

毛铺草本年份酒重磅上市,驶向健康白酒新蓝海

■ 劲品

武汉,九省通衢、江河纵横,彰显着中华文明“和而不同”的包容与气度。5月28日,以“草时代,和耀未来”为主题的和文化论坛暨毛铺草本年份酒上市发布会,在武汉知音号游轮隆重举行。

中国工程院院士李培根,湖北省文联名誉主席熊召政,湖北省楚商联合会执行会长刘宝林,武汉市黄石商会会长吴文刚,劲牌有限公司董事长吴少勋等相关领导和嘉宾莅临现场,感受“和而不同”的中国文化,探讨健康产业新发展,中国酒业协会理事长宋书玉,湖北省楚商联合会会长陈东升通过视频的形式,与参会嘉宾共同见证毛铺草本年份酒上市发布的盛况。

以“和”之名的文化盛会

大江两岸景色迷人,星光璀璨。毛铺“和而不同”的文化理念与众多嘉宾“知音”相遇。

当天下午,以毛铺品牌故事为灵感创作的《酌取时光》舞台剧以第一幕《入境》拉开活动序幕,穿越时空,将众嘉宾引至“和而不同、美美与共”的精彩境界。随后的四幕舞剧《寻香》、《萃精》、《觅友》、《追月》流光溢彩,伴随着大气磅礴的“和”文化定制主题音乐,将发布会逐渐推向高潮。文化沙龙环节,与会嘉宾熊召政进行“以和为贵之约,探寻健康生活之道”的主题演讲,为发布会带来一场有温度、有共鸣的思想盛宴。



因热播年代剧《人世间》再次大火的著名影视演员雷佳音也作为“神秘知音”,通过视频形式为毛铺草本年份酒的上市送上祝福,同时借此契机正式宣布,自己未来会以毛铺草本年份酒品牌代言人的身份,与大家一起品味草本浆、真年份的魅力。雷佳音多样的戏路、精湛的演技,正如毛铺“和而不同”的追求和传承的匠心。

和而不同的健康臻酿

随着中国工程院院士李培根,湖北省楚商联合会执行会长刘宝林,武汉市黄石商会会长

吴文刚,劲牌有限公司董事长吴少勋等10位嘉宾登台,通过全息投影的方式,全方位揭晓毛铺草本年份酒的草本内涵、健康品质和精尖科技,白酒领域的“健康新贵”正式宣告上市。

全息纱幕投影等丰富多样的现代化科技互动形式,让嘉宾在极致的沉浸式体验中,能全面了解到毛铺草本年份酒的2项国家核心专利及5味草本精华的健康内涵,同时,也能溯源8年/12年/15年真实年份认证信息。

美国哈佛大学王欣教授,为在场的嘉宾更加深入地讲解了毛铺草本年份酒的“草本浆”和背后科学的功能原理,以及科研证明。

相比传统的“辣嘴灼胃”型白酒,这款草本年份酒以科技赋能健康,融合苦荞麦、葛根、枸杞子、桑叶、针叶樱桃果五味草本精华,特选浓、清、酱三香地标产区的年份原浆,经陶缸陈酿12年以上,真实年份和健康性通过中国酒业协会等权威机构双重认证。

劲牌公司副总裁李晖说:“毛铺草本年份酒最核心的优势就是草本浆和真年份,汲取苦荞麦、葛根、枸杞子、桑叶、针叶樱桃果五味草本精华,经陶缸陈酿12年以上。通过科研人员不断研发,将草本精华与传统白酒结合,并且享有两项国家发明专利,真正让‘健康、科技、品质’成为毛铺的核心竞争力。”

毛铺开辟健康白酒的全新赛道

本次和文化论坛暨毛铺草本年份酒上市发布会活动是由武汉黄石商会主办、劲牌公司承办的大型活动,是一次将黄石名品推向全国的重要举措,更对劲牌布局中高端白酒市场有标志性意义。作为国内健康白酒的先行者,毛铺草本年份酒传承了劲牌有限公司专注于健康产品企业的特质,定位政商消费人群,开辟了高端健康饮酒的新赛道。

劲牌公司始建于1953年,历经近70年的稳健发展,一直以提高消费者身体素质和生活质量为使命,向消费者提供更加健康的产品和服务,倡导健康生活及健康饮酒,助力国人对“健康美好生活”的追求。毛铺草本年份酒的上市,更是体现了劲牌在全新行业环境下不断创新升级的魄力和前瞻性。

