

飞鹤溯源直播引4亿人次“围观” 数字化服务再升级

“风景太美了”“高科技设备”“工厂好干净”“原来生产奶粉这么复杂”，弹幕不停地刷过。

画面里，草木葱茏的湿地上，丹顶鹤飞过芦苇荡；一望无际的田野里，青贮玉米茁壮生长；蓝天白云下，奶牛悠闲地散步；工厂里，全自动密封生产线上，一罐罐高品质奶粉源源不断地被生产出来。

这是8月28日，飞鹤全网“溯源直播”的画面。当天，飞鹤通过北京 & 齐齐哈尔双城直播间，双时空同步连线，以“云旅行”的方式，为消费者打造“0 距离”沉浸式直播体验。

据悉，8月溯源季，飞鹤围绕奶源、工艺、质检等环节，累计开展了140多场线上专题直播。2020年，飞鹤系统化溯源直播开启至今，累计观看量超过4.16亿人次。

前述场景便是飞鹤2021年溯源季的收官之作，也是仅两年来，其在数字化背景下，提升消费者服务能力的“常态化”做法。

溯源直播 刷新“Z时代”消费者认知

自2012年上线溯源查询系统开始，飞鹤一直适应时代，洞察消费者需求，通过推动溯源，加深消费者对于婴幼儿产业生态和生产全过程的了解，增强消费者对飞鹤及国产奶粉的信心。飞鹤发现“Z时代”的消费者更喜欢通过视频的方式获取信息。

2015年开始，飞鹤上线可视化产业集群，通过360°全景视频方式，完整展示包括生态环境、专属农场和专属牧场、智能工厂在内的



产业集群关键环节。

2020年受新冠疫情影响，线下溯源难以开展，飞鹤便在多平台开展溯源直播，让消费者零距离感受“透明化工厂”，并将其常态化。当年，飞鹤在各平台共组织了707场次的溯源直播，累计观看量超过1.8亿人次。

2021年，飞鹤持续开展“线下+线上直播”的溯源活动。并围绕消费者关心的生产环节，开展长达一周的7*24小时静直播。即飞鹤在工厂、牧场等生产的关键环节安置24小时开机的静态摄像头，让每一个想要了解飞鹤生产情况的人，可以24小时随时观看生产的真实信息，打造“透明工厂”。

通过这种方式，数千万消费者透过屏幕看到飞鹤产业集群，感受到了我国北纬47°奶源地的自然环境，见证从一株牧草到一滴牛

奶，再到一勺奶粉的品质追求，对国产奶粉和民族乳业的信心也在逐渐增强。直播过程中，积极正面的观众留言经常刷屏。

“通过直播第一次了解国产奶粉在配方、新鲜、安全、品质方面的做法，真心不错！”

“之前还不太放心国产奶粉，现在必须给宝宝喝国产。”

“太详细直观了，管理严格、专属配方、安全生产，国产奶粉可以了！”

打造多元化服务体系 满足消费者个性化需求

此外，飞鹤通过全面启动数字化升级，更方便快捷地触达更多用户，对于市场需求的捕捉也更加及时、准确。如飞鹤通过市场洞

察，发现年轻服务除了关心产品的安全和品质，也更在意个性化的服务体验。

为此，飞鹤打造了陪伴式育儿平台——星妈会，设计了个性化定制服务，为不同需求、不同阶段的用户，提供定制化内容，解决妈妈们育儿问题。其中，针对家长们最担心的婴幼儿健康、疾病问题，平台还提供了免费的“在线专家问诊”服务。

有宝妈在星妈会平台中表示，自己从第一胎到第二胎都在使用该平台，权威专家的讲解帮助自己建立了科学系统的育儿方案，减少了很多的育儿焦虑，使得她可以更从容地享受甜蜜亲子时光。

在飞鹤数字化的过程中，飞鹤研发团队针对众多家庭的育儿痛点，结合专业儿科医生的建议，倾力打造数字化导购系统“培训加油站”模块，将专业的育儿知识和人性关怀，传递给每一位有需要的宝妈。

