

茅台之窗 | 茅台·追光者

徐也涵:就算撞了南墙,宁愿把墙拆了,也不会回头!



●查看帮扶项目



●希望驻村干部周启康



●参加六一慰问活动



●关爱道真县场坝小学留守儿童活动

2015年5月13日,在省委、省政府大扶贫战略的部署下,茅台集团扛起了“帮扶道真”的重担。

五年时间,1800多个日夜,茅台人不忘初心、秉承匠心、保持恒心,下足绣花功夫,把产业链条深深“扎进”这片曾经大山阻隔、峡谷横断的吃乡大地,与35万道真各族人民并肩书写了精准扶贫的精彩篇章。

五载接力,茅台集团先后有800多个批次、5000多人次的茅台人来到道真,“村村都有茅台人,人人都在促脱贫”成了吃乡大地上的靓丽风景!

徐也涵是茅台集团驻道真帮扶工作队的副队长,五年前的今天,刚出差20多天回到家的她,还没缓过神来,便又匆匆收拾了两件衣服从茅台赶赴300公里之外的道真。

作为第一批前驻的队员,本想着去一两年锻炼一下自己,可没曾想到,这一待就是五年。“我觉得最骄傲的事情,就是让道真人,起码说很多我们帮扶的贫困村的老百姓、以及县城的老百姓和县委政府相关单位都说我们茅台好!”

徐也涵是一个爱挑战的人,所以当看到厂里招募的通知时,尽管自己并无相关的工作经验也毫不犹豫地递交了申请书。“因为没

有接触过,所以想去锻炼一下自己,想去看看和自己想的是不是一样。”

满怀期待的徐也涵,没想到“住宿”会是她到了道真后的第一个难题。“来的时候我以为这些都准备好了,原来什么都没有。”好不容易找到了可以住的房子,她又接到了一个任务。“领导让我们去熟悉乡镇,可是我们没车呀!”对当地环境并不熟悉的徐也涵又开始沿路寻找“公车”。

从满怀期待到有些害怕,故作镇定的徐也涵在母亲面前终于卸下了铠甲,“第二天我妈给我打电话,我忍不住就哭了说我想回家,然后又马上告诉她是她逗我的,因为我这个人很倔,就算撞了南墙,宁愿把墙拆了再走也不会回头。”当时的徐也涵并不知道,这些“困难”和她之后遇到的比起来也许都不值一提。

“交通不便”对于徐也涵他们来说是最大的难题,“我们几乎大部分的时间都是在路上”。2018年以前,因为工作队没有自己的车,所以很多时候只能借车、租车,租来的车车况又不了解,危险性很大,“因为以前马路边没有护栏,所以很考验车子性能和驾驶技术。”其中最危急、最惊险的一次让徐也涵至今想到都不寒而栗。

徐也涵回忆说,就在她来道真不到一个月的时间,一天她和同事到村里走访,返回的时候司机可能因为疲倦精神有些恍惚,结果车头开到路边后又往前开了几米,而那条路的下面就是让村里人闻风丧胆的“万丈岩”,如果司机当时没有及时刹车或是车子不稳,很可能连人带车都会掉入悬崖。“我当时吓蒙了,一下午都说不出来话,手和脚还不由自主地在抖。下午回到县城我和同事连晚饭都没吃,就各自回屋了。”他们不敢安慰彼此,因为生怕会在交流的某一瞬间就有了打退堂鼓的念头。

这5年间,其实徐也涵有很多次可以回去的机会,“每次看到我的队员离开我都会流泪,很想和他们一起走,也写了很多次回去的申请。”但每当领导问她可否再坚持一下的时候,她想都没想就答应了。“这个工作我蛮喜欢的,觉得自己可以胜任,而且还可以帮助一些人,特别是看到一些小朋友变得越来越自信的时候我特别高兴。还有当地的老百姓每次提到茅台就说‘茅台的人真好啊,经常过来看我们,就像我们的亲人一样’。每当听到这样的话,我就觉得自己这几年的努力和付出,值了!”

