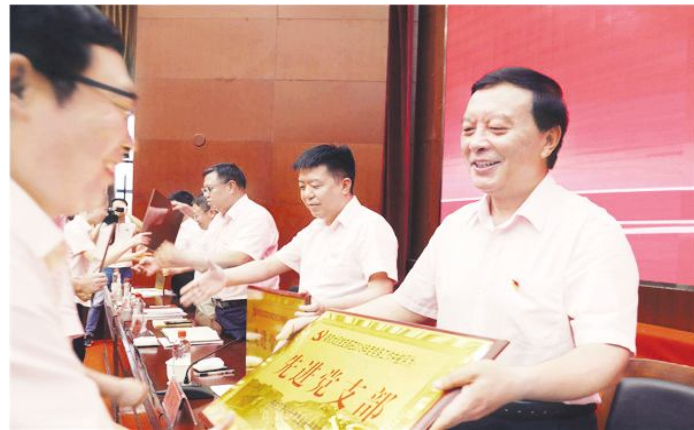


强化“四个第一” 追求“头部”崛起

7月6日,今世缘酒业召开2019年上半年工作总结暨下半年工作部署大会。党委书记、董事长、总经理周素明动员广大员工统一思想、坚定信心决心,保持定力谋发展、乘势而上高质量,为全面实现“奋斗新五年,实现翻两番”战略目标奠定坚实基础。

今年以来,今世缘酒业坚持“稳中求进抓机遇,进中向好高质量,全力打赢新五年开局之年攻坚战”为总体要求,以战略思维放大格局、提高站位、抢抓机遇,以创新思路系统谋划、强化定位、明晰路径,以更高的工作标准、更严的工作要求推动高质量发展,销售额、利润、入库税收等主要经济指标保持良好的增长态势,各项工作取得较好成绩。突出表现在:市场高质量发展态势初步形成。品牌势能进一步提升,产品结构进一步优化,渠道建设进一步夯实,区域拓展进一步精准,团队建设进一步加强。卓越绩效模式管理水平持续提升。优化战略举措,提升了卓越绩效;深化精益生产,促进了降本增效;加强综合管理,提升了能力水平;强化审计监察,加大了维权力度。奋发状态、奋进合力有效增强。启动了主题教育活动,增强党员干部战斗力;强化了企业文化渗透,增强团队成员向心力;实施了薪酬制度改革,增强广大员工凝聚力。

就强化“四个第一”,追求“头部”崛起,周素明指出,下半年,要把握行业深度分化期、



●今世缘酒业党委书记、董事长、总经理周素明颁奖

消费升级机遇期、企业发展关键期,突出以新五年战略引领今世缘健康可持续发展,全面增强企业核心竞争力。一是强化“市场是第一车间”,积极参与头部竞争。注重战略引领,完善目标规划;着力打造品牌,提高形象占位;抢抓升级机遇,培育发展动能;坚持分类施策,优化投入机制。二是强化“创新是第一动力”,全面提升保障能力。推进营销机制改革,提升增长动力;推进服务机制创新,提升运转效率;优化资源供给,提升服务能力。三是强化“人才是第一资源”,着力打造人才磁场。在人才数量规划上匹配新五年战略目标,在人



●合影留念

才质量提升上支撑新五年战略目标,在人才激励机制上保障新五年战略目标。四是强化“党建是第一责任”,建好建强战斗堡垒。既紧扣基本,又紧盯中心;既做好形式,又做实内容;既对标达标,又创新创优。

为确保打赢“奋斗新五年,实现翻两番”开局之年攻坚战。周素明强调,要强化头部竞争意识,提高站位格局。今世缘的追赶超越已经到了关键时期,迫切需要把新五年的“规划图”变成“施工图”,把“时间表”变成“计程表”,努力抓住新机遇,赢得新空间、攀上新高峰。坚持“一盘棋”思想,坚持“一体化”推进。