对于有线下交流需求的消费者，飞鹤每年会在全国各地举行数十万场面对面交流活动，为新手父母提供科学育儿建议。

飞鹤2021年中报数据显示，仅今年上半年飞鹤就举办了40万场用户交流活动，包括邀请专业营养师开展线下讲座，为科学喂养、营养补充、亲子关系、儿童早教等提供专业支持，开展养育知识普及，为年轻父母提供广泛、可操作的养育指导。

作为国内婴幼儿奶粉行业的领跑者，飞鹤将继续秉持“用户第一”的理念，以用户需求驱动产品研发、迭代和终端服务升级，为消费者提供更优质的产品和服务。（和讯）

北海石油为顾客员工办实事解难题

广西北海石油分公司扎实开展“我为群众办实事”实践活动，积极解决员工关心的“急难愁盼”问题，客户消费体验的痛点难点问题。截至8月16日，已累计办理实事89件。

聚焦社会责任，保供清洁能源。为解决部分顾客提出的“加油高峰期拥堵”问题，北海石油将油库发油时间提前至凌晨三点，对38座站进行夜间灯光亮化改造，开展“错峰加油限时赠送”活动，大力推广夜间加油，在倡导司机“不加塞、不逆行”文明加油的同时，提倡消费者避开加油高峰期加油。截至日前，18座开展夜间加油服务的加油站，机出汽油同比增长10.1%。以消费帮扶助力乡村振兴，将百色芒果、石硌龙眼、马山鸡蛋等农商品作为重点，在51座加油站进行销售。活动开展以来，已帮助销售农产品24万元。

聚焦服务顾客，提高客户满意度。今年的南海伏季休渔于8月16日结束，为全力服务南海伏季休渔开捕，北海石油开展“加油优惠购冰、加油即送礼品”等营销活动，并为渔船提供码头停靠、加油、加水、加冰一条龙服务，渔民只需要做好购买登记，油、米、水等生活必需品就能为其搬运上船，一站式服务得到广大渔民的欢迎和称赞。8月1日—15日，为渔船供油总量5800吨，为近400船次服务。

聚焦工作生活，关心关爱员工。开展“为一线员工送清凉”活动，公司领导赴库站为坚守一线的员工送去绿豆、海带等防暑降温慰问品，叮嘱员工做好防暑降温措施，注意喝水和休息，合理排班，做好安全生产工作。了解到部分偏远站点员工因往返路途较远及工作排班问题，无法及时领取到公司发放的防暑降温物资，机关管理人员梳理偏远站点员工名单并逐个了解派送意愿。经过沟通，机关管理人员利用个人休息时间，将部分偏远站点人员的防暑降温物品直接送至员工家里，让员工及其家属感受到公司细致的人文关怀和贴心的服务。（叶杨）



组织提效加速 雅居乐升级 共享服务平台

2021年上半年，雅居乐业绩实现稳增。期内，实现营业收入385.88亿元，同比增长15.1%。净利润64.71亿元，同比增长2.1%。股东应占利润为52.90亿元，同比增长3.2%。之所以能在目前的大环境下有上佳表现，是因为雅居乐秉承内外兼修的原则，对外向市场要业绩，对内向管理要红利。

在今年上半年交出不错的成绩单之后，雅居乐在组织提效方面继续“加速”，早前主动开启新一轮组织架构调整正在逐一实现，在发力业绩的同时“强”内功，继续深化其精细化管理，在经营红利以外持续获取管理红利。

据记者了解，雅居乐此次组织提效及架构调整的目的，是进一步做强、聚焦、深耕大地产主业，同时促进多元化业务创新、协同发展，优化资源配置，提升组织效能，实现公司整体战略规划和经营目标。

在本次架构调整中，雅居乐将其控股总部的职能定位为战略管控、专业指导与服务支持。调整后，投资、财务、集采、信息、人力行政、法务、风控审计等职能将由控股总部统筹拉通、整合共享，建立大职能管理服务平台。从这个调整来看，所谓的大职能管理服务“平台”是雅居乐在2018年推出的“共享服务中心”的升级版，并将其提升到了一个新的高度。

