

不惧疫情 逆风飞扬

“南庭”品牌抢占休闲食品市场

眼下,各类企业纷纷抢抓复工复产机遇,一场加快国内经济复苏的“疫”行动打响。近日,位于德阳广汉的四川港益食品有限公司机声隆隆,生产车间忙碌井然。从2月19日企业复工复产至今,恢复了往年的常态水平,来自全国各地的订单不断,从这里驶出的物流集装箱队,将港益食品生产的各类休闲消费食品运往全国。

兴趣地参观了烘焙车间,穿过6米长的通道,人们走进了一个巨无霸的休闲食品生产线车间。这个投资300万元的巨无霸生产线,是以集生产芝麻杆、芝麻饼、小米锅巴、苕酥、桃酥等多种类休闲食品的生产线。据了解,这个巨无霸生产线每天生产20-25吨各类休闲食品。在与生产车间技术人员和管理人员交谈中,记者感受到的是,企业复工复产后,将带来生产内动能和市场消费活力的有序激活。

据四川港益食品有限公司董事会理事、四川佳禾盛世品牌董事长、成都南庭食品有限公司总经理李科宏介绍,企业开工前期得到了长期合作的原材料供应商的积极供应和充足的材料储备,为公司及时复工复产做好了生产保障和支持。其次,为保障食品安全和卫生生产,公司遵照政府提出的复工复产要求,不仅对进出厂里的人员和车辆实行实名登记管理,体温检测等,而且厂里的生产工人和生产车间对标疫情防控标准和要求后方才启动开工。同时,公司除生产传统休闲消费零食产品外,今年还增加了粽子和月饼等产品系的生产,为此还斥资引进了专业设备,力争为即将到来的五一节、端午节等做好优质产品的市场供应。

在空气清新的易家河坝风景区的某酒店,南庭食品公司还举行了品牌发布会和产



品订货会。会上,南庭食品今年新推出的四川火锅粽、泡椒牛肉粽等新产品,以及定制款、南神款等礼盒系列,格外抢眼,受到了不少与会经销商们的青睐。现场还推出“网红”热销款礼盒产品和收藏版礼盒的限量、限时订货。参与订货的经销商和合作伙伴,还将赢得抽取长安新能源厢式面包车、微型货车大奖的机会。

据四川港益食品有限公司董事长、四川佳禾盛世品牌成都南庭食品有限公司董事会委员赵文中透露,每年国内休闲食品市场消

费份额高达约5000亿元,且每年还在以大幅环比速度增长。随着人们消费方式的日益多元化、休闲化趋势呈现,尤其是定制化休闲食品消费将成为人们日常食品消费的新宠。南庭品牌系的推出,以立足精致轻奢休闲消费食品定位,不仅是对公司休闲食品产品系的互补,而且通过产品系的多元化整合,为公司在国内休闲食品消费市场上提升品牌渗透度,提高市场占比等将开启新空间。尽管当下疫情仍未退去,但企业仍然有信心做好消费食品产业。(汪雯)

麦当劳：“黑科技”打造全新明星产品

4月15日,麦当劳中国在3500多家餐厅推出全新产品“麦脆脆汁鸡”。麦脆脆汁鸡是一款结合了“大块技”、“入味技”、“鲜嫩技”、“多汁技”和“香脆技”五大“黑科技”的全新明星产品,满足中国消费者对大块带骨鸡肉产品的喜爱。

要的新产品——历经了近一年半的调研、菜单开发和口味测试等环节,并在最后通过600多人的盲测才敲定。为了这款产品,我们在后厨引进了全新设备,并对员工进行了全方位的培训。”麦当劳中国首席执行官张家茵表示,“进入中国内地30年来,麦当劳成功为中国消费者推出麦辣鸡腿堡、板烧鸡腿堡和麦

辣鸡翅等经典产品。我们相信大块、多汁的麦脆脆汁鸡将成为麦当劳中国又一款明星产品。”

除了单点以外,麦当劳还提供了“麦脆脆汁鸡套餐”和“麦脆炸鸡桶”等更多组合,满足顾客不同用餐场景的需求。消费者还可以通过“麦乐送”和第三方外送平台点餐享用。4月

15日上午8:30开始,麦当劳在B站举行24小时新品云发布会,发放百万产品券福利。发布会包含消费者现场品尝新品、为外送员和加班人员送出鸡腿的暖心活动,以及深夜吃鸡等有趣环节,让消费者全方位深入了解这款明星产品。(张阳)