在“一盘棋”上高质量做好具体谋划,按照“一张图”高质量坚定不移干到底。健全资源配置体系,推动形成与市场竞争力生成提高相适应的资源配置格局和整体合力。梳理突出问题,深化标本兼治。结合正在开展的“不忘初心、牢记使命”主题教育,对企业高质量发展情况进行一次大梳理、大排查。按照“急则治其标,缓则治其本”的原则,分解任务、提出具体措施,制定整改方案,明确整改标准。强化责任担当,严明纪律作风。发挥党员干部先锋模范作用,带动、推动各项工作进展。

(余春燕 纪晓洋 本报记者 何沙洲)



红岩杰狮中置轴货运列车喜获“2019年物流行业用户满意质量五星级产品”称号

近日,由中国交通运输协会主办的“第二届中国智能物流技术装备大会暨物流技术装备企业家年会”在浙江杭州隆重召开,来自全国的500多位专家及物流相关行业代表参加了本次大会。

会上,上汽依维柯红岩商用车有限公司(以下简称“上汽红岩”)的红岩杰狮中置轴货运列车凭借“更强的动力表现、更人性化的车型设计”,得到了来自物流行业用户的肯定,荣获“2019年物流行业用户满意质量五星级产品”称号。

完美动力, 经济高效

“618”商家大促活动后,我国物流业又迎来新一轮的运输高峰。据国家邮政总局相关信息:“618”活动期间,全行业揽收快件超过36.3亿件,同比增长29.6%。庞大的货物周转量,对物流运输工具的效率提出了更高要求,红岩杰狮中置轴货运列车正是提高物流效率的运输利器。

该车搭载了同步欧洲动力技术的Cursor11升发动机,最大马力450ps,最大扭矩2100N·m,匹配铂金动力组合,带来了极佳的动力输出表现,能够在最繁忙的物流运输时期,保证运输时效性。

同时,红岩杰狮中置轴货运列车采用了基于电子控制的可变几何截面涡轮增压器,不仅使该车能在较低的转速条件下确保出色的最大输出扭矩,还能在各种转速条件下实现最佳的扭矩输出,完美适应各种路况需求。

精巧结构, 人性化运输体验

近年来,我国物流业获得较快发展,但物流总费用同样居高不下。交通方面,公路收费成本占比最高,已占到运输型物流企业成本的30%左右,收费公路货运量占中国公路总货运量的70%以上。因此,如何有效节省运输途中的高额成本,成为物流企业最为关心的问题。红岩杰狮中置轴货运列车在车型设计上,也给物流业的利润管控带来了更多惊喜。

该车采用小轮胎、低承载结构设计,能够满足现有法规形势下的最大容积,车厢容积整体达到117m³,超越同行业其他车型容积的40%以上。

值得一提的是,主、挂车科学结合的货箱组合方式是其另一大亮点,可根据日常货物运输需求和运输路线,选择最优组合模式,相较于传统的单货箱卡车来说,双货箱可实现快速卸货物和高效率的甩挂运输,明显提高运输效率。装卸货时,货箱两边可以同时大角度打开,主、挂货箱可同时装卸货,大大节省了装卸时间。

(杨建)

伊川农商银行专题培训助力转型升级

7月5日晚,河南省洛阳市伊川农商银行举办大堂经理专题培训,培训由银雁公司资深讲师授课,总行相关条线人员、辖内大堂经理、支行行长、业务骨干等共计90余人参加,总行副行长参与培训,并提出要求。

培训开始前,总行副行长强调了培训纪

律,要珍惜来之不易的学习机会,在有限的时间内认真听讲,领悟精髓,深入思考,入脑入心,全面提升专业技能和综合素质,将所学所悟运用到具体工作中,为伊川农商银行的转型升级和结构调整贡献力量。

培训中,讲师通过情景模拟、案例分析,

向大家深入浅出的阐述了做好厅堂服务的重要意义和必备条件,传授了大堂经理服务客户、营销客户的技能和法宝。培训现场,6个小组在竞赛中学习,在学习中赶超,他们依次登台,现场制作分享宣传海报,展示厅堂微笑沙龙,互动式教学收到了良好的效果。

