一场寻辣之旅,看到了餐饮"成瘾性"事业的潜力

强化物资管理 当好企业"后勤兵"

中国二十二冶集团一公司物资管理部强体 人员管理,提升梯队建设也是重点抓手。物资管 理部多次进行组织培训,夯实基础业务,制定个 性化培训课程,采用互联网手机移动教学与现 场集中培训相结合的方式, 打破空间、时间限 制,使得培训走向多媒体,走向现场,利用 PPT

对比找差距,在"比、学、赶、超"的氛围中,拓宽了 视野,提高了自身业务水平。

项目主体结构通过验收

近日,中国二十二冶集团一公司承建的沈

沈阳市危险废物填埋场扩建工程项目位于 含计量固化车间及1号暂存库,建筑面积 2002.6 平方米;污水处理车间,建筑面积 1714.8 平方米;车库及综合楼,建筑面积 4007.3 平方 米;门房,建筑面积89.53平方米;刚性填埋场

处置需求,实现医疗废物平稳、安全、可靠处置, 进一步降低环境风险隐患,提升环境质量,有效 维护人民群众生命安全的同时,提高区域人民

器具,极易造成安全事故,因此施工安全必须做

到以人为本,锁紧安全培训制度锁。 中国二十二冶集团一公司制定了完善的安 全培训计划,对培训项目及内容:从国家安全生 产方针、法律、法规到安全员岗位责任制;从全面 管理体系文件到分包队伍管理办法; 从安全生 产、文明施工费用提取办法到从典型事故和应急

作业、现场用电、消防、办公区、生活区、食堂、宿 舍等进行全面的检查,检查后针对发现问题下发 整改通知,要求及时整改和反馈,并在下次检查 中对照问题进行专项检查。通过检查,让安全管 理工作真正落到了实处,取得了实效。

近日, 广东省英德市连樟一号品牌管理有 限公司运营中心在英德市连江口镇连樟村揭 牌。近年来,该村通过招商引资,引入专业团队, 与村集体企业合资成立英德市连樟一号品牌管 理有限公司,以此盘活村集体资产,挖掘连樟村 品牌价值,探索英德乡村品牌运营新模式。

土榨花生油、禾虫香米、灵芝切片……在连 樟一号品牌管理有限公司运营中心,一个个当 地种植的农产品经过包装设计,使用统一的品 牌。"一直以来村里生产的特色农副产品都是零 散卖,不仅卖不上价,也影响村民种植的积极 性,通过建立乡村品牌能让好的产品卖上好的 价格。"连樟村党总支书记、村委会主任陆飞红 介绍,经过近几年的发展,连樟村产业多点开 花,不仅坐落着省级农业科技示范园,还大力发 展林下经济,利用山林种植 1000 多亩灵芝、石 斛等珍贵药材,引进了麻竹笋深加工企业。"连 樟1号"品牌的推出,将进一步提升农产品附加

值,助力村民增收致富。 "接下来,公司将下大力气,为连樟村的农 域性农产品进行保护。

特产品、旅游服务等建立相对明确、有指引性的 统一标准,以特色产品、特色服务、特色体验来 接受市场经济以及各类消费群体的考验。"英德 市连樟一号品牌管理有限公司董事长陆国明介 绍,下一步,将在线上线下同步推广该品牌;同 时,为农产品建立准入机制,制定质量管理体 系,严格把控产品的品质,让品牌走得更远。 连江口镇党委书记丘琅彪表示,连江口镇

党委、政府将利用好品牌效应,大力发展优质农 业产业,做大做强英德红茶、麻竹笋、丝苗米等 优质农产品,助力乡村振兴和打造百亿级农业

以品牌战略助推高质量发展



品牌是企业乃至国家竞争力的综合 级方向。新时代品牌建设,是推动我国

建设对于促进经济高质量发展、满足居力,提升我国产业在全球价值链中的地 民消费升级需求、提升产业国际竞争力 位。 具有重要意义。

品牌建设有利于优化供给结构促进 高质量发展。打造具有核心知识产权的

需要。消费升级背景下,消费者对于品质 头角。 化、个性化、多样化的产品需求不断上 在企业品牌上,越来越多的企业开 升,这对我国生产端供给能力提出了更 始注重企业自身可持续发展并保持良好

