



● 今世缘酒业党委书记、董事长周素明分享创新创业创优体会

今世缘周素明：同心同愿 同向同行

12月29日,以“聚焦高质量 聚力新跨越”为主题的2022今世缘发展大会举行,来自全国各地的合作伙伴相聚今世缘,共叙美好缘分,共谋酒缘大业。今世缘酒业党委书记、董事长周素明分享了创新创业创优体会,期待厂商同频共振,共创美好明天。

2021年,今世缘酒业扬帆起航“十四五”营收超百亿新目标,主要指标全面增长,各项工作在强基础、谋长远中迈上新台阶,实现了“十四五”开好局、起好步。

2021年也是今世缘创牌25周年,今世缘以改革创新勇气、务实奋进的魄力,走出了波澜壮阔的创业之路。“今世缘发展之路,也是广大合作伙伴和厂家务实合作、迎难而上的奋进之路。同心同愿、同向同行的信任和追求,更加坚定了对今世缘未来的信心。”周素明表示。

“发展是第一要务”。全心全意谋发展,是推动今世缘事业不断前行的总动力。立足新发展阶段、贯彻新发展理念、融入新发展格局,推动高质量发展,更是今世缘当前和今后一个时期重中之重。“市场是第一车间”。在市场的摸爬滚打中,共同感受奋斗的美丽,成就事业的精彩,这就是市场的魅力,也是大有可为的天地。“品牌是第一资产”。丰富品牌内涵、创新品牌载体,打造了独具特色的缘文化品牌。“科技是第一生产力”。坚持创新驱动,不断巩固提升品质优势,成为中国白酒智能化酿造标杆,提升了核心竞争力。“员工是第一资源”。坚持以员工为中心的发展理念,构建“以奋斗者为本”的激励体系,把发展的成果惠及广大员工,幸福企业成色更足。

在周素明看来,今世缘25年积累的发展优势,是高质量发展的定力和底气所在,也是决心和信心所在。只要认清趋势、正视困难、坚定信心、聚力前行,善于化危为机、把压力变成动力,就一定能够实现新跨越。

风雨共担,共攀新高。今世缘不仅是近4000名员工的今世缘,也是广大合作伙伴的今世缘。广大合作伙伴要以更高站位、更大格局、更深情怀,构建更优运营体系,确立更高奋斗目标,携手酿造醇香的事业。同心同愿,共拓市场。厂商共同树立以顾客为中心的导向,满足市场所需、终端所盼、顾客所向。守望相助,共享成果。努力构建厂商命运共同体,厂家通过持续发展,整合更多资源;合作伙伴快速成长,保障厂家基业长青。惜缘善待,共担使命。把“酿美酒、结善缘”作为厂商共同的价值追求,积极参与公益事业,促进共同富裕,树立良好公众形象,展现新时代今世缘合作伙伴的担当和胸怀。

“发展的环境在变,厂商携手高质发展的初心不能变。”周素明表示。

(今文)

品牌公关专家韩立勇受邀成为“2021 中国传媒行业品牌年度人物”颁奖嘉宾

● 本报记者 袁红兵

12月26日夜在京举行的2021中国品牌节第16届年度人物峰会盛典星光灿烂,韩立勇受邀为“2021中国传媒行业品牌年度人物”颁奖。分众传媒联合创始人涂雅芳、永达传媒董事长周志强、宾臣国际传媒集团董事长陈学文、中新经纬总裁、总编辑符永康、上海滨江星广告传播有限公司董事长李定真、精品杂志总裁王拥娴、杭州友义文化传媒有限公司董事长张竹、FM969广播电台总监吴杨惠荣获“品牌年度人物”殊荣。

作为在媒体和品牌领域颇具影响力的知名公关专家,韩立勇成为此次峰会的颁奖嘉宾可谓实至名归。多年来,从资深新媒体人到新媒体领航人,韩立勇向来对互联网传播的发展变迁具有敏锐的嗅觉。十几年来,凭借在国内前沿新闻网站的多年积淀和丰富的的一线实战经验,他在业界屡获认可,重塑了人们对互联网时代的传媒新认知。