新颖的培训形式使大家开阔了眼界,提升了技能。大家纷纷表示,此次培训接地气、有干货,为做好厅堂服务、营销客户提供了遵循,为企业转型升级、调整结构奠定了基础。

(本报记者 罗红耀)

茅台之窗

2019“中国茅台·国之栋梁”圆梦行动即将启航

“中国茅台·国之栋梁”希望工程圆梦行动2019脱贫攻坚公益计划新闻发布会即将于7月10日在青海省海北藏族自治州文化活动中举行,茅台集团将继续捐资1亿元人民币帮助全国2万名贫困学子圆梦大学。

习近平总书记说,扶贫必扶智。让贫困地区的孩子们接受良好教育,是扶贫开发的重要途径,也是阻断贫困代际传递的重要途径。自2012年开始,茅台集团每年向中国青基会捐款1亿元人民币,资助当年参加高考,并被全日制普通高等院校录取的农村家庭经济困难且品学兼优的农村大学生,解决他们从家门到校门的生活费,资助标准为一次性5000元/人。2017年,茅台集团与中国青基会发布“中国茅台·国之栋梁”希望工程圆梦行动脱贫攻坚三年公益计划,在三年内每年为茅台学子提供1亿元助学金。

据悉,8年来,全国青基会系统按照资助管理规则,对资金、资助严格管理,认真选好每



个受助学生,把好每一笔助学金,保证捐款能够公开、公正、透明、高效地传递给受益人。截至到2019年,茅台集团已累计向中国青基会捐赠8亿元,受助地区覆盖全国31个省(区、市)、新疆生产建设兵团及全国铁路系统

的33个地区,受益贫困学生达16万名。据调查,目前已有四届八万名受助茅台学子毕业走向社会,90%的毕业茅台学子已就业,另有10%的学子选择读研、留学、创业等。受助茅台学子对茅台品牌的认知度高达94.80%,关注度高达90.90%,认可度高达99.17%。

8年来,从资金帮扶助学、社会技能平台提供到精神鼓舞和引导,每一笔茅台助学金的背后,是社会正能量的不断传播和传承,鼓舞着千千万万有志青年茁壮成长为国之栋梁,实践着寒门学子获得公平教育、共享改革成果的初心。

“不负初心,青春有梦”,茅台集团和中国青基会将继续全面贯彻党的十九大精神,以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导,坚持精准扶贫精准脱贫伟大战略,为全面打赢脱贫攻坚战贡献力量,用实际行动回馈社会,谱写勇于担当的圆梦篇章。

中国茅台·国之栋梁希望工程圆梦行动

大型公益助学活动是当今希望工程事业蓬勃发展的重要标志,是积极落实《中长期青年发展规划》的有效实践。目前已有四届八万受助茅台学子毕业,走向社会。据统计,约90%的毕业茅台学子已就业,10%的学子选择读研、留学、创业等,受助茅台学子们展现的自立自强、积极向上的精神风貌成为教育脱贫的榜样。

茅台集团党委书记、董事长李保芳表示,这些年,茅台一直坚持开展助学活动,除了“中国茅台·国之栋梁”外,还开展了“习酒·我的大学”“国酒人助学会”等系列帮扶活动。茅台始终认为,对于扶贫来讲,助学既扶今天,更扶明天,是来得最快、最直接的,也是最根本的扶贫。

秉持着“大品牌大担当”的社会责任感,茅台集团坚持在自身发展壮大的同时,积极承担社会责任,回馈社会,形成了一条独具茅台特色的企业发展可持续道路。

(本报记者 樊瑛 张建忠 综合报道)

良品铺子不断找寻美食与健康的密钥 从小铺子到“零食王国”

