预约后,通过区块链摇号,四款产品随机约中。

据悉,在4月29日至11月29日期间参加过4次以上“小茅好运”专场申购,且于11月29日“小茅好运”专场申购后当日24时,“小茅运”达到350点以上的用户即可参加。

其次是舒心的体验。为了提升用户体验,12月6日起,“小茅100ml”将集中在21时-22时投放,当日投放量将增至约50000瓶,让更多人买到酒。

与此同时,i茅台还将开启云购成功用

户抽奖回馈和申购成功用户抽奖回馈。

12月2日,小茅将开启抽奖活动回馈5月19日至11月29日在“i茅台”云购(线上销售)成功并完成交易的所有用户。

12月3日,小茅还将开启抽奖活动回馈3月31日至11月29日在“i茅台”申购成功并已完成交易的所有用户。

消息显示,i茅台已经为大家准备了神秘奖品。

就在最近,i茅台APP开启的茅台冰淇淋立冬分享活动还在持续。用户在i茅台APP活动页面领取1个抽奖码,分享本次活动至微信后返回i茅台APP活动页可再获得2个抽奖码,抽奖码越多中奖概率越高,每个用户最多可获得3个抽奖码。

每个中奖用户将获得一张茅台冰淇淋电子品鉴卡(12杯装),凭借此品鉴卡可兑换一箱(12杯)价值764元的茅台冰淇淋。

立冬也要吃茅台冰淇淋,品牌效应从夏天持续到了冬天。

不止于此,11月19日至11月26日期间,在线上或旗舰店累计购买3杯及以上的茅台冰淇淋消费者,可参与抽取茅台三天两夜游。

第三是紧密的连接。无论是小茅还是茅台小凌都赢得了众多粉丝。11月29日,茅台小凌限量收藏款手办正式开售,小茅七曜系列手办也将开启预售。

在“11·29一起i”系列活动中,还有个特别的信息,那就是“i茅台”DID数字身份将上线,这也意味着“i茅台”用户都将拥有唯一数字身份。

据介绍,12月1日,i茅台会充分利用“天工链”的强大能力,启动用户数字身份,在区块链去中心化架构、非对称加密算法、分布式存储技术、多方参与共识机制的支持下,最大程度为用户提供更安全、更私密、更便捷的服务。

有关人士分析认为,在数字化的今天,Z世代(1995年至2009年出生的一代人)相当多时间“泡”在网上——如何塑造线上消费新场景成为品牌亟需解决的关键问题。

此番,i茅台的专属节日打造“人无我有”的独特体验感,以多场景的互动玩法全方位包裹用户聚合流量,强势提升品牌声量与影响力,增强用户的活跃度和体验感,建构茅台数字化营销品牌。

(金石)

