

中国共产党成立100周年 庆祝活动 标识发布

据新华社北京3月24日电 中共中央宣传部今天公开发布中国共产党成立100周年庆祝活动标识。

活动标识由党徽、数字“100”“1921”“2021”和光芒线组成，生动展现中国共产党团结带领中国人民不忘初心、牢记使命、艰苦奋斗的百年光辉历程。数字“100”构成标识基本造型，“1”以100度仰角呈现，寓意以习近平同志为核心的党中央团结带领全党全军全国各族人民在前进道路上不断从胜利走向新的胜利。党徽位于标识左上方，寓意中国人民在中国共产党的领导下同心同德、砥砺前行，不断创造新的人间奇迹。56根光芒线将数字“100”连接成一个有机整体，展示中国共产党是中国工人阶级的先锋队，同时是中国人民和中华民族的先锋队，寓意奋进之光照耀中华大地、照亮未来之路。嵌入数字“1921”代表100年前中国共产党的创始，“2021”代表中国共产党团结带领中国人民实现第一个百年奋斗目标、开启第二个百年奋斗目标，两个圆形寓意党和国家事业犹如滚滚历史车轮，势不可挡，勇往直前。

斗目标、开启第二个百年奋斗目标，两个圆形寓意党和国家事业犹如滚滚历史车轮，势不可挡，勇往直前。

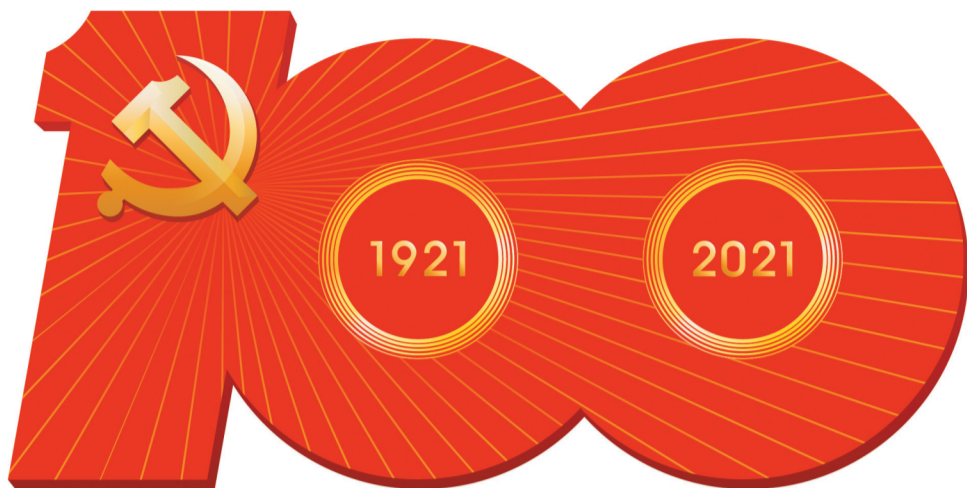
相关链接

中国共产党成立100周年 庆祝活动标识使用说明

中国共产党成立100周年庆祝活动标识使用说明：此标识为中国共产党成立100周年庆祝活动的唯一指定标识。

一、使用范围

- 1.用于庆祝中国共产党成立100周年活动及其他有关活动。
- 2.用于庆祝活动环境布置和请柬、证件、须知、签到簿等用品的制作。
- 3.用于群众性主题教育活动的背景板、标牌、彩旗、遮阳伞、遮阳帽、手提袋、文化衫等的制作。
- 4.用于新闻报道专题专栏、专题网页和宣传品、宣传折页、宣传标语、公益广告、招贴画等



庆祝中国共产党成立100周年 The 100th Anniversary of the Founding of The Communist Party of China

的制作。

5.用于制作庆祝活动徽章、即时贴、胸牌、臂章等，供群众佩戴留念。

二、使用要求

- 1.庆祝活动标识使用应当严肃、庄重，不得任意修改、变形或变色，不能因放大或缩小破坏标识的完整性。
- 2.庆祝活动标识不得用于商业广告、制作商标或其他任何商业性用途，不得用于私人庆典和

吊唁活动。

3.以庆祝活动标识为元素制作的用品，要与庆祝中国共产党成立100周年主题密切相关，不得乱用、滥用。

4.庆祝活动标识使用要结合实际、因地制宜，妥善把握与周边环境关系，注重整体效果，既要有利于营造浓厚社会氛围，也要注意不能破坏现有自然景观，确保与城乡环境面貌协调统一。

三、使用管理

- 1.庆祝活动标识所有权属于中共中央宣传部。
- 2.市场监督管理部门要做好庆祝活动标识的商标注册管理工作，防止标识被商业注册，要加强标识使用的市场监督和管理。
- 3.各地区各部门要对辖区内和主管主办的活动进行监督，对不按要求使用标识等问题及时采取针对性措施予以整治。