达达集团与华润万家战略合作升级 全渠道履约、商品、用户、营销多领域合作深化

7月24日,国内领先的本地即时零售和配送平台达达集团与国内零售领域的领头羊华润万家宣布双方升级为战略合作关系,达达集团创始人、董事会主席兼CEO蒯佳祺与华润万家有限公司总经理徐辉共同签署战略合作协议,双方将在全渠道履约、商品管理、用户、营销等多个领域全面加强合作。

战略合作涉及多领域: 履约、商品、用户、营销

根据战略合作协议,在门店全渠道履约配送上,达达集团旗下京东到家平台将为华润万家提供全仓、半仓、全卖场3种履约解决方案的技术输出,助力进一步优化到家服务履约时效。目前全仓(线上商品100%入店内拣货仓)履约方案已在华润万家多个城市的门店推进部署,半仓(部分商品入拣货仓)履约方案已覆盖15个城市的35家门店,有效降低了缺货率、提升履约时效。此外,达达集团旗下达达快送平台也将积极参与华润万家即时达、全城配等全渠道配送服务。

在商品管理上,京东到家为华润万家提供智能商品管理工具、持续输出品类拓品建议。未来将依托系统工具,进一步提高其商品管理效率,实现界面可视化、选品自动化、一



键上架及定制化服务等功能升级。在用户运营上,今年4月,华润万家会员项目上线京东到家,这是华润万家首次在三方平台开通会员服务。2个月来会员数量增长了14.6倍。未来京东到家将为华润万家提供会员管理系统工具,扩大会员规模。另外,基于达达集团与京东物竞天择项目合作,华润万家在京东到家平台上的门店将接入京东,从而为华润万家拓展更多优质用户。在营销上,双方将共同打造华润万家年度全渠道购物节,探索商家、平台与品牌三方全渠道营销打通。

达达集团将发挥“零售+物流”合力优势、零售赋能经验与优势,从履约、商品、用户、营销等多方面提供数字化工具和解决方案,助力战略合作伙伴华润万家线上线下一体化、数字化升级和全渠道发展,实现线上销售额持续增长。

全业态上线京东到家 年销售额增长7倍

2018年4月,华润万家与达达集团宣布达成全面合作。目前华润万家旗下华润万家、苏果、万家MART、Ole、b.t、万家LIFE、乐购express、V>nGO全业态超过1600家门店已上线京东到家,完整覆盖从大卖场、标超、便利店到高端精品超市的各个业态。合作2年来,华润万家在京东到家销售额保持高速增长。2019年的销售额较2018年增长7倍,近3个月(4-6月)销售额月均环比增长13.5%,今年718华润万家周年庆更创下在京东到家平台单日销售额历史新高。

作为中国连锁经营协会(CCCA)2019年中国超市百强榜单销售额排名第一的国内零售巨头,此次华润万家与达达集团升级战略合作,也将进一步夯实达达集团在商超即时零售领域的领先优势。目前,达达集团旗下京东到家平台已与近60家超市百强达成合作,已合作商家销售规模占超市百强总销售规模的2/3。平台活跃门店数超过8.9万,覆盖全国700多个县区市,活跃用户数超过2760万,在中国本地零售商超O2O平台行业市场份额中位居第一,且持续保持高速增长。京东到家致力于实体零售商提供集流量、履约、商品、

用户、营销于一体的数字化和全渠道运营管理体系——海博系统,助力合作伙伴降本增效,实现线上业务增长。在完成了一二线城市的覆盖后,京东到家携手零售商、品牌商快速下沉,覆盖更多三四线城市,同时持续拓展更多品类。达达集团旗下达达快送平台覆盖全国2400多个县区市,活跃骑士数超过63.4万,在社会化同城配送市场份额中位居第一。基于众包运力网络的灵活性和可拓展性,达达快送搭建一套由落地配、即时配、帮买帮送组成的配送服务体系,可为各类商家和个人用户提供专业高效的本地即时配送服务。

达达集团创始人、董事会主席兼CEO蒯佳祺表示:“与华润万家的战略合作升级,是对过往两年双方合作成果的认可与互信,也将进一步促进双方合作共赢。达达集团将坚守‘开放、合作、共赢’的理念,持续为合作伙伴创造价值,和优质的合作伙伴共同引领行业变革发展,更好地满足消费者即时购物需求。”