洋河股份“数字化提速”引领行业新时代

近段时间,洋河股份“天之蓝”“海之蓝”再来一瓶活动火热进行中,红包中奖率100%,更有机会赢得“再来一瓶”。在好产品的加持下,“好运气”更激发了消费者在疫情即将结束后的购买欲望。一个企业不是一座孤岛,作为酒业龙头企业 and 数字化先行者,近年来,洋河股份率先启动“智慧洋河”项目,开创了新营销、新零售格局,将酒业竞争拉到了新高度。

“智慧洋河”从顶层设计走向落地执行

从2019年数字化的启蒙年,到2020年数字化加速之年,数字化转型的优势正迅速被熟知,“智慧洋河”建设是新时期洋河股份转型升级、再创辉煌的战略抉择。

2022年一季度,洋河股份实现营业收入130.26亿元,同比增长23.82%;归属于上市公司股东净利润49.85亿元,同比增长29.07%。在新冠疫情蔓延的情况下,企业交出了靓丽成绩单,其中,“智慧洋河”建设功不可没。

在制造端,洋河的智慧工厂构建了全制程、全产业链质量追溯系统,实现了传统酿造与智能化酿造相结合。智慧化包装与现代化物流相匹配、科技创新与标准化管理相融合。而在消费端,营销是连接企业生产端和消费者终端的重要环节。据了解,目前洋河凭借数字化,已逐步实现了“渠道在线化、用户数据化和业务信息化”的三化目标;其中,“渠道在线化”让进销存信息和渠道物流信息均能实时可见,“用户数据化”让用户真切感知企业文化和产品,并由此整合出由传统基础、营销体系、供应链生态、全价值链一步步升级进化的信息化建设工程。

不仅如此,洋河股份的数字化在营销环节之外,还升级辐射到企业生产和终端消费两段,打通了洋河产品从生产到消费的全链路数字化升级路径。据业内资深人士分析,“消费新场景革命”以来,以数字化赋能传统渠道势不可挡。传统渠道“在线化”及以消费者为中心的运营能力,将成为未来3至5年企业品牌竞争的杀手锏。

今年,由洋河股份牵头编写的《洋河股份

营销数字化》入选清华大学教学案例,并正式收录清华大学经济管理学院中国工商管理案例中心接受入库,用于各商学院课堂教学。可以预见,在数字化“新势能”的推动下,洋河将为未来高质量发展打下坚实基础。

“数字”引领迸发新活力

众所周知,洞察对于品牌构建和产品推出,影响十分重大。洋河股份党委书记、董事长,双沟酒业董事长张联东曾表示,“以前企业与消费者的互动在消费端,很长时期里甚至只停留在中间渠道上,但从现在的趋势看,白酒企业必需实现转变。”

据了解,洋河股份在产品设计上,已从过去自行设计推出新产品,转向根据用户需求生产他们需要的产品。换言之,白酒企业不仅要善于发现消费者价值,还要进一步触动消费者的情感共鸣神经元,让他们发自内心地觉得“这就是我想要的白酒”。

这是一场关于产品战力和营销战力的双重考验。为了更好地传达品牌内涵以及精准触达消费者需求,“梦之蓝M6+”曾以“百万航

天合伙人”计划为基站,用数字化技术打通线上、线下两个营销场景,传递品牌理念;在消费端以消费者消费偏好、品牌体验等为基础,通过扫码领红包、扫码抽奖的方式,与消费者形成互动,同时洋河用数据资产给消费者更多利益,并形成长期发展,最大程度地贴近消费需求。

此外,基于名酒优势,洋河产品从最初生产到最终消费还有一个完整的数字化链路加以辅正,并顺应这一趋势对产品布局进行了逐步完善。以“梦之蓝M6+”为缩影可以看到,洋河已告别以前的生产销售模式,尤其是在数字化生态逐步完善的今天,其新的驱动模型基本搭建成型。

据悉,时代更迭之间,产品触达消费者的路径已发生根本性转变,由早期的生产端、渠道端为导向,转为以消费者为导向,这对于整个行业而言既是挑战,更是机遇。通过战略调整,洋河股份已经明确了多品牌、多品类战略,推进一体两翼发展模式,洋河作为第一主导品牌,双沟作为第二品牌,贵酒品牌梯次跟进,这会多轮驱动洋河股份的业绩增长。(若尘)

