

# 全国首个“光瓶酒领袖大会”在重庆举行 水巷子小青花荣获“年度明星小酒”称号

■ 本报记者 何沙洲

11月7日,2017全国光瓶酒领袖大会与重庆秋季糖酒会同期盛大举行,这是糖酒会史上首个以光瓶酒主题的文化创意展。作为中国酒都宜宾的又一知名酒企——宜宾金喜来酒业有限公司受邀参展,与国内主流光瓶酒品牌一同展出,并与来自全国30多家光瓶酒企业和近400名经销商,共同探讨光瓶酒的趋势与未来。

宜宾金喜来酒业有限公司携带参会的水巷子小青花酒,凭借高颜值夺得了众多来自全国各地的经销商眼球。作为金喜来酒业的明星产品,“水巷子小青花”小酒在此次全国光瓶酒领袖大会上,荣获了十大“年度明星小酒”称号。

## 金喜来酒业公司为光瓶酒未来的超越和创新提供动力

众所周知,自2012年开始,中国酒业进入了一个深度调整时期。经历五年的思考与探索,白酒行业终于迎来了爆发式的复苏。光瓶酒从一种不被重视的白酒品类,在顺应大



● 张仁友(右)接受记者采访,向记者介绍水巷子小青花



● 年度明星小酒奖牌

众酒时代需求的潮流中,逐渐成为白酒阵营最重要的组成部分。

本届大会主题为“重新定义刚需市场”,这标志着光瓶酒行业在经历了一个高速发展期后,即将进入全新升级的新时代。

在会上举行的“全国光瓶酒领袖联盟”启动仪式现场,宜宾金喜来酒业有限公司总经理张仁友,同牛栏山、江小白、郎酒、河套酒业等企业代表上台和大会主办方一起探讨光瓶酒的创新与发展,为光瓶酒未来的超越和创

新提供动力。

## 让消费者喜欢还买得起的小酒

在大众消费升级、大众消费高速增长的背景下,无疑,光瓶酒将是未来酒业成长最快的品类。

光瓶酒领袖大会进行了酒业精英企业家高端对话,访谈现场,金喜来酒业公司总经理张仁友揭开了水巷子小青花的神秘面纱。

张仁友讲到,为了让消费者喜欢还买得起的小酒,金喜来酒业经过一年多的策划和努力,在今年9月推出了水巷子小青花这款小酒,上市两个多月卖了接近5万件,得到消费者广大好评。

金喜来酒业携水巷子小青花参加此次光瓶酒大会,让水巷子小青花获得了更多的关注和认可,金喜来酒业也在此找寻到自己的品牌位置和发力方向,为光瓶酒发展注入长久驱动力。

## 首届中医(药)文化大会将于12月举行

■ 刘丽

长期以来,中医药文化软实力远没有得到充分展示,造成不少公众对于中医药行业的认知存在诸多误区。“振兴中医,文化先行。”11月17日,中医(药)文化大会秘书长刘峻杰宣布,首届中医(药)文化大会将于12月25日至28日在深圳举行,大会将秉承贯彻《中医药法》,传承中医药文化,服务“一带一路”建设,促进中医药发展的宗旨开展相关活动安排。

据悉,大会由中华中医药学会、世界中医药学会联合会、中国中医药协会、中国民族医药学会、中国中医药信息研究会、中国民间中医医药研究开发协会、中华炎黄文化研究会、中国华夏文化遗产基金会八大机构联合主办。

## 落实文化引领,推动中医药创新发展

“随着健康中国上升为国家战略,以及《中华人民共和国中医药法》的颁布实施,中医药产业迎来重大的发展机遇,因此在新形势下举办此次大会,是一次新的机制探索,同时,对落实文化引领、创新驱动的发展战略,对中医药文化与健康产业也将产生重要的推动作用。”中华炎黄文化研究会常务副会长兼秘书长张希清说。

世界中医药学会联合会创会副主席、国家中医药管理局原副局长李振吉表示,中医药文化是打开中华文明宝库的钥匙,又是中华文明走向世界的一张名片。大会将联合各界同仁深入探讨中医药国际化发展课题,进一步推进中医药的一带一路建设。

