

开创新局面 谱写新篇章

江苏淮塔：党建融合发展 赓续精神血脉

本报记者 魏静 □ 忽艳

2022 年 9 月 27 日,中宣部、国家发展改革委等联合主办的“奋进新时代”主题成就展在北京展览馆开幕。经选拔审核,多位江苏省红色故事宣讲大赛参赛选手亮相本次展览,以优异讲解服务赢得社会各界高度评价,为展览作出贡献,为江苏赢得荣誉,其中包括三位淮海战役纪念馆专业讲解员梁天琪、殷小涵、汪海清。淮海战役纪念馆专业讲解员、江苏省第三届红色故事宣讲大赛金牌讲解员殷小涵坦言:“这是我第一次参与全国大型展览的讲解工作,它就像一堂最好最生动的思政教育实践课,‘奋进新时代’主题成就展,让我更加坚定理想信念,回到单位后,要继续讲好红色故事,讲好新时代奋斗者的故事!”

提质升级 红色场馆建设再上新台阶

众所周知,淮海战役以持续时间最长、歼敌人数最多、以少胜多、以弱胜强等特点成为解放战争时期三大战役中关键一役,淮海战役革命先辈们所表现出的决战决胜、一往无前的“淮海战役革命精神”,成为全国人民的精神财富。

位于江苏徐州的淮海战役烈士纪念馆(简称淮塔)景区是全国著名爱国主义教育基地与红色旅游景区,入选了全国一百个“红色旅游经典景区”,1965 年建成开放。淮海战役纪念馆位于景区内,馆藏 2 万余件,为国家二级博物馆。近年来,淮海战役纪念馆落实意识形态工作责任制,深入推进党建业务融合发展,以“牢记宗旨、忠诚履职、团结协作、开拓创新”为引领,不断开创工作新局面,谱写



红色事业发展新篇章。

淮海战役纪念馆 2003 年 5 月进行扩建工程;2007 年 7 月,新馆建成开放;2021 年 7 月 1 日,提质升级的淮海战役纪念馆开馆,改造后的基本陈列“人民的胜利——淮海战役历史展览”展出 2000 余件文物。展览以“党史全局视角”“以人为本”“内容为王、形式创新”为展陈理念,采用“研究型、教学型、体验型、创新型”展览形态,主题更为宏阔、精神更为鲜明、内容更为丰厚、形式更为新颖,红色教育的功能功效不断增强。

为更好发挥教育功能,特别对粟裕将军骨灰撒放处、支前小道等进行改造提升,成为江苏省党性教育现场教学点。同时,该馆一直注重软实力的提升,对管理和业务人员进行不间断培训,组织讲解员参加各级各类大赛,持续强化研究展示、文物保护、宣传教育三支业务队伍建设,为红色事业的可持续发展夯实人才基础。

科技引领 文物保护利用取得新突破

文物是不可再生的文化资源。让文物资源活起来,需要加强文物保护的科学研究,着力提高文物保护的科技水平。淮海战役纪念馆按照国家一流文物

库房和国家一级博物馆中库房建设管理的标准,高质量规划实施文物库房建设工程,以专家前置、实地考察、过程督导等方法,确保库房建设从指导思想、基本原则的确立到设计施工的各个环节的科学、规范。目前,库房基础建设已经完成。不断完善库房、藏品管理等各项规章制度,形成文物保护利用工作制度体系,并在日常工作中严格落实,确保文物安全。对馆藏文物进行系统梳理、采集数字信息,为重点文物建模,制定预防性保护、数字化保护和书画作品修复等方案,目前已全部通过专家审核。历时两年,斥资近百万,完成 40 件(套)损毁较为严重的纸质文物修复。通过到中央档案馆、解放军档案馆及苏鲁豫皖各省、市档案馆、党史办实地征集、在多媒体平台发布征集信息、采访淮海战役亲历者等方式,广泛征集文物史料。