近年来,被誉为“第五媒体”的互联网新媒体不断渗透深入社会经济发展和人们日常生活方方面面。凭借多元化、个性化、交互性、开放性等特性,新媒体平台具有传统媒介

铜化集团科技赋能推动高质量发展

在12月18日铜化集团公司(以下简称“铜化集团”)成立三十周年庆祝大会上举办的“星耀铜化”颁奖典礼中,受表彰的16名技术标兵披红戴花上台,每人领取1万元奖励。

荣誉多多,科技人才辈出

早在1992年,铜化集团成立的第二年即召开了首次科技大会,授予7名科技人员为铜化集团首批专业技术“拔尖人才”。

1996年11月,时任铜化集团总经理张凤腾荣获全国科技工作者奉献奖。

2012年7月,在安徽省总工会、安徽省人力资源和社会保障厅联合举办的全国第四届焊工技能大赛安徽省选拔赛中,铜化集团组队代表铜陵市参赛,有机化工公司员工凌庆东获第十二名。

2013年,六国化工公司总工程师沈浩获评安徽省第四批学术和技术带头人,并获评2013年度全国石油和化工优秀科技工作者。

在2013年11月于上海举行的第六届全国石油和化工行业化学检验工技能大赛中,铜化集团获团体优胜奖,安纳达钛业公司员工朱会枝获第九名并被授予“全国石油和化工行业技术能手”称号。

2014年6月,六国化工公司氮肥厂丁宏锁技能大师工作室获得国家人力资源和社会保障部“国家级技能大师工作室”命名和授牌。

2019年1月15日,铜化集团第八次科技大会召开,表彰了首届四名“铜化工匠”。同日,2018年享受国务院政府特殊津贴人员名单公布,新桥矿业公司总工程师刘恒亮榜上有名。

2019年,有机化工公司职工凌庆东被安



●铜化集团司庆三十周年大会上,受表彰的技术标兵上台领奖。

徽省总工会授予“江淮工匠标兵”荣誉称号。

2019年,六国化工公司“徐曙光电工技能大师工作室”、包装材料公司“邢朝斌焊工技能大师工作室”列入市级技能大师工作室。

成果多多,科技活力凸显

铜化集团成立30年来,坚持把科技创新作为推动企业发展的根本动力,着力推进传统产业改造升级和战略新兴产业发展,取得了一系列成果。

大型磷酸装置国产化达到国际先进水平,磷酸外环流反应器获国家发明专利,磷酸磷酸按污水闭路循环属国内企业首创,开创了磷酸行业“污水零排放”之先河。硫酸系统转化吸收和尾气排放达到同行先进水平。成功开发并转让普及了磷石膏制水泥缓凝剂、硫酸烧渣再利用。“中低品位高镁磷矿直接生产高浓度磷复肥及资源化利用技术的研究与应用”获2013年度中国循环经济协会科学技术奖一等奖。2015年9月,六国化工“内置网型缓控释”复合肥、安纳达钛业公

司“致密复合膜金红石型钛白粉(型号:A-TR-312)”入选安徽省经信委组织评选的首批“安徽工业精品”。2012年,安纳达钛业公司和清华大学合作开发的“致密复合膜钛白粉关键技术研究及产业化”项目,获得2012年度中国石油和化学工业联合会科技进步二等奖。

“十三五”期间,铜化集团科技投入逐年加大,科研与试验支出累计4亿多元,引进了一批先进实验装置,科研条件日趋完善。同时,铜化集团还将自主创新和产学研合作有机结合,先后与清华大学、中国科技大学等近20所高等院校、科研院所开展了技术交流与合作,拓展了技术创新领域,引进了聚酰胺、聚苯硫醚等新技术,加速了集团公司产业升级步伐。

仅2013年至2017年,铜化集团共获得省部级以上科技成果8项,市级科技进步奖6项。

铜化集团公司具有较强生产和技术优势,拥有1个院士工作站、1个国家级博士后

定工作领导小组办公室关于组织开展江西省2021年高新技术企业申报工作的通知》要求,召开专题会议研究,分管领导主抓,申报小组深入研究相关规定,从申报流程、运行机制、创新成果、研发费归集等方面进行建设和完善,并先后走访对接省市相关行政业务部门,积极推动,最终顺利完成认定工作。

高新技术企业成功认定,是对工程局自主创新能力以及科研成果转化能力的充分肯定。今后,工程局将聚焦创新驱动目标,按照正在制定的《高新技术企业维护管理办法》,注重技术人才的引进和培养,加大科研投入力度,加快关键核心技术攻关,加强知识产权保护,持续夯实企业科技创新后劲,为推动企业高质量发展提供强有力的技术支撑。