良品铺子股份有限公司追求“品质为王”,从原料到工艺、从设计到生产、从包装到运输都经过科学试验,并制定了量化标准,上柜之前每种产品都要经过6道关口。同时,良品铺子贴合顾客物质消费、精神愉悦全方位需求,推出“高端零食”,使企业与客户互动,共同实现自身社会价值。在生产过程中,良品铺子在“三产”融合中发挥了基础作用,带动全国230万农户增收,并形成较完整的“三产”融合的产品生态圈。

6月24日,在布鲁塞尔举办的2019年Superior Taste Award(顶级美味大奖)的颁奖典礼现场,中国休闲零食企业良品铺子股份有限公司荣获包括最高三星产品奖在内的8项大奖。这是该公司继6月初在2019世界品质品鉴大会上斩获4金13银6铜后获得的又一国际殊荣。

屡获国际大奖的背后,是以良品铺子为代表的中国零食品质得到国际标准的肯定。良品铺子以“品质为王”,以高端战略引领行业升级,成为“零食王国”的领跑者。截至目前,良品铺子已携100多款美味零食进入欧洲、北美、澳洲、东南亚等20多个国家和地区。

践行品质为王

罗马时间6月3日,在2019世界品质品鉴大会(Monde Selection)颁奖典礼上,良品铺子选送的23款零食斩获4金13银6铜。评委迪米特里·得罗耶表示,很喜欢猪肉脯,呈现出丰富味道和不同层次的口感,是一款很有中国特色的美味零食。

良品铺子猪肉脯来自“肉脯之乡”靖江,用特级鱼露和新鲜蛋液充分腌制,再用传统手工编制的竹筛晾晒,随后精心挑选4遍,剔除竹纤维,经8小时低温烘烤而成。

芒果干选用拥有世界第一甜度的菲律宾吕宋芒;虾夷扇贝必须产自北纬39度国家一类海域;甘栗仁每颗都经过4道人工筛选,10吨优质的板栗经过重重筛查和加工,只有一吨能够摆上货架……每一款获奖产品的背后,无一不彰显着良品铺子对高品质的追求。

良品铺子股份有限公司董事长杨红春认为,良品铺子的成功源于“品质第一”的经营理念。“每一种产品,从原料到工艺、从设计到生产、从包装到运输都经过科学试验,制定出了量化标准,每种产品的标准都是一本几百页厚的书,这样品质才有保证。”杨红春说。

6月20日,记者在良品铺子位于武汉临空港经济开发区的生产基地看到,所有产品发货之前,都要经过物流仓库旁边的食品检测中心。在食品检测中心内,感官检验师肖滨滨正在对一批肉类、谷物类食品进行检测。肖滨滨说:“这里做的是重金属检测,我每天要检测20多个样本,发现超标要复检,复检还超标就要送到外面专业机构检测,还不合格的就进行相应的处置。”

其实,上柜前的检测还只是良品铺子品质保证的6道工序之一,在此之前,每种产品还要经过5道关口:生产商的甄选、原料精选、口味定制、生产过程监控、快捷物流保鲜。良品铺子股份有限公司质量检验中心负责人陈志峰说,“以物流保鲜为例,良品铺子目前可以做到让所

有产品从生产线到消费者手中,不超过21天”。

转换高端赛道

商务部流通产业促进中心服务业研究室副主任陈丽芬认为,随着消费升级步伐加快,零食行业从以简单补充饮食需求为核心的粗放经营的“1.0版”,到因居民健康生活理念崛起而以改进产品品质为根基的“2.0版”,再到考虑多元消费场景、融入文化休闲元素打造主题零食品牌的“3.0版”,直至进入贴合顾客物质消费、精神愉悦全方位需求,继而使企业与客户彼此互动、共同实现自身社会价值的“4.0版”时代。