“我们不断推陈出新,力图找到更为贴近真实情境的视角还原历史,让人们能‘看’到、‘听’到过去,更真切地触碰到峥嵘岁月和滚烫的热血。”管理中心主任蒋越锋表示。据了解,近年来,该馆共征集实物、文献、地图等 2000 余件,中央军委和前线往来电报、粟裕的弹片、黄维的拐杖等珍贵文物史料填补了馆藏空白。

该馆利用科技手段增强文物展示效果,新展览中设置 10 余个科技展项,实现文物的可触可感。

擦亮品牌 革命精神传承开创新局面

“天长日久,春风化雨,耳濡目染,化风成俗。”该馆利用展览中的专题展项,设置党性教育、军事教学和青少年研学等 5 个教学线,开发 10 余堂针对党员干部、部队官兵、大中小学生的课程,实施“展览+”、沉浸演出和菜单教学等模式,为革命精神传承开拓新阵地。同时该馆注重强化教育功能,传承红色基因,把大力弘扬淮海战役革命精神作为革命文化建设的重要内容,系统实施“革命精神进党课、党日活动进淮塔、红色故事进校园”的三进教育工程,年均受党组织 5 万余人、党员 10 万余人次、大中小学生 20 余万人次,形成具有较高知名度和美誉度的教育品牌,入选全国革命文物保护利用十佳案例。此外,4 人、4 个课程入选徐州市党史学习教育宣讲团和课程库,1 人担任市委宣讲团团长,4 人读本被列为徐州市党组织党性教育教材,“淮海战役革命精神特展”“粟裕指挥艺术展”等 4 个原创展览在中央党校、省市各地等巡展。

近年来,淮海战役纪念馆将传播红色文化,传承红色基因,擦亮“英雄徐州”红色品牌落到实处,先后获全国文明城市称号,展览获徐州市创新奖一等奖,4 次获国家和省级各类红色故事大赛优秀组织奖和优秀组织单位,2 人获国家级金牌志愿讲解员,4 人获江苏省金牌讲解员称号,5 人获徐州市金牌讲解员称号。

中洋鱼天下敏锐契合消费喜好,特辟“质量与颜值”并存的潮流单品。

为策应会员制赛道市场的蓬勃发展,中洋鱼天下在用心做产品的基础上,还不断加强在北京、上海、广州、深圳等主流市场的全面布局与供应链布局。中洋鱼天下在全国拥有 50 多家产品基地,在江苏、上海、广东等地均建有自建与合作工厂,高效的加工能力与物流配送能力能满足长三角、珠三角地区以及粤港澳大湾区市场的日产日配服务;目前,中洋鱼天下正马不停蹄地进军京津冀地区,择址建立加工与物流服务中心,不断成熟与完善中洋鱼天下供应链,推进会员店赛道加速发展。与此同时,中洋鱼天下在聚焦高质量发展生鲜工厂、预制菜工厂的同时,将战略目光聚焦上海,选址建设生食工厂,将金枪鱼、三文鱼、北极甜虾、鲷鱼、北极贝等高品质的生食产品纳入中洋鱼天下专供立体化产品矩阵中来,进一步推进发展。

当下,中洋鱼天下凭借高复购产品、高曝光品牌力、大体量 sku、强大供应链、差异化品质服务,从品牌到产品到供应链,和会员店模式深入融合,在“会员店”赛道上一路高歌猛进,品牌活力和张力快速提升,消费者的客户黏性及复购意愿在不断得到强化,业绩弹性不断释放,未来必将大放异彩。

(刘大勇 林春芳 许宁宁)

山姆、盒马、Costco、麦德龙

中洋鱼天下深度布局“会员店”赛道

“河豚鱼片味道很鲜”“免浆黑鱼片回购 N 多次了”“天冷正好囤点三拼火锅组合在家涮涮”“去年买的盒风系列,今年中洋鱼天下又出了盒火锅食材系列,包装还是一如既往的精致时尚”。在山姆、盒马、Costco 等会员店里,整柜陈列的中洋鱼天下产品,吸引了一大批忠实铁粉和新粉的围观抢购。