(徐迎华 王晖)

展。下一步,北重集团将加快创新体系建设,营造良好科技创新氛围,为打造主业突出、技术领先、数字强企、健康发展的新北重提供坚实保障。

(马兰)

工作站、1个国家级企业技术中心、3个省级企业技术中心、1个国家级工程中心、3个省级工程中心,拥有国家知识产权局授权专利440件,其中,发明专利88件。

“智造”多多,数字化步伐加快

2020年9月12日,在安徽省政府主办的2020世界制造业大会江淮线上经济论坛“数字新智造论坛”上,阿里云公司与铜化集团签署了合作协议,将阿里云先进的云计算、大数据、人工智能、区块链技术,与铜化集团深厚的行业技术结合,发展工业互联网,共同推进传统企业的数字化转型升级。

阿里云公司与铜化集团的合作主要包括构建集团数据工厂、数据中台、产业互联网及金融服务平台,提升集团的整体经营能力。

六国化工公司十分重视数字化转型,铜陵市“工业大脑”首个试点示范项目在六国化工公司实施,该项目入选了工信部百家大数据优秀案例。在迈入智能制造过程中,除了打造“工业大脑”实现生产方式智能化之外,六国化工公司还和杉数科技开展合作,在高级计划与产销智能协同、制造交付、订单管理、采购及到货管理、库存周转等方向的决策优化方面展开深入对接。同时,以此为契机,充分发挥六国化工公司产销数据及计划平衡会的作用,使企业生产经营计划更贴近市场、更着眼于企业利润,在更合适的时间和更合适的地点生产更合适的产品,同时显著降低生产、仓储、运输成本,最终达到提高产销协同水平、提高市场响应速度、提升精细化管理能力、以及提升品牌形象的目的。

(陈源贵/文 丁长生/图)

四川页岩气公司300万方日产量助力冬季保供

12月22日,中国石油四川页岩气公司50口生产井日产量达301.6万方,这是该公司首次日产量突破300万方,实现年产气6.58亿方、历年累产气9.14亿方、安全生产1730天,在加快上产的同时保证了泸州区域冬季天然气平稳供应。

持续狠抓储量井跟踪管理,始终贯彻地质工程一体化原则,该公司工区内储量提交规模超万亿方,创中国石油集团公司历史上单次申报储量规模最大纪录,为泸州区块规模上产奠定了坚实基础。

强化地质工程一体化,实施部署、地震、导向、元素、工程“五个一体化”统筹管理模式,细化物探资料处理解释,提高物探预测地层产状精度,实现阳101H29平台实现6口井“铂金”箱体钻遇率100%。形成深层页岩气水平井优快钻井技术,全面推广应用“段内多簇+替堵转向”2.0版压裂工艺技术,井工程项目优快推进,不断刷新深层页岩气勘探开发各项纪录。

持续优化生产模式,分级分类管理气藏,有序组织新井、场站投产、投运,最大程度提高单井产量及EUR。该公司2021年投产新井29口,集气站4座,建成产能7.13亿方,实现了产能建设提速提效和快速上产。

(蒋健 刘晓)



中国品牌节女性论坛专家评审会上,韩立勇作为评审专家,与《经济日报》原总编辑、中国经济传媒协会名誉会长冯井,国际质量科学院院士、国务院原参事郎志正,中国国际贸易促进会原副会长于平等进行了热烈讨论和综合评定,为推动建立女性品牌权威标准作出贡献。

此外,2020年至2021年,韩立勇还接连受聘为品牌营销奖终审专家、B MBA品牌学院导师及对外经济贸易大学首席营销官高级研修课程特聘老师,孜孜不倦地传道解惑、培养人才。

无论是网络媒体人还是品牌布道者,韩立勇多年来以淘汰传播、品牌领域的落后产能为己任,在全新的互联网信息图景下,著书立说、不吝分享,为政府、企业及公众等打破沟通壁垒贡献了自己的独特力量。