华润万家总经理徐辉表示:“华润万家围绕公司战略,加速数字化转型,大力拓展线上渠道并加速线上线下融合,且在今年上半年迎来了线上业务的大爆发。华润万家在积极发展自有线上渠道的同时,也与第三方渠道进行开放合作,此次与达达集团的战略合作,正是华润万家进一步拓展线上业务的重要举措。”(中新网)



中铁八局海外公司成功举办 2020年外经业务培训班

7月20-24日,中铁八局海外公司在四川成都举办了为期五天的2020年外经业务培训班。公司领导、机关全体人员、拟派境外项目部管理人员、2020年见习生共60余人参加培训。

此次培训紧紧围绕海外公司发展实际,课程内容涉及国际招投标及经营开发、工程项目成本管控、国际工程管理、投融资业务、外汇管理、国际合规、海外风险防控、党风廉政建设等六个大的方面,与参训人员从事的工作密切相关,具有很强的针对性、实用性和操作性。授课老师通过深入浅出地理论阐述,生动形象的案例分析,从理论到实践,不仅是对政策业务的一次系统学习和提高,更是对思想素质、工作能力等方面的一次全面提升。培训期间的交流互动,给参训人员提供了一个相互学习的平台,大家主动切磋,广泛交流,取长补短,共同进步,形成了团结活泼、互帮互学的浓厚学习氛围。

在结业仪式上,会议要求全体参培人员要加强学习,不断提高自身综合素质;要学以致用,努力开创发展的新局面;要真抓实干,确保完成年度目标任务。大家纷纷表示获益匪浅,解决了许多在外经业务工作中遇到的“疑难杂症”,对推动打造一支懂管理、懂外经的干部队伍奠定了坚实基础,促进了公司的管理能力,为做强做优做大集团外经业务添砖加瓦。

(孔繁彬)



洽洽食品发布“坚果+”战略新品 切入益生菌领域

记者7月26日了解到,洽洽食品在2020洽洽战略新品云上市发布会上联合中科院合肥物质科学研究院挂牌成立益生菌研究所,并推出包含益生菌每日坚果在内的“坚果+”的战略新品,将产品切入益生菌领域。

根据尼尔森数据,今年第一季度,休闲零食品类行业同比增长9%,4月同比增长4%,疫情给食品零售市场带来前所未有的影响。一方面,消费者对于自身健康的关注度提升,重视品质安全和产地安全,主打健康理念的坚果品类格外青睐;另一方面,线上线下及O2O平台加速融合,社交媒体的影响力进一步扩大,覆盖人群更加广泛,使得大牌厂商可以更好地渗透市场。

本次发布会上,洽洽电商负责人杨东岳宣布洽洽推出新IP形象——“味来质造”小洽太空人,用小太空人代表以科技质造实力来唤醒人们的能量小宇宙。

同时,为夯实益生菌坚果的营养基础,助力益生菌方面的研究,洽洽联手中科院合肥物质科学研究院成立益生菌研究所并在会上挂牌,洽洽还发布两款“坚果+”的战略新品:洽洽小黄袋益生菌每日坚果、洽洽早餐每日坚果燕麦片,前者是目前市场上首款可嚼的益生菌坚果食品,依托洽洽关键保鲜技术,含10亿活性益生菌,可帮助营养吸收和消化,且口味酸甜可常温保存。

据洽洽食品介绍,中科院合肥物质科学研究院是国内众多不饱和脂肪发酵技术和产业的开创者,未来依托其科研实力,结合洽洽的产业整合能力,建立益生菌研究的技术体系,形成益生菌研究和产品开发的策源地。(王于扬)

全聚德持续赋能品牌 守正创新蓄势待发

26日(农历六月初六),全聚德迎来了156周岁生日。据全聚德生日宴品鉴会现场获悉,为庆祝156岁生日,全聚德“三重献礼”:所有门店对菜品和价格进行统一调整,更加多元和亲民;全面统一烤鸭价格和制作工艺,让烤鸭这项美食国粹能够更好发扬和传承;同时,取消所有门店服务费。