牌,引领消费市场创新;一些企业加快 "走出去"的步伐,通过核心技术攻关,抢 品牌建设有利于满足人民美好生活 抓机遇、趁势而上,开始在世界舞台崭露

牌化发展,成为助力乡村振兴的"排头 兵"。一些消费电子、家电等制造业品牌

出了更高要求。在一些领域,我国的产业 规,强化国内知识产权保护和品牌保护, 发展水平和品牌运营能力仍然滞后于发 支持自主品牌在国际市场的知识产权维 达国家, 亟须培育一批与大国地位相匹

协同发力实施品牌战略

品牌的发展受到产业基础、市场竞 争、法律制度和社会环境等多重因素影 响,只有全社会都认识到品牌建设的重 要性,自主品牌才能获得更大发展空间。

一是在生产领域提升品牌产品和服 务品质。支持企业提升技术和质量水平 务、智慧服务等新业态新模式,培育专业 度高、覆盖面广、影响力大、放心安全的

营推广能力。在提升生产企业品牌营销

权,规范品牌创新发展的市场环境。

(作者系商务部研究院流通与消费

地理标志认定驶进"三标合一" 作为农业大国, 我国拥有丰富的地

理标志产品, 地理标志认定也是助力乡 村振兴的重要推动力量。2022年11月, 农业农村部发布公告,正式废止《农产品 地理标志登记程序》,这意味着不再对农

那么,农业农村部做出这一举措的 背景因素是什么? 将会对区域农业品牌 建设产生哪些影响?

农产品地理标志具有天然的公益属 性,是促进农业高质量发展和乡村特色 业品牌的重要途径。

人民共和国农业法》规定:"符合规定产 范》。并于 2009 年,会同财政部等部门启 系,但侧重点各不相同:国家地理标志保 地理标志管理和保护情况,研究地理标 地及生产规范要求的农产品可以依照有 动实施地理标志农产品保护工程。 护产品侧重于产品,地理标志商标侧重 志的法律保护、管理、运用和公共服务等

从而更具市场竞争力;同时,农产品地理 纷纷崛起。 经济名片、带动区域经济发展也作用明

2007年12月,原农业部颁布的《农 产品地理标志管理办法》规定,农产品地 理标志登记申请人为县级以上人民政府 途中,农产品地理标志工作却戛然而止。 根据具体条件,择优确定的农民专业合 这是为什么呢? 作经济组织、行业协会等。该《办法》的实 施是我国首次以"地理标志"字样,对区 一个舶来的概念,在我国经历了不断探 志产品为了打造品牌竞争力,在不同部 我部已停止了农产品地理标志登记工

茶、湖北省麻城市福白菊产业协会报送 办法》。



关法律或者行政法规的规定申请使用农 此后,各地政府部门对农产品地理 于商标,农产品地理标志则侧重于区域 具体制度措施,为最终形成地理标志统 产品地理标志。"这是在我国法律条文 标志日益重视,纷纷将其作为发展现代 保护。 中,首次出现有关"农产品地理标志"的 农业、提振区域经济、创建特色品牌的重 后来,原国家质检总局的原产地地 2022年9月,农业农村部网站公布 由于具有独特的自然生态环境、独 展规划、补贴奖励、宣传推广、品牌打造 局。 特的生产方式、独特的产品品质、独特的方面也不遗余力,阿克苏苹果、库尔勒香 2018年,国务院机构改革后,对地 标识管理和加强市场监管、搭建农产品

地理标志保护"三标并行"

然而, 地理标志助力乡村振兴的征

究其原因,地理标志体系构建作为 如此一来,就有很大一部分地理标 认定制度有关工作要求,2022年3月, 索、逐渐清晰的过程。

第二年,原农业部正式启动农产品 原农业部认定农产品地理标志之 的权利冲突,也使消费者无从辨别何为 年制定的有关登记计划也相应停止实 地理标志的登记、管理工作,当年7月公前,原国家质量技术监督局曾于1999年"正品"。