中国中医药信息研究会会长、国家中医药管理局原副局长吴刚表示,要利用好“中医(药)文化大会”这个平台,深入探讨中医药信息化发展问题,并发出倡议,希望所有中医药的从业者们,更加重视数据的保存和整理工作,在传承中医文化的同时,创新发展中医科学,在传承的基础上不断创新,才能更好地造福人类。

中华中医药学会副会长曹正连则表示,希望通过“首届中医(药)文化大会”以新的战略高度、更宽广的视野、更开放的思维,深入探讨中医药文化与产业在传承发展、创新驱动、品牌建设等方面的问题,为助力中医药事业与产业的发展作出独特的贡献。

## 聚焦中医药文化,呈现四大亮点

刘峻杰表示,首届大会以“传承创新、文化引领、产业驱动、科学发展”为主题,围绕四大亮点展开:

**一是前瞻导航+高规格传播。**针对《中医药法》的实施及政府出台的最新政策解读,以及中医药行业当前普遍困惑迷茫的行业趋势洞察等核心内容,将组织跨部门、跨领域的政策与趋势研判圆桌对话会,由政府领导、专家、企业家、投资人直接对话碰撞,指点迷津,把握方向。

**二是跨界整合+多圈层链接。**大会将以中医药文化为纽带,发起成立“中医药文化与产业共同体”新平台,云集国内外热爱中医药文化的知名人士跨界聚首,共同关注中医药文化。

**三是前沿认知+强实战分享。**大会还将邀请政府机构、专家学者,发表针对中医药文化与产业前沿的真知灼见,并就中医药文化与产业深度融合、医养文旅特色小镇项目运作、大型中医药企与中医医院品牌建设、中医健康管理体系建设、中医药健康产业投融资等行业热门话题进行深入探讨。

(刘映)

## 四川广安:龙安柚变身脱贫“金蛋蛋”



四川广安市广安区龙安乡依托地方名特产品和国家地理标志保护产品龙安柚,不断发展壮大产业扶贫规模,相继在革新村、集中村、高潮村、民主村等贫困村新发展或改良龙安柚4800亩10多万亩,并成立龙安柚种植专业合作社,吸收社员600余户,实现产值近5000万元,社员户均增收2.6万元,使龙安柚变身脱贫“金蛋蛋”。

图为11月6日,四川省广安市广安区龙安乡革新村“第一书记”张译文(左二),在果园利用互联网帮果农现场销售新发展的扶贫产业成果——龙安柚。  
邱海鹰 摄影报道

## 民族品牌康师傅迈入下一个25年 携手航天共筑中国梦

■ 胡可璐

成立25周年的民族品牌康师傅最近成为媒体关注焦点。11月9日,康师傅在天津举办“饮水思源 再创辉煌——中国航天合作发布会暨食安检测中心签约仪式”,中国女排总教练郎平出席了发布会。

发布会上,康师傅与天津经济技术开发区签署了合作意向书。根据意向书,康师傅将在开发区出资设立食安检测中心。此外,康师傅还与中国航天基金会举办了签约仪式,正式对外宣布,自8月21日起,康师傅将为中国航天事业合作伙伴,助力中国航天事业发展。

## 聚焦食安 携手航天共筑中国梦

据了解,食安检测中心将承担食品安全检测、研发、科普培训等功能。在政府部门支持下,康师傅将联合京津冀乃至全国范围内优质学术资源,推动食品安全技术研发和成果转化,并积极为国家食品安全标准的制订与更新提供参考,全方位提升行业食安水平。

通过这一中心,康师傅将提供权威、公正的第三方服务,承担更多社会责任。康师傅控股执行长韦俊贤表示,康师傅愿意积极把自身取得的前瞻研究和技术优势与行业乃至全社会共享,推动国家食品安全战略落地。康师傅目标是在政府的支持下,将其打造成为国际一流的食品安全检测、研发和培训基地,使其作为“健康中国”战略的重要承载平台。

随着牵手中国航天事业,康师傅在食安体系建设方面也将更上一层楼。韦俊贤说,“在航天标准之下,康师傅将进一步提升在食安管理方面的科技含量,最终使升级后的食安管理水平造福消费者。”