助力品牌强国 推动豫品振兴 河南品牌观察团专家组走进工农兵餐饮

■ 本报记者 李代广

5月27日,河南省品牌促进会组织品牌观察团专家组一行八人走进河南工农兵餐饮管理有限公司总部参观、调研,专家组与工农兵管理团队一起就“工农兵餐饮品牌化建设”进行了深入交流。

河南省人民政府原副秘书长、原河南省轻工业厅厅长、河南省品牌促进会创始副会长孙光华,河南省政府发展研究中心原主任、河南省品牌促进会专家组组长王永苏,品牌观察杂志社长兼总编辑郑学勤,河南省品牌促进会执行会长兼秘书长刘军等出席本次活动,针对工农兵餐饮的品牌化发展给出了合理建议。

工农兵餐饮品牌创始人李向东,带领河



南品牌观察团一行参观了公司总部办公区并详细介绍了工农兵的发展历程、现状和未来发展战略布局。河南省品牌促进会将利用品牌系统化建设优势和资源优势与工农兵餐饮平台携手合作,共同为河南餐饮行业的品牌化发展贡献力量,为河南餐饮品牌早日享誉全国、影响世界献智赋能。



板集煤矿:“四化”牵引助推装备升级

5月25日,中煤新集板集煤矿引进的智能化快速作业线装备EBZ260M-2型掘锚机调试成功。该矿瞄准机械化换人、自动化减人、智能化无人目标,通过引进采掘智能化装备,为煤电一体化智慧矿山建设提供有力支撑。图为该矿职工正在地面操作掘锚机。

陈正飞 摄影报道

高县:首批春茧迎来“开门红” 蚕农收获“第一桶金”

■ 罗景萍 张钰笛

四川省高县是中国蚕桑之乡,桑树种植面积23.5万亩,近10万蚕农。近年来,该县把发展蚕桑产业与推动乡村振兴相结合,推动蚕桑产业提质增效。

5月22日,四川高县召开农业农村工作会暨现代蚕业发展大会。会议传达学习习近平总书记关于“三农”工作的重要论述和中央、四川省、宜宾市农业农村工作会议以及中央、四川省1号文件精神;通报2021年度各镇、各部门(单位)党政领导班子领导干部推进乡村振兴战略实绩考核结果以及农业农村工作先进个人、蚕业工作先进单位和个人,并对部分先进集体颁发奖牌。与此同时,2022年春蚕初成熟,又是好“丰”景,高县各茧站陆续开收购今年首批春蚕茧。

5月26日,一大早,高县来复镇溶溪村蚕茧收购点就己人声鼎沸,前来售茧的蚕农排起了长队,一筐筐白花花的蚕茧映衬着丰收



的笑脸。随着工作人员的一声“开称”,春茧收购正式拉开序幕。工作人员有序分工对鲜茧进行评级、定价、称重、结算,现场一片忙碌。

“这一季养了4张蚕,卖近1万块钱,得赶紧回家把蚕房打理好,马上第二季小蚕又要来了。”蚕农贾立辉拿着刚到手的结算票据乐呵呵地说。从共育室拿回小蚕后,经过20余天的精心喂养,一个个小蚕茧将贾立辉对美好生活的期盼变为了现实。

据悉,为了做好春蚕收购工作,更好方便



蚕农售茧,县域内多个茧站同步开称收购,针对相对偏远的村,通过开设临时收购点和提供上门收购服务,确保蚕茧应收尽收,全力保障蚕农收益。

在蚕农们忙碌着称重的同时,一旁的工作人员也在“智慧蚕桑·桑茧丝绸一体化综合信息管理系统”认真地进行实时登记。据工作人员介绍,该系统以蚕农信息为基础,实现新收蚕茧数据与蚕农个人信息一一对应。通过智慧平台将蚕茧收购过程信息化、网络化,重

量、等级、销售金额一目了然,茧款也将按照蚕农的系统信息进行统一发放,极大提高蚕茧收购效率,保证蚕茧收购的公平性,保障蚕农收益。

据高县蚕桑站相关负责人介绍,该批上市的鲜茧总体质量较好,收购均价在46元/公斤。今年,全县首批春蚕发种5.4万张,预计产茧250万余公斤,蚕农茧款收入将达到1.2亿元,实现了“开门红”。

高县是中国蚕桑之乡,桑树种植面积23.5万亩,近10万蚕农。近年来,该县把发展蚕桑产业与推动乡村振兴相结合,推动蚕桑产业提质增效。首批春蚕的丰收,极大提振了广大蚕农养蚕积极性和信心。