雅居乐的“共享服务中心”战略提出的目的，就是为了配合其“1+N”的多元化发展战略，并在财务和人力行政部门率先实现。通过这一次调整，雅居乐将其“共享服务”模式覆盖到所有服务支持部门。

这一管理模式被称为SSC(Shared Service Centre 共享服务中心)。在大型跨国企业总较为常见，优点是可以加速运营效率，实现组织提效。但在房地产企业中应用较少，雅居乐显然走在了前列。相关数据显示，在“共享服务”模式下，财务和人力行政工作均实现提效节本，其中，财务共享提效约70%以上，成本节约50%左右；人力行政共享提效40%，成本节约15%。“共享服务中心”是雅居乐实现精细化管理和效率发展的一个重要抓手。也是雅居乐能够藉此两次获得“中国卓越管理公司”的原因。

但雅居乐推动“共享服务”的目的不仅在于组织提效，有更战略层面的考虑。在多元化战略下，雅居乐旗下目前拥有大地产、雅生活、雅城科技、环保、资本等多元化产业集群，业务内容不尽相同。但均统一依托于“雅居乐”这一大平台品牌，共享企业文化和组织管理理念。如何整合优势资源，使得“1+N”中的“N”实现不同业务既百花齐放，又有一盘棋的并进发展，是雅居乐需要解决的问题。

通过这次的组织架构调整，雅居乐将强化各个专业条线“共享平台”的搭建，助推公司“1+N”业务战略，在提升管理红利的时候，实现长期高质量发展。（经济观察报）

爱心企业 四川广安佳霖建工集团有限公司捐资助学受好评

8月25日，以“爱心助学、圆梦金秋”为主题的捐资助学仪式在四川省广安佳霖建工集团有限公司总部二楼会议室举行，会上为三名困难学子发放了共计11000元的助学金。

捐赠仪式上，来自华蓥市人大、工商联及学校、学生代表参加了捐赠仪式。

爱心企业，四川省广安佳霖建工集团有限公司为就读西南科技大学的李欣送上5000



元助学金，向华蓥溪口中学刘鑫鑫、韩瑜每人发放了3000元的助学金，为三名贫困学子发放了11000元助学金。

学生代表说，感谢四川省广安佳霖建工集团有限公司，感谢集团公司邹佳霖董事长爱心助学，我们一定努力学习，并将爱心传递。

四川省广安佳霖建工集团有限公司董事

长、市人大代表，盟盟员邹佳霖在捐赠仪式上说，捐资助学是善举，兴学育人是美德。百年大计，教育为本，捐资助学是一项功在当代，利在千秋的慈善事业，他的发言受到了与会者的高度赞扬。

邹佳霖董事长和他公司的善心，彰显了无私奉献的博大胸怀，弘扬了正能量，为广安教育事业的发展贡献了力量。（补添）

茅台之窗

从“六轮次酒”看茅台酒酿造的“平衡美学”

8月26日，昨夜一场秋雨，赤水河水大涨。茅台的群山上升起山岚，给河谷平添了几分水墨画效果。这天，茅台六轮次酒刚刚结束，车间平静了许多。

从第一轮次到第七轮次，茅台酒多轮次生产中，每个轮次之间环环相扣，缺一不可。如同中国水墨画是以简单的条线结构、水墨晕染构建平衡一样，“两头低，中间高”的轮次产酒特点，将茅台酒酿造的平衡美学展现得淋漓尽致。作为茅台酒酿造“大回酒”黄金轮次之后的首个“接力棒”，六轮次酒在整个茅台酒酿造过程中，起着重要的承上启下的作用。