国务院常务会议部署实施提高制造业企业研发费用加计扣除比例等政策

普惠小微企业贷款延期还本付息政策延至年底

新华社北京3月24日电 国务院总理李克强3月24日主持召开国务院常务会议，部署实施提高制造业企业研发费用加计扣除比例等政策，激励企业创新，促进产业升级；决定将普惠小微企业贷款延期还本付息政策和信用贷款支持计划进一步延至今年底；通过《中华人民共和国职业教育法（修订草案）》。

会议决定，一是今年1月1日起，将制造业企业研发费用加计扣除比例由75%提高至100%，相当于企业每投入100万元研发费用，可在应纳税所得额中扣除200万元。实施这项政策，预计可在去年减税超过3600亿元基础上，今年再为企业新增减税800亿元。

会议指出，去年以来实施的

支持小微企业两项直达货币政策工具，即对地方法人银行办理普惠小微企业贷款延期还本付息给予激励、对其发放小微信用贷款提供优惠资金支持，对帮助小微企业渡难关、保就业保民生、稳住经济基本盘发挥了重要作用。为保持对小微企业的金融支持力度不减，会议决定，在前期已将两项直达货币政策工具延续实施

至今年一季度的基础上，进一步延长实施期限到今年底，对小微企业再帮扶一把。一是对2021年底前到期的普惠小微企业贷款，由企业自行协商延期还本付息，并继续对办理贷款延期还本付息的地方法人银行按规定给予激励，激励比例为贷款本金的1%。二是对符合条件的地方法人银行发放小微信用贷

款，继续按本金的40%提供优惠资金支持。同时，要研究加大对个体工商户的政策支持。

会议通过《中华人民共和国职业教育法（修订草案）》，对产教融合和校企合作、支持社会力量举办职业学校、促进职业教育与普通教育学业成果融通互认等作了规定。会议决定将草案提请全国人大常委会审议。

中粮可口可乐12.53亿利润交逆势增长答卷

疫情下的2020年，中国冲出困局，诸多企业更是在逆境中斩获佳绩，中国食品（00506.HK）便是其中之一。

3月23日，中粮可口可乐大股东中国食品发布年度财务报告。报告显示，中国食品全年利润总额同比大增23.7%至12.53亿元，业绩水平连续两年创历史新高。

全年上市多款新品 跑出千万级“黑马”

2020年，中国食品持续丰富产品品类与口味，推动新品上市。年内，公司上市咖世家即饮咖啡、美汁源果汁桃桃等新品，收入贡献率达到了3.6亿元，新品成长性可期。

其中，咖世家即饮咖啡已经成为中粮可口可乐新品梯队的第二大超级单品。数据显示，咖世家即饮咖啡试运营仅半年时间，



其销售收入就已近6000万元。

咖世家即饮咖啡与美汁源果汁桃桃、阳光柠檬茶、菊花茶、嗜茶、醒目荔枝味汽水、纯悦果味水等新品正逐渐成长为中粮可口可乐产品增长的第二曲线。

新品表现优异，传统优势汽水品类同样增速喜人。报告期内，中粮可口可乐汽水品类收入较上

一年度增长4.03%，收入占比提升约2.66个百分点。

渠道策略优化 B2C、O2O收入增长40%

在追求全品类饮料战略的过程中，中国食品积极探索新兴渠道和新的消费场景，通过渠道“组

合拳”拉近与消费者距离，提高消费需求的响应速度。年内，公司在社区店、乡镇市场、B2C（企业通过互联网直接为消费者提供产品或服务）、O2O（线上线下打通的本地生活平台）等渠道实现了双位数增长。

去年，中国食品成立了新零售部门并配置专职人员对B2C及O2O渠道进行深度开发，渠道创新红利得到进一步释放。

目前，中粮可口可乐经营区域内，可口可乐系列产品在外卖平台的铺货率居行业首位。

近年来，电商渠道日益成为品牌上新和高毛利产品推广的主阵地之一。报告期内，中国食品B2C商品在架率从2019年的87%提升到2020年的96.7%，对电商渠道的充分利用，正逐渐成为公司优化渠道产品结构、拉动销售增长的重要途径之一。

统筹区域排产 供应链效率进一步提升

去年，中国食品对华北区域进行供应链整合，统筹区域产能利用率，打破装瓶厂供应边界，有效降低了供应链成本。

一方面，中国食品根据生产需求进行统一排产，优化产能利用。公司制定并执行统一的排产标准，通过在销售淡季快线满产，小口味产品集中生产等方式，大大提高了装瓶厂的产能利用率。

另一方面，华北区域内的装瓶厂以物流半径为参考值，进行物流配送体系调整，提高产品流通效率。

中国食品当下供应链和渠道能力突出，产品结构优化红利持续释放，未来成长路径清晰。预计2021年中国食品的收入、利润有望获得新突破。