对于康师傅方便面,郎平很有感情。在里



● 康师傅·中国航天事业合作伙伴签约仪式



● 康师傅与天津经济技术开发区签订食安中心合作意向书。张昊/摄影

约奥运会紧张的比赛期间,郎平和她的队员们就食用着康师傅方便面。女排队员朱婷在土耳其征战联赛时,康师傅也派出专门厨师服务她的饮食。郎平表示,康师傅创立25周年,这是一个了不起的成就。方便面是国人喜爱的家庭食物,特别是旅行中大家食用得更多。中国女排在国外打比赛,吃一碗康师傅方便面可以感受到家的味道。希望康师傅面条能够早日上太空,让航天员的饮食更加丰富。

据了解,不论是与航天事业开启合作,还是打造食安检测中心,康师傅都在为下一个25年酝酿一个更有战略意义的开端,这个开端承载着康师傅弘扬中华饮食文化永续经营的愿景与使命,驱动康师傅再次迈向新的高峰。

## 感恩25年 康师傅成国民大品牌

从1992年初创推出第一包“红烧牛肉面”,到2017年发展为市场占有率第一的行业领军品牌,这25年是康师傅把握时代机遇平地起高楼的第一个战略机遇期。得益于中国经济的快速增长,康师傅的市场版图不断壮大,凭借一款“红烧牛肉面”所建立的事业根基逐渐发展为横跨方便面、饮料、方便食品的大型食品饮料集团,在多个品类成为行业领头羊,更吸引了百事可乐、星巴克、迪士尼、NBA等众多国际知名品牌与之合作。

对于康师傅方便面,郎平很有感情。在里

约奥运会紧张的比赛期间,郎平和她的队员们就食用着康师傅方便面。女排队员朱婷在土耳其征战联赛时,康师傅也派出专门厨师服务她的饮食。郎平表示,康师傅创立25周年,这是一个了不起的成就。方便面是国人喜爱的家庭食物,特别是旅行中大家食用得更多。中国女排在国外打比赛,吃一碗康师傅方便面可以感受到家的味道。希望康师傅面条能够早日上太空,让航天员的饮食更加丰富。

纵观康师傅发展史上的第一个25年,不难看出,推动康师傅走向成功的因素是多方面的。

在产品创新上,康师傅深耕中华文化,把博大精深的各地饮食、养生文化渗透到产品研发当中,累计研发的方便面品种有260多种,近些年推出的黑白胡椒、爱鲜大餐、DIY面、冰糖雪梨、酸梅汤等产品深受消费者喜爱,让更多中国人通过康师傅感受到中国的小贡献。

在食安管控上,康师傅共计投资5亿在上海打造联合创新研发中心,该中心具备食品安全检测和研发功能,多达3000人的工作团队实现了每年350万次、1500多项指标的检验检测,对标国际化水平。

在通路管理上,康师傅构筑了星罗棋布的渠道布局,实现了产品第一时间触达消费者,康师傅被很多业内人士视为快消行业的

## 老口味如何打出特色牌

今年,北京市联合河北青县、天津蓟县等地,在三地组织开展地方特色老品种的鉴定、展示和推广工作。在北京市农业局收集到的36份珍贵特色农作物资源材料中,对田间表现稳定、特性突出的大黄番茄、六叶茄、核桃纹大白菜、白玉米、羊角脆甜瓜、八棱脆菜瓜等在三地做展示示范,并将京津冀地方特色农作物品种推向三地农业观光采摘园区。

“老的辣”是山东安丘两河大蒜的一个老品种,种植始于清代初年,主要分红皮、白皮两个品种,个大,皮薄,色白,瓣齐,味香辣,汁黏稠。但近年质量和纯度有所下降,开始影响产量。为加强老品种保护,安丘采取了针对性举措。一是组织传统老品种的专业化选种和推广。二是指导农民主动剔除病种,及时购买优质良种。三是强化技术研发,一方面对老品种进行提纯复壮或脱毒处理,另一方面不断进行品种优化,提高老品种的抗逆性。

60多年前,江苏省太仓市就开始种植早熟水稻品种“老来青”。为使种植的优质大米在本地提前上市,抢占市场,太仓市一家合作社与上海科研机构合作,对“老来青”原种进行改良,并引进种植。当地主要水稻品种成熟期都比较晚,一般在10月底至11月初,而“老来青”可在9月5日至10日成熟,弥补了市场上每年9月至10月新米缺乏的空当期。