随着销售规模的扩大,良品铺子对“需求侧”的管理也越来越精细。2015年8月开始,良品铺子联合IBM等互联网服务巨头,利用大数据为消费者“画像”,挖掘潜在需求。杨红春说,每卖出一份零食,大数据系统会根据店面规模、销售渠道、销售速度等,分析何时需要补货生产,从容实现以销定产、按需生产,既缩短库存时间,又确保产品新鲜。

为顺应消费和产业升级需求,今日起,良品铺子开始进行高端化转型:在230种原料类型中精选100种,进行细分品类、提升品质和体验等方面的升级,升级过的高端产品销售占比已达50%。

“‘高端零食’不是简单以价格区分,而是高价值概念。高端零食就是给予消费者高品质、高颜值、高体验以及精神层面的满足。”杨红春说,高品质是指从产业链各环节精细化地控制产品品质,高颜值是指产品的形体、质感、

手感让人有美好的感受,高体验则是让顾客便于购买、收纳、携带和食用。为生产“高端零食”,良品铺子进行了一系列改革。

甄选优质供应商。良品铺子对其制作工艺、选材质量、运输系统等方面的要求更高,将原来的300多家减少至200多家;给每一个产品建立标准。任何一款产品都要锁定品种,明确种植、养殖、防虫、防害、收割、预处理、存储、配方、加工工艺、包材、视觉以及终端的陈列标准;升级服务模式。今年4月,良品铺子全新五代店在武汉和成都亮相,从店面升级、品类调整、体验改善等多方面打造了新一代高端零食门店;线下终端转向高端购物中心。目前,良品铺子已向接近400家购物中心店,布局在武汉、南京、杭州、成都等城市的顶级商圈。今年,新开门店中半数以上集中在大型购物中心。

探路“三产”融合

这几天,湖北荆州市莲藕种植大户金诗成正忙着扩大种植面积。“今年会扩大到5000多亩。”金诗成告诉记者,只要品质够好,良品铺子对农户实行“保底收购”,账款一月一结。

作为“国家地理标志产品”,荆州(洪湖)莲藕,藕带名声在外。即便如此,2013年前,金诗成也经常为莲藕销路发愁。“紧俏时还能卖个好价钱,赶上货多扎堆,1公斤莲藕只能卖一块钱,完全是亏本生意。”

直到6年前,当地一困境才有了转机。2013年,良品铺子与当地供应商合作,开始研发和生产莲藕类休闲食品。2014年,第一款合作产

品香辣藕片开始生产上市。合作第一年,良品铺子莲藕类产品采购金额就达到400万元。此后几年,良品铺子又研发了多款莲藕类休闲食品,采购量也逐步上升,2018年采购金额已超过3500万元。莲藕类休闲食品逐年增多的采购量,直接带动了当地种植业发展。与荆州莲藕一样受益的还有河北黄骅冬枣,良品铺子通过当地合作的加工厂对接7万枣农,以标准模式种植,成熟后保价收购。

自身具备一定规模,能够集成资金、技术、人才、管理等多方面的优势生产要素,是龙头企业“三产”融合中发挥作用的基础。良品铺子产品需采用来自30个国家和地区的190种原料,其中40余种产品直接和产地源头签约,有效促进了这些地区第一产业的发展。对各地第二产业而言,良品铺子依托强大市场终端与消费者交互和数据分析能力,充分洞察消费者需求,与加工厂共同研发产品,盘活行业产能。

海味零食就是个典型品类。该品类具有高蛋白、低脂肪的特点,有良好的消费基础,但保鲜和运输一直是供应链瓶颈,因此消费有一定地域性。良品铺子与国内知名渔业上市公司合作,将产品做成休闲食品后,随时随地可携带和食用,消费区域已遍布全国。2017年3月,虾夷扇贝成为良品铺子天猫旗舰店海味零食销售冠军,截至2019年3月,虾夷扇贝与对对虾产品全渠道销售达1.8亿元。

迄今为止,通过类似模式,良品铺子已带动全国230万农户增加经济收入,并形成了较为完整的一二三产业融合的产品生态圈。

(郑明桥 柳洁)