无法比拟的优势。依附于新媒体出现的各种新形态改变了大众的消费习惯。对于任何与中国或中国消费者有关的人来说,新媒体的影响与统治力是显而易见的。

“万物皆媒”的全媒体时代,品牌营销与媒体传播的关系日益紧密。每个人既是信息接收者,又是信息发布者,多元主体带来丰富的信息、独特的角度,提供受众更多元的精神食粮,创造了巨大的传播力。由此,媒体价值也日趋多元。面对更开放、更迅速、更精准、更强势的媒体,品牌管理面临前所未有的挑战与机遇。

在韩立勇看来,信息爆炸的时代,品牌营销要避免大而无当的“人海战术”,而应聚焦流量下沉的社交平台,在社交话题中寻找精准的投放渠道、设置具有“核弹级”影响力的话题,才能“弹无虚发”“正中靶心”。这一理念不仅从底层逻辑上颠覆了品牌营销的传统路径,也刷新了全媒体时代人们对公关价值的认知。

2020年2月,新冠疫情的突袭让许多行业遭遇危机,餐饮品牌更是雪上加霜。当许多老板都在减薪、关店,谋求自保时,老乡鸡董事长却拒绝了员工主动减薪的要求,以一封《老乡鸡董事长手撕员工联名信》的视频在抖音、微博、微信等平台掀起话题。

作为老乡鸡2020年唯一的战略公关顾问,韩立勇一直在努力探索基于网络传播生态下品牌建构的策略和路径,被誉为“战略公关”理论的开创者。

在公关领域的多年深耕,不仅让他积攒了丰富的经验,也为开拓广阔的视角打下了

良好的基础。

2020年,韩立勇入职东道集团,任副总裁之职。

作为中国一流的品牌公司,东道品牌创意集团的殊荣数不胜数。2020年9月,东道品牌创意集团被官宣为“北京2022年冬奥会和冬残奥会官方品牌设计服务独家供应商”。

加入东道集团,是韩立勇多年来从媒体人向品牌专家转型的又一注脚。在此之前,他凭借高屋建瓴的洞察力和蓄积深厚的专业能力早已在业内屡获认可。

在2017(第十二届)品牌年度人物峰会上,韩立勇当选为“2017中国十大首席品牌官”。

在那个自2006年开始举办的品牌年度人物峰会上,聚集了4000多位专家领导、行业大牛。

韩立勇认为,在互联网时代,和生硬的广告相比,公关信息对大众的认知影响更持久,更有穿透力,所以应该将公关战略化。传统的传播是基于工业文明,今天的传播是基于信息文明。当下的信息生产、流通都发生了颠覆性变化。基于这样的变化,传统的传播方式必须跟上信息时代生产力的变革。

在传统公关传播领域,韩立勇的战略公关提出了六维度的信息处理手段,依次分别是情绪、记忆、想象、专业判断、事实判断和价值判断,并在此基础上提出了有效传播的核心,系生产连接公众超级情绪的节奏性传播理念。

在全新的网络媒体时代,这一套理论敏

锐地抓住了当前的传播特征,并给出了一套更具可操作性的实战型公关策略。许多企业和个人因此搭建起前瞻性的公关视角,受益颇丰。

2018年1月12日,在由美国营销国际协会中国办公室Sales & Marketing Executives International(SMEI)主办、对外经贸大学国际商学院协办的“SMEI中国分会首届研讨会暨创新型营销人才发展高峰论坛”上,韩立勇做了《新媒体时代如何进行网络危机公关》的主题发言,现场嘉宾反响热烈。

2020年8月8日,在第十四届中国品牌节年会上,韩立勇与中国石化新闻发言人、品牌部总经理吕大鹏等一众专家,为武汉重启出谋划策,帮助被疫情按下暂停键的武汉完成迈出新步伐。

2020年9月23日,在人民网舆情数据中心主办的第一期2020中国医药上市企业品牌指数报告会上,韩立勇作了《如何用公关引爆一个品牌》的主题发言。他的“企业传播要对准靶心”理论赢得了在场嘉宾的深度赞同。

2019年9月27日举办的2019-2020年度杰出品牌营销年会终审会上,韩立勇系被邀请的评委,积极参与终审环节,评出了杰出品牌营销奖、单项奖、杰出公益奖以及杰出人物奖等40余个大奖。据悉,此年会由经观传媒与《经济观察报》共同举办,已经成功举办十七届。十七来,杰出品牌营销年会以深远新颖的立意,严格的流程和独特的专业气质成为中国营销界备受关注的活动。

2021年4月28日,在金嗓子汤宝·2021