

让“周村好品”飞往全国各地

以电商为入口，“周村好品”开启“互联网+”发展新途径



本报11月29日讯(记者 胡泉) 近年来,网络购物不断普及,深受百姓欢迎,近日,周村区工商局召开了“互联网+融合发展”座谈会。来自周村区的22家电商齐聚这里,研讨品牌建设与电商融合发展。

随着电子商务的发展,商业模式和生活方式等也随之发生深刻变化。消费方式从“线下”转向“线上”,对于周村而言,很多的品牌产品、品牌企业,都是直接和消费者见面。如现在正在推行的“周村好品”,包括周村烧饼、王村醋、玉兔酱油、丝绸产

品、毛巾、电热锅、沙发家具,这些都是周村电子商务发展最大的优势。那么如何将这些优势充分利用起来呢?周村区工商局局长韩锋表示:“周村区目前出台了系列的激励政策,鼓励企业品牌发展,品牌建设指挥部也有意把电子商务作为推进品牌建设的重要内容。”

“周村帮”是本地运营性的电商,这是一个基于微信端的小程序,产品主要也是通过微信端的小程序来销售。“我们面向的群体是周村城区的用户,‘周村帮’本身就是想打造一个品牌,打造一个集便民服务、集新闻资讯、集新零售于一体的一个综合平台,新零售自然就包括了产品的上门类的配送销售。把周村的一些老品牌作为代表打造形象,就是一个电商平台宣传和一个

品牌整体性的宣传。毕竟‘周村帮’本身有自媒体属性,我们通过自媒体属性来做宣传知名的品牌,这样用户的认知和粘性也会增加,这样它深入人心之后,不仅平台自身品牌价值提高了,老品牌的名头也会更亮起来。”“周村帮”主编孙喆说:“我觉得周村的电商发展还是非常具有潜力的。”

周村区品牌指挥部负责人盛秦岭表示:“有些企业对电商这一块缺乏一些专业的人才和专业的运作经验,通过这些企业面对面的对接和网络营销方面的交流可以进一步促进企业之间的沟通,下一步我们将借助比较成熟的平台来嫁接品牌与电商。比如我们初步想把王村醋做到天猫,让更多的人都认识到周村的优秀品牌产品。”

博山区今年发放救助资金3641.82万元

本报11月29日讯(记者

樊舒瑜 通讯员 韩文彬 燕哲) 为切实保障全区困难群众的基本生活,2018年以来,博山区加大救助保障力度,为17552名困难群众发放各类救助资金3641.82万元,切实将党和政府的温暖送到困难群众身边。

为实现社会救助业务的“零跑腿”,博山区在全市率先开发建设“情暖万家·掌上救助”平台,创新打造社会救助“手机申请、线上审批”的全程网络办理模式,困难群众不出家门就可以得到及时的救助。

聚焦养老事业发展,着力打造“智慧民政”。在原“12349”居家养老服务基础上,联合山东大学、泰山管理学院等多名专家学者,形成了以智慧健康养老平台为核心、以“互联网+居家养老”服务站为依托、以专业化服务为支撑的,覆盖全区13万老人的居家养老服务网络。聚焦社会事务管理,着力打造“创新民政”。在博山公园二层中心位置建设了全省唯一一处“地名文化墙”,融入博山陶琉文化元素,进一步弘扬了博山优秀地名文化。