下一步,该县将继续加强对蚕农种桑养蚕的关键技术指导和相关培训工作,指导蚕农做好桑园管理、饲养、上簇、收茧等各个环节,进一步提高蚕农种桑养蚕技术水平,并继续推广“小蚕共育+仪评售茧”,力促蚕桑生产量、质双增,为蚕农增产增收保驾护航。

履行央企社会责任 一机集团荣获“全国科技系统抗击新冠肺炎疫情先进集体”

■ 朱小萌

近日,国家科技部对全国科技系统抗击新冠肺炎疫情先进集体、先进个人进行表彰,内蒙古一机集团荣获“全国科技系统抗击新冠肺炎疫情先进集体”。

一机集团在新冠肺炎疫情爆发后坚决响应国家号召,积极履行央企社会责任,有效发挥军工优势,体现国有企业责任担当。疫情爆发初期正值2020年春节,一机集团根据自身技术储备、生产能力,迅速组织负压救护车研制和复工生产工作。

公司克服人员紧张、物流不畅通、相关零部件企业未复工等种种困难,在加强自身疫情防控的同时,采取超常规的生产组织方式,通过春节期间不分昼夜、连续加班加点,保质保量完成首批4台负压救护车研制任务并交付包头市120急救中心。随后又继续为包头市卫生防疫部门、内蒙古卫健委、内蒙古红十字会、区外卫生防疫等单位提供负压救护车34台份用于疫情防控。负压救护车的研制成功,填补了自治区负压救护车生产的空白,满足了自治区医疗卫生防疫系统相关车辆的需求,及时为内蒙古自治区疫情防控提供了先进的医疗装备保障。与此同时,公司还成功研制出口罩机、压条机等抗“疫”利器,并取得医用防护服及医用口罩医疗器械生产资质,实现日医用口罩20万只、年产医用防护服10万套。

后续,一机集团将在已有负压救护车等抗“疫”产品的基础上,不断加大科技研发力度,持续开发核酸采样车、移动PCR实验室等疫情防控相关产品,为助力地区疫情防控、保护人民群众生命健康做出积极贡献。

金潮新材 获民族百强品牌殊荣

■ 翟纯明 张天弛

近日,“2022中国供暖行业民族品牌100强”评选活动揭晓,山东金潮新型建材有限公司凭借在采暖管道领域的综合实力,从众多民族品牌中脱颖而出,再度登上“中国供暖行业民族品牌100强”榜单。

本届“2022中国供暖行业民族品牌100强”评选活动,由中国建筑金属结构协会舒适家居分会、中国建筑金属结构协会辐射供暖供冷委员会、中国建筑金属协会采暖器委员会、中国建筑金属结构协会清洁供热分会共同主办。评选活动秉承公平、公正、公开的宗旨,从树行业新风,展行业新貌,充分激发业内民族品牌的积极性、创造性和凝聚力,提升企业实力,助力行业发展出发,采用线上、线下及专家评委共同打分的方式。上榜品牌主营产品涵盖了壁挂炉、温控、采暖散热器、采暖管道等众多采暖领域,采暖管道领域上榜的品牌有金潮、保利、白蝶、日丰、派康等18个品牌。

金潮新材公司创立20多年来,始终坚持以科技创新为企业发展赋能,与众多科研机构和高等院校建立了长期合作伙伴关系,在塑料管道研发领域不断探索及完善,致力于高品质管道系统的生产、加工。公司引进大批高端人才,成立以数十名工程师为核心的专业技术研发团队。同时,通过不断进行技术改进和设备升级,提升自动化生产水平,确保所有产品性能测试全部在厂内完成。金潮新材全力打造全价值链的质量管理体系,实现对品质的全程把控,产品品质远超国家行业标准,连续多年获评山东省高新技术企业,全国质量检验稳定合格产品,全国塑料管道行业质量领先品牌,全国质量诚信标杆企业。目前,公司拥有15项产品技术专利,被授予“山东省认定企业技术中心”、“山东省瞪羚企业”、“烟台市企业技术中心”、“烟台市工程实验室”。



新矿集团 认真宣传贯彻信访工作新《条例》

5月10日至31日,山东能源新矿集团聚焦宣传引导、学习培训、精准服务等方面,以“贯彻信访工作新《条例》,坚持人民信访为人民”为主题,组织开展信访宣传月活动,大力营造“学条例、知条例、用条例”的浓厚氛围。图为5月26日,新矿集团在翟镇煤矿党建文化主题广场举办《信访工作条例》宣传月主题日活动现场。

商霞 刘玉玲 陈雯静 摄影报道