全聚德“守正” 生日敬匾 续写金杆传奇

在生日宴品鉴会现场,全聚德总经理周延龙率员工举行了敬匾仪式。据悉,1864年的农历六月初六是全聚德创建开张的日子,为此全聚德特别统一了“敬匾”仪式,要求全国门店都以农历生日为“敬匾”日,以净致敬,将中华传统文化和老字号的传承精神融入其中。

今年五月,“全聚德品牌厨师技能传承大

赛”总决赛在北京拉开帷幕,备受瞩目的烤鸭项目比赛产生了2020年度“金杆烤鸭师”和“银杆烤鸭师”,为“全聚德挂炉烤鸭制作技艺”这一国家级非物质文化遗产项目增添了新的生命力。为保证烤鸭品质和传承百年的味道,全聚德结合此次传承大赛获奖选手经验,全面统一烤鸭价格和制作工艺,选派优秀烤鸭师上炉掌杆,提升烤鸭的口味和品质,为消费者提供更加经典的北京烤鸭。

全聚德“创新” 菜品全面升级 选择更多元

此次在全聚德生日宴品鉴会上,全聚德集团技术研发室厨师李鹏发布多道经典新菜。除被顾客熟知的传统菜品外,全聚德依据史料记载,结合多位烤鸭界大师的改良和创新,重新设计制作了消失已久的鸭汤醋椒鱼、清炸鸭肝等全聚德名菜;同时增加了鲜椒澳洲小牛肉、奶香南瓜香芋煲配法包等深受年轻人喜爱的菜品,及芥辣鸭脯等原创菜,菜品全面升级,使顾客选择更加多元化。



据悉,新菜单中的47款菜品均为全聚德北京门店统一菜,超过50%的菜品拥有会员价,不仅如此,在外带方面,全聚德升级了烤鸭外带礼盒,通过环保竹炭,让外带烤鸭实现了与堂食温度相当的目的,保证了外带顾客食用感受。此外,新菜单中特别添加了一人食烤

鸭,搭配一人份烤鸭、卷饼、火烧、蘸料的同时,还配备了烩鸭舌乌鱼蛋汤、盐水鸭肝、青柠脆皮虾、养生时蔬、果汁等小份菜品,让人吃烤鸭也不再感觉单调,更符合时尚环保新趋势。

全聚德“蓄势” 打出产品服务高品质组合拳

全聚德在产品和服务方面不断尝试创新,先后推出亲民外卖、外摆美食、半成品套餐等,并将其融入全聚德发展新模式中。同时,全聚德还在每份外卖中还附上了安心卡,卡上标有制作这份外卖的厨师、配餐员和外卖小哥的姓名及体温,真正做到让消费者放心、安心。

这些举措不仅拉近了和消费者的距离,也为企业的发展提供了新的思路。从线下到线上,从餐饮到零售,全聚德追求高品质产品服务的经营模式将会愈加丰富立体。同时,全聚

德所有门店大厅不再收取服务费。

全聚德“待发” 积极转型 未来可期

此次疫情,对于156岁的全聚德来说是挑战也是机会。在经营模式上,尝试增加线上线下外卖、拓展社区消费,建立主厨厨房等多项措施;在经营理念上,多渠道、年轻化、亲民路线是接下来全聚德转型创新的重要环节。为拓展年轻人市场,今年,拥有156年历史的国货老字号全聚德,与京东超市启动专场直播合作,由总经理周延龙亲自直播带货,通过主播探店等多种形式,在线上对品牌和产品进行宣传,开启了一场百年老店的数字化转型征程。成绩单非常亮眼,全聚德首秀4小时直播观看量超175万人次,点赞量超170万,单日成交额同比增长22倍,百年经典烤鸭礼盒成为明星产品成交额同比增长32倍,开场一小时,全聚德京东旗舰店就增粉超10万。

在未来,全聚德将在渠道整合、大数据使用、新品开拓、营销创新等领域积极转型,赋能品牌,为消费者提供更具品质的产品和服务。(中新网)