的麻城福白菊,则成为首批获得认证的 2001年10月,根据新修订的《商标 期,废止了原相关地理标志产品专用标 农业品牌将在更大程度上释放地理标志

产业发展的有效手段,也是打造区域农 和使用管理进行规范,原农业部根据《农 商总局、原农业部三个系统,对应的地理 法规,健全专门保护与商标保护相互协 产品质量安全法》《农产品地理标志管理标志分别为国家地理标志保护产品调的统一地理标志保护制度。 2002年12月,第九届全国人大常 办法》有关规定,发布了《农产品地理标 (PGI)、地理标志商标(GI)、农产品地理 由此,国家知识产权局开始加大立 委会第三十一次会议修订通过的《中华 志登记程序》和《农产品地理标志使用规 标志(AGI)。三者之间既有区别也有联 法框架等核心问题研究力度,梳理海外

人文历史,获得地理标志认定的农产品, 梨、大荔冬枣、桂林罗汉果、盐池滩羊肉、 理标志的管理职能也进行了调整,但相 品牌利益价值共同体等建议作出回应。 往往更容易获得消费者的信赖和认可, 盱眙龙虾、长白山灵芝等区域农业品牌 应的规章制度并未废止,形成国家知识 农业农村部表示,2018年,国务院 产权局商标局以《商标法》为依据,国家 机构改革方案规定国家知识产权局负责 标志能够提高产品附加值,不仅有利于 截至 2022 年 2 月,经农业农村部认 知识产权局知识产权保护司以《地理标 拟定统一认定制度并组织实施后,农业 种植户、养殖户增收致富,对于打造地方 证的全国农产品地理标志达到3510个。 志产品保护规定》为依据,农业农村部以 农村部积极会同有关部门开展联合调 《农产品地理标志管理办法》为依据,分 研,推动构建统一认定制度;同时,市场 别对地理标志提供保护的发展格局。

门获得注册或登记,不但造成保护部门 作,包括受理、评审、公示和公告,2022

布了 28 个符合登记条件的地理标志农 颁布《原产地域产品保护规定》,出台《原 直到 2019 年 10 月,国家知识产权 识产权局构建地理标志统一认定制度。" 产品。其中,山西省黎城县特产黎城核 产地域产品的通用要求》;后来,原国家 局正式发布中华人民共和国地理标志专 农业农村部信访处在回答网民的咨询中 桃,成为第一个编号产品(AGI00001); 出入境检验检疫局颁布了《原产地标记 用标志,并根据《商标法》《专利法》有关 说。 湖北省鹤峰县茶叶产业协会报送的鹤峰 管理规定》和《原产地标记管理规定实施 规定,对地理标志专用标志予以登记备 毋庸置疑,在品牌强农战略下,我 案,纳入官方标志保护。同时设置过渡 国地理标志保护制度将更加完善,区域

法》,我国开始在法律层面对"地理标志" 志的使用。 为了更好地对农产品地理标志登记 提供保护,并一度形成原质检总局、原工 2020年4月,国家知识产权局发布 值。

至此,地理标志保护"三标并行"成

释放经济、社会和生态价值

2021年,党中央、国务院印发的《知 识产权强国建设纲要(2021—2035年)》 明确提出,探索制定地理标志专门法律

要抓手,不但申报积极性日趋提高,在发 理标志管理职能,合并到国家知识产权 对十三届全国人大五次会议第 3164 号 建议的答复,就进一步完善农产品地理

> 监管总局也将地理标志保护作为知识产 权执法的重要内容, 积极推动构建地理 标志协同保护工作机制,严厉打击地理 标志侵权假冒行为。 "按照中央编办构建地理标志统一

施。按照部门"三定",我部正配合国家知

保护的经济价值、社会价值和生态价

餐饮产业中发挥出巨大作用。 8月21日,一场由翠宏食品举办的 "寻辣文化之旅"开启,探讨辣味发展、品 尝特色美食、感受民俗风情、学习辣椒文

味蕾。火锅、烧烤、各类小吃快餐,以及众

多川、湘菜品牌应运而生,一颗小辣椒在

活动上,由翠宏食品成立的行业内第 一家辣椒博士站也正式启动。据悉,该博 士站汇集了四川、贵州等地的专家、学者, 养基地、个性化定制、辣椒学院等项目。此 外,辣椒博士站还为餐饮品牌搭建专属辣 味基地,满足品牌方个性辣味需求、为餐 企打造极致性价比、保障食品安全。