味觉平衡里的个性记忆

制酒30车间。六轮次酒刚刚结束，往日喧嚣的车间暂时归于沉寂。

20班酒师黄安林如往常一样，早早来到班组瞭望。他牵着头天摸过的“堆子”，今天“火候”应该差不多了，需要和车间技术人员一起协商是否能够如期“下窖”。

在距离30车间约3公里外的马鞍山山下，特级品酒师李世平和他的同事们做好所有的准备工作，正在等待今天的第一轮新酒品评。近二十年基酒品评经历，李世平已经练就了透过浓重的新酒香气评价基酒酒体本质的过硬本领。李世平的脑子里，清晰地记得各个轮次的典型特征。这成为一种本能，深深镌刻在她的感官记忆中。

李世平告诉我们，茅台上万酿酒工人手中，不同轮次生产出的基酒，在风格上各有千秋。这些从各个车间产出的不同轮次的基酒，尽管风格各异，但在茅台酒的风味贡献中，都占据着十分重要的地位。随着轮次的推移，基酒中舒适悦人的坚果香、干植物香逐渐凸显，口味愈发悠长。有别于前几个轮次，六轮次基酒的典型特征就是“以味见长”——犹如人耳顺之年，尽管少了几分年轻气壮的张狂，但也可谓老当益壮，愈发弥散出温文儒雅和稳重的韵味。

在酒体设计中心，二级勾兑师江君正在潜心钻研勾兑方案，作为有着3年新酒品评经验和10年勾兑经验的勾兑师，他熟悉每一轮次的特征，并擅长将这些特征成功地契合在一起。江君告诉我们，茅台酒勾兑最为重要的就是讲究平衡。例如六轮次酒，虽然产量比例低，但却是勾兑的重要部分，它浓郁的烘焙香、干植物香、曲香，淡雅悠长的口味，和前期轮次清新的果香、花香，刚劲的口味刚好形成了有益互补。

其实从勾兑的角度看，每一个轮次的基酒都各有特点，恰当的轮次比例、精湛的勾兑技艺，将这些特点组合在一起，优势互补，展



雨后赤水河畔茅台酒厂厂区。

现极佳的平衡美学。

时机权衡下的自然法则

30车间里，酒师黄安林已和车间技术人员讨论好，这个“堆子”马上下窖。行车工已经在操作台上准备就绪，黄安林开始指挥下第一斗，接下来的整个下窖过程，黄安林一点都不马虎，他要全程指挥行车工，还要不停的泼洒尾酒。

整个过程结束，他才顾不上和我们解释说，下窖的时机、方式非常重要——因为它衔接了茅台酒的两个最重要关键工序，堆积发酵和窖内发酵。下窖时机的选择是对堆积发酵程度的判断，“过老”不行，“偏嫩”也不行，刚刚好的时机才能奠定好窖内发酵基础。而入窖的方式则是为了把堆积好的酒醅均匀的入窖，保证窖内发酵的平衡。入窖时泼洒尾酒是茅台重要的“以酒养窖”工艺，尾酒中由自然发酵带来的多种香气物质又以这样的方式回到了酒窖中，再度参与到下一轮发酵过程。

随着黄安林的解释，我们的目光又落在了列阵于一侧的窖池。制作窖池的“中华石”微微透着猩红色，虽然质地坚硬但又有着适宜的通透性。多年的酿造实践证明，它是茅台酒窖池制作的最适材料，因此又被称为茅台“制酒三宝”之一。

窖池作为酿酒微生物进行窖内无氧发酵的主要场所，在茅台的生产中有着非常重要的作用。时至今日，在茅台制酒生产车间，已有9000多个窖池为微生物的辛勤劳作提供适宜的环境和必要的场所。

这些条石做的窖池，因为人的酿造活动，也被赋予了不同的生命亮色。经过多年酿造，不同的窖池微生态环境会略有差别，即使同一个窖池内不同位置，微生物种类和数量也

会有所差异，形成了自有的生态平衡。因而不同窖池，窖的不同位置产出的基酒虽然保持大的风格稳定，但又各有自身特点。

江君告诉我们，正是由于这些各有特点的基酒，才让后期的勾兑有了无限可能。勾兑师们就像在一个万紫千红的花园里选择，能够造出更有特色的勾兑产品。当然，丰富的基酒特点也非常考验勾兑师的技艺，要保持稳定风格，又要有鲜明特色，对基酒选择、组合、平衡的技术和艺术就非常关键。