意得凯视力防控体验中心交大店在蓉盛大开业

明媚春光亮眼,4月21日,意得凯视力防控体验中心交大店在成都盛大开业。意得凯视力防控体验中心是一家专注于青少年视力健康的高科技连锁经营企业,致力于青少年儿童近视防控,以自有独立的高科技研发团队,独创并推出了意得凯远红外“生命之光”健康眼镜架,专为有近视防控需求的青少年儿童提供预防、控制、改善视力的服务。

间近距离用眼过度,会使睫状肌痉挛,而造成近视度数不断增加。在孩子出现近视后,但仍难以改变日常用眼习惯,延缓近视度数的难度很大,而使用意得凯远红外“生命之光”健康眼镜架,可以通过科学的方法放松睫状肌,缓解视力疲劳,从而在根本上避免度数的增长发展,乃至让视力获得改善。

随着国内疫情进入尾声,全面复工复产的时刻已经到来,在家连续上了两个月网课的同学们,大都迎来了全面开学的日子。受疫情影响期间同学们响应“停课不停学”的号召,积极开展网课教学,虽然保证了教学的进度,但因为长时间网课眼睛得不到休息,也引发了



家长、学校与社会各界对青少年儿童视力健康的担忧。近年来,我国青少年儿童近视现象越来越

严重,已引起社会广泛关注。据权威数据显示,截至2018年中国近视患者已超过6亿,预计2020年达到7亿,青少年儿童近视患者已高达4亿,专家称之为“国病”,为了改变此严峻现状,2018年8月,教育部等八部门联合发布了《综合防控儿童青少年近视实施方案》,明确将降低近视率纳入政府考核指标。同时也有民间企业响应国家号召,为出现近视、远视、散光等视力问题的青少年儿童提供帮助。相信意得凯视力防控体验中心的开业将为青少年朋友带来新的福音,助他们学习与生活一臂之力。(袁慧)

成都犀浦街道:构建“七彩犀和”场景 倾力打造“和”文化国际社区

“社区是市民的生活家园,也是城市的基本单元。社区治理是社会治理的基础,城市治理的基石、国家治理的重点。社区治理民心顺、社会稳、城市安。”

社区CPU、社情分析”等新技术,为新市民提供“智慧物业、直播创益、社邻互动”新服务,并全新打造具有现代感、安全感、归属感的复合型社区生活场景。”

2018年7月,犀浦街道将位于犀团路168号伊萨贝拉闲置的临建售楼部,整体打造成了以“和”文化为元素的“和悦汇邻里中心”。“和悦汇邻里中心”是在广大居民中广泛征集而得,意在把社区建设成“和悦一家、向往生活”的和谐大家庭。社区面积有1.8平方公里、13个小区院落,服务人口6.3万余人。自去年10月以来,共有“巴蜀笑星”叮当、黑籽儿、花开犀和、蜀艺、中国移动等10多家优秀品牌企业入驻社区多功能区。

犀和社区“以新发展理念引领城市治理方式转变,完善城乡社区形态、业态、文态和生态统筹推进机制,营造社区绿色生活场景和消费场景;以有机更新、立山立城,建设宜人宜居、智能智慧的城景社区、望水亲水乡风文明的乡村社区、功能复合职住平衡的产能社区”为目标,以“打造生活、环境、消费、文化、机制国际化社区”为抓手,倾力构建“七彩犀和”场景:一是表达社区智慧科技治理体系的“智和”;二是呈现社区创意、时尚、艺术的“景和”;三是营造社区品牌、融合现代文化和本地特色等多元化的“文和”;四是打造党建引领小区治理示范的“邻和”;五是建设品质生活服务的“生和”;六是塑造社区公约、共同价值理念的“家和”;七是整合

商圈资源,建设商圈党建阵地的“业和”。通过“七彩犀和”场景构建,最终呈现富有“和”文化特质的国际化社区。犀和社区在党建引领城乡社区发展治理中,主动顺应新时代市民美好生活需要的深刻变化,把市民的感受、市民的需求、市民的发展作为社区发展治理的出发点,在回应市民企业关切中“以事聚人”,在破解民生难题中“聚人成事”,构建人才政策体系,完善人力资源建设体系,建立基本公共养老服务清单管理和动态调整制度体系,大力培育创业服务和生活服务兼容的空间形态,形成生活场景、消费场景、创新场景融合叠加的产业功能区 and 社区服务圈。(周安才)

便民服务 收费标准:55元/行/天(13字1行) 广告热线 028-66079393 QQ:769036015 VX:13308082189

Advertisement for Chengde Rural Property Rights Exchange Center, featuring a table of land parcels for sale/lease and various public notices. The table includes columns for parcel number, location, area, and price. Notices include business registration, company liquidation, and recruitment information.