开启文化之旅、建立辣椒博士站,翠 宏食品作为供应链企业,已然在整个辣椒 产业链上掀起了一股新的风尚,也给整个 行业带来了新的无限想象。

辣椒成为流量密码

种观赏性植物。后来,辣椒也是被中医发

伴随人口流动的加速,辣味也突破以 是规模最大的味型,可以容纳多个上市品

食辣史》的作者曹雨认为,"饮食口味越来 辣椒的功劳。商家需要更有标志性、更有

至很多品类中都能见到辣椒的身影,辣味 豆瓣酱的味道,缺少辣味刺激,难以满足

番茄资本创始人卿永指出,调味食材 这无疑对处于上游的各类调味品生产商 牌都是其合作伙伴。 里,辣椒的成瘾性是最高的,所以辣锅会 提出了更高的要求和挑战。

聚焦辣椒调味品产业

作为一家经营传统生意的供应链企 大等二十多个国家。

椒调味品产业近四十年的时间,推出"更 好的辣",得益于其掌握着成本、品质、规 模这三个核心优势。

产品成本方面,翠宏食品深入产地进 行生产,从而降本增效。其位于河南的和 植区地处中原腹地,土地肥沃,2000万亩

司样拥有厂区,地处无污染的云贵高原 享有独特的土壤、清澈的水质和充足的日 照,为辣椒生长提供优质自然条件。奇妙 的纬度、适宜的高度、有利的温度、宝贵的 湿度、难得的浓度共同升华了辣椒的品

"失之毫厘,谬以千里",细微末节的 消费者熟知的海底捞火锅、珮姐老火锅、 此,公司也开拓了线上渠道,进驻天猫、淘 店。其产品畅销国内以及出口美国、加拿

深化成本管控

厚植发展潜力

计划,重视企业的竞争环境的分析,提高企业

的工程质量和信息与信誉度,为建筑施工企

业的发展建立良好的市场秩序。重视成本管

按照集团公司"品质效益提升年"的总位

部署,各项目成本合约部梳理了自项目公司

成立以来的全部费用支出,从工程费用、工程 其他费用两个角度汇总了截至目前实际发生

的全部费用。一方面用以计算投资收益,另一

方面了解公司运营状况,对于成本超标情况

及时的予以发现及控制,指导后续工作的开

理,不断加强风险预警机制。

中国二十二冶集团一公司各项目不断提

周忠鑫:机灵智慧的电气调试员

览等功能于一体的复合型空间。

大排档也走进济南、镇江等地。

抢占"高质量"首店

性,一点就通,特别是在理论知识学习 重点,力求最大限度地清扫知识盲区。为 手速和随机应变能力常常能在严苛的竞 用自己的智慧和优势面对更多新的挑

成了串联效应,只要触及其中一个知识 线钳两端,扩大剥线孔缝隙,增加了单次

品牌首店多点开花 激发消费新动能

如今首店经济如雨后春笋般在各地 涌现,但开设首店并不是一劳永逸的生 意,在行业发展的道路上,仍有首店在 "流量"走失后悄然退场。业内人士普遍 认为,首店经济发展到今天,数量已非唯 一衡量标准,城市首店经济"争夺战"正 向着抢占高质量首店的方向发展。

首店经济热

中商数据发布的《中国首店经济高 质量发展报告》对中国 10 座重点商业城 市的首店数量进行统计后发现,2019年 1月—2022年9月,有三座城市的首店 品牌数量超过 2000 家,成为首店经济的 "黄油与面包"北京首店开业之初,引发排队热潮 第一梯队,分别是上海(3676家)、北京 (2446家)、成都(2094家)。

家赖阳表示,首店经济在上海、北京、成 区的消费辐射能力。 都之所以发展火爆,是因为品牌在做首 店选址时,会对城市发展中的营商环境、 品牌首店多点开花 城市开放度等做出评估。"北京、上海作 为国际化都市,显然更容易成为国际品 牌的首选地。而一些小众品牌希望与国 积极引进国际知名高端品牌、小众时尚 货迎来日本高端品牌 SUQQU。 际品牌比肩,提高品牌自身的知名度,首 品牌,在培育打造引领性本土品牌上下 店也会选择在一线城市布局。"