黄安林感叹道，在入窖前工序，我们凭着经验，借助一些技术手段，丝毫不敢马虎做好所有工序操作，就是想为窖内发酵打好个基础，入窖之后，能做的就是等待结果了。

尽力做好一切然后等待自然注释的最好结果，这也许就是茅台人与自然平衡的要义了。

今年45岁的黄安林是一位“茅二代”。他的父亲是茅台一位老酒师，他的童年的就是伴随着浓郁酒香长大。在他的回忆中，当年父亲工作时，非常辛苦，下窖、入窖等工序全部要靠人肩背手抬。因此，最初父亲并不愿意自己的儿子再从事酿酒工作。

上世纪90年代，黄安林招考进了茅台，又接过了父亲的钵，经过数年的努力，自己也成了一名酒师。此时的茅台虽然还保留了很大部分的传统人工操作，但是通过一系列的技术改进，不仅下窖、入窖早已告别了父亲那个肩扛手抬的时代，连自己进厂时交酒、运曲等纯人工方式都已经升级为机械化设备。

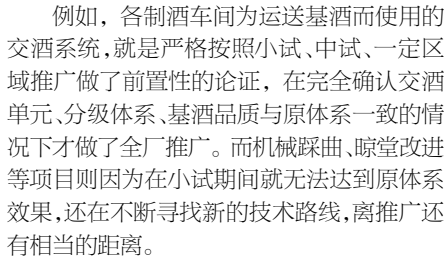
生产管理部副主任牟明月告诉我们，每年公司都会组织很多工艺技改和小改小革项目。这些项目都遵循一个基本原则，积极拥抱先进技术，可以先行先试，但不成熟绝不冒然投用——特别是在一些核心工序，没有摸清规律的绝不允许盲目替代。



茅台六轮次酒风味轮图。二轮次、三轮次、四轮次、五轮次、六轮次。



茅台窖池被赋予了不同的生命亮色。



茅台酒生产数据APP。

例如，各制酒车间为运送基酒而使用的交酒系统，就是严格按照小试、中试、一定区域推广做了前置性的论证，在完全确认交酒单元、分级体系、基酒品质与原体系一致的情况下才做了全厂推广。而机械踩曲、晾堂改进等项目则因为在小试期间就无法达到原体系效果，还在不断寻找新的技术路线，离推广还有相当的距离。

在制酒26车间17班，有一个“庞然大物”伫立在窖区内。这是一套集现代智能自动化和传统工艺为一体的上甑机械系统，已经基本完成了实验任务。牟明月告诉我们，这套系统能够减轻员工劳动强度，实验效果也基本达到预期，但是仍需要做很多改进，要达到能够推广的程度还有一段路走。

完成了入窖工序的黄安林，拿出了手机，登上了生产APP，查询自己本轮次的检评结果，也查阅了一下前几个窖的窖内检测数据，欣慰的告诉我们，从数据判断，前面几个窖七轮次产酒应该符合预期。与父亲的时代相比，他不仅告别了大量的肩扛手抬工作，也进入了父亲不能企及的信息化时代。

十五车间1、2号厂房的场地上一片忙碌，趁着窖期，一系列AI、5G、物联网传感器设备将在这里安装。2021年的九月重阳，新的生产开始，传统技艺机器学习项目将正式在这里启动。先进数字化技术的应用，将揭开对传统白酒工艺和传统酿造技艺内在规律学习、认识、理解新的篇章。

茅台高层曾说，茅台虽然酿在山谷，但是思想要站在山巅。茅台的质量“宪法”中，四服从原则里有一条特别重要，那就是工作量服从质量。也许这就是茅台传统与科技的平衡内涵。（归晴 金石）