“会员店”超市商业模式最初由国外引进,其特点是仓储式销售,用会员制锁定目标顾客群。比较知名的会员店有山姆、Costco、麦德龙、盒马等。山姆会员商店是世界 500 强企业沃尔玛旗下的会员制商店,Costco 是美国最大的连锁会员制仓储量贩店,麦德龙是德国仓储式商店,盒马是阿里巴巴对线下超市完全重构的新零售业态。会员店是传统零售的新转型业态,主要通过“人”的属性挖掘,来更好的匹配相关商品陈列和售卖,强调自身特色,主要面向中高端群体,提供生活品质升级和高性价比商品。

中洋鱼天下产品从 2020 年惊艳亮相盒马首家会员店之后,相继上架盒马



X 会员店、盒马鲜生等全系列门店,成为盒马 X 会员店最大水产单品合作方;2021 年 7 月,中洋鱼天下进驻上海 Costco 门店,12 月份进入上海山姆会员超市,并凭着网红爆品免浆黑鱼片、牛蛙等产品迅速走红,跟随 Costco、山姆在全国扩张而席卷一二线城市,成为国内第一个进入 Costco、山姆的中国水产品,也是最大的优质水产品供应商。从布局到发展,随着“中洋鱼天下”品牌影响力

的加强,产品复购率提升,产业链的稳定与完善,以及加工与仓配能力的提升,中洋鱼天下目前在会员店赛道迎来爆发性增加,也吸引了麦德龙、大润发等会员制超市主动抛来橄榄枝,寻求战略合作。

从产品到服务,中洋鱼天下自进入会员店赛道,就精准画像客户,从洞察需求到产品开发、设计、加工与配送,精准定位,深挖客户潜在需求,高度匹配会员店模式与中高端人群。比如在商品规格选择上,针对会员店一次性购物量大的特点,中洋鱼天下相应地设计大规格包装,专供会员店超市需求;在烹饪方式方面,考虑是中高端用户,这种家庭消费往往追求健康、营养,并且配备有各类新潮的烹饪工具,中洋鱼天下有针对性地进行产品设计,开发烧烤系列产品;在消费形式方面,新中产和年轻人成为会员店超市的主流消费群体,



履行央企责任，国寿寿险已陆续对 50 余款保险产品扩责

当前,各地区各部门深入贯彻落实党中央、国务院决策部署,适应疫情防控新形势和新冠病毒变异新特点,落实优化疫情防控二十条和新十条等措施,不断提升防控的科学性、精准性。

面对防疫新情况、新形势,有不少群众提出疑问,如果阳了,前期购买的保险产品是否能够理赔?

据了解,自 2020 年新冠肺炎疫情爆发以来,中国人寿保险股份有限公司(以下简称“中国人寿寿险公司”)积极响应国家号召,履行央企责任,已陆续对 50 余款保险产品扩展了新冠肺炎重症、危重症的保险责任。

对于购买了上述保险产品的新老客户,无需再行支出额外成本,在扩展责任有效期内经医院确诊初次发生新冠肺炎,且临床分型为重型或危重型,该公司就可按被保险人确诊当时合同基本保险金额(或保险金额)的 25% 给付新冠肺炎保险金,每份保单针对扩展责任给付以一次为限且最高为人民币 100 万元,原保险合同的保险责任不变。

该公司表示,被保险人首次确诊感染奥密克戎,且临床分型为重型、危重症病症,属于上述保险产品扩展责任范围。

据初步统计,自新冠肺炎疫情以来,中国人寿寿险公司已赔付新冠肺炎相关案件 4563 人次,赔付金额 5842.9 万元。该公司表示,后续将继续通过新冠肺炎理赔绿色通道,为客户提供简捷、品质、温暖的服务。

《保险热点资讯》栏目由中国人寿江苏省分公司冠名



中国东方丝绸市场



协办单位