山东省威海市文登区高村镇沙柳村农民从上世纪90年代初就生产西红柿,如今仍然使用当初的老品种“草莓柿子”。当地合作社用膨化的大豆、花生做基肥,配合施用稀释发酵后的牛奶,使土壤能够为作物提供充足的营养。为保证质量,还给西红柿套上了网套,避开物流中转的磕碰。虽然西红柿产量不高,但卖得好,平均每斤售价是普通西红柿的3倍左右。

(李竟涵)

## 浙江首次快递出口大闸蟹 舌尖美味“爬”上香港餐桌

记者20日从浙江出入境检验检疫局获悉,浙江首批以快件形式运往香港的大闸蟹(600公斤)已顺利在杭州出境,于18日抵达香港。这批大闸蟹从在江苏捕捞、在浙江出境,到运抵香港,一路“快递”仅需12小时。眼下,香港食客正在享受最新鲜的“蟹宴”。

以往,由于运输过程中通关时间长、散航货机起飞时间不固定等原因,大闸蟹在运输中常出现蟹体活力下降、死亡率升高等情况。因此,浙江首次尝试以快件形式,向其他国家或地区运递鲜活水产品,为鲜活水产品出口开辟了新的通道。

浙江出入境检验检疫局杭州机场办事处工作人员范宇博告诉记者,该批出口的大闸蟹产自江苏无锡某无公害农产品养殖基地,于出境当日16时开始捕捞,18时完成装箱并启运,至21时抵达杭州萧山机场,搭乘次日凌晨2时起飞的货运专机,于次日凌晨4时运抵香港。全程低温冷链运输,确保了大闸蟹的鲜活美味,让香港和内地市民一道享受这舌尖上的美味。出口企业负责人介绍,此前出口大闸蟹需按普通货物报检,时间较长。此次通过快件形式出境,成本与传统出口方式相差无几,却更加快速高效,为企业打开了一条全新的鲜活水产品出境道路。

(方堃)

以往,由于运输过程中通关时间长、散航货机起飞时间不固定等原因,大闸蟹在运输中常出现蟹体活力下降、死亡率升高等情况。因此,浙江首次尝试以快件形式,向其他国家或地区运递鲜活水产品,为鲜活水产品出口开辟了新的通道。

浙江出入境检验检疫局杭州机场办事处工作人员范宇博告诉记者,该批出口的大闸蟹产自江苏无锡某无公害农产品养殖基地,于出境当日16时开始捕捞,18时完成装箱并启运,至21时抵达杭州萧山机场,搭乘次日凌晨2时起飞的货运专机,于次日凌晨4时运抵香港。全程低温冷链运输,确保了大闸蟹的鲜活美味,让香港和内地市民一道享受这舌尖上的美味。出口企业负责人介绍,此前出口大闸蟹需按普通货物报检,时间较长。此次通过快件形式出境,成本与传统出口方式相差无几,却更加快速高效,为企业打开了一条全新的鲜活水产品出境道路。

“黄埔军校”。

在营销管理上,康师傅注重将文化底蕴融入营销中。比如在里约奥运会期间,康师傅在奥运中心附近打造里约面馆,这个场所作为提供中华美食的重要阵地,为中国代表团成员和志愿者们送去了来自祖国的关怀。

在引领行业转型升级上,康师傅围绕中产阶级对于“高端”、“健康”的诉求推出了以熬制高汤面为代表的高端面,以家庭温馨共餐为场景的DIY面,以NSF国际认证为标志的高品质优悦饮用水,依托中华养生和茶文化的果茶汤语、酸梅汤等,使康师傅产品后劲十足。

康师傅在方便面市场长期占据半壁江山,康师傅红烧牛肉面曾经作为时代的爆款更制造了“红动中国”景象。在很多70后、80后的记忆中,红烧牛肉面是一种情怀,它是孩童时期向往的美食,也是深夜孤身者的首选慰藉。现在的康师傅活跃在NBA、马拉松赛场,迪士尼乐园,“一带一路”国际会议现场,今天的康师傅在新时代迸发出新的活力。

魏应州如此为康师傅的新25年定调:

“康师傅要时刻铭记我们的愿景和使命,以成为受尊崇的企业为奋斗目标,以弘扬中华饮食文化为使命,不断致力于为消费者提供更安全、便利、美味、物有所值的产品。”