店引进力度较弱,但整个西南地区经济 发展比较快,使得先在北京上海壮大起 沉市场进军,比如贵阳凭借贵阳荔星中 市紧跟潮流,比如网红烤肉品牌西塔老 来的品牌,在纵深发展中会选择成都作 心迎来了包括路易威登(Louis Vuitton) 太太入驻宁波、台州等多个城市,迷你椰 费者更加追求特色的产品、空间及服务。 除了上述三座城市外,其他城市也

纷纷发力"首店经济""首发经济",抢占 进线下,并以入驻一二线城市为主,如哥 商业零售的"顶流"。武汉作为南北节点 本哈根小众品牌 GANNI 全国首店选址 枢纽城市,首店发展也有大幅增长。2022 深圳万象天地,成都本土潮牌 MEDM 落 年武汉表现亮眼,首店数量仍保持正增 地万科天荟。



可以激发新的消费流量,引发关注热潮; 市:本土生活方式类品牌频出,并争相在 北京国际商贸中心研究基地首席专 另一方面,首店可以增强对其他周边地 一二线城市布局。上海落地首家凡几 品牌在场景创新及门店内容上持续发力,

功夫,但不同的城市对于零售业态的选 驻一线城市,如全球极富盛名的精品咖 到今天,数量已不是唯一衡量标准,城市 "与北京上海相比,成都虽然国际首 择各有侧重。

> 在内的多家高端消费品首店。 国货原创与海外潮流品牌也开始走

运动品牌则以零售体验合一的模式 开设首店并不是一劳永逸的生意。在首 高,服装等业态会以开设形象店、概念店

持续增强,大批首店纷纷落地。南京在 的东风,将滑雪运动"吹"进购物中心,在 量"走失后悄然退场。 2022年前三季度引入数量已超去年全年 北京、深圳等多个城市迎来首店。 生活方式类品牌也开始广泛布局, 心开出首店后,曾掀起抢购热潮。然而今 相融合的态势,并不一定都要引流到线 在赖阳看来,积极发展首店,一方面 MUJI 下沉市场拓店至台州、淮安等城 年7月21日,Lady M 在其官方微信公 下购买。"

消费者表示,作为网红品牌,刚引进中国 市场时,为尝鲜去排队购买。但一块蛋糕 售价80元以上,性价比并不高。

在核心商圈,但店铺设计普通、空间狭 小,用餐体验并不好。 在赖阳看来,如果首店产品和服务 让消费者逐渐体会不到首店的"温度",

还有消费者表示,Lady M 虽然选址

那么门可罗雀就在所难免。 如何将首店优势发挥到极致? 业内 人士表示, 可通过创新经营模式和产品 服务,将品牌和首店流量转变成客流和 消费增量。并在同质化品牌中找到自身 的差异化特色,以创新力成就独具特色 的品牌内核,为消费者带来新的体验,从 而赋予城市商业活力,形成新的消费经

记者注意到,当下一些国际国内知名 select shop&coffe,是兼具咖啡、文创、展 打造差异化场景及复合化业态的强组合, 吸引消费者到店。比如成都远洋太古里的 颜值经济市场受关注,国际高化美 卡地亚(Cartier)独栋旗舰店,将巴蜀风情 妆也纷纷开拓内地市场,如美国高化品 融入店铺设计,并特色化打造全球首家 首店经济发展多点开花,各地都在 牌 Hourglass 首店落户杭州,上海芮欧百 Cartier Teahouse,试图通过本土化场景的 打造来迎合消费者的购物体验。

在餐饮业态方面,国际品牌争相入 业内人士普遍认为,首店经济发展 啡品牌 Blue Bottle 中国首店落户上海。 首店经济"争夺战"已经向着抢占高质量 一线高端消费品品牌更倾向于往下 国内头部网红餐饮开始下沉,二三线城 首店的方向发展。

在赖阳看来,如今在线下消费中,消 未来,首店该如何高质量发展,并以此提 升品牌价值,是品牌需要思考的。

此外,企业纷纷抢占首店市场,但首 店未必一定要发展成为大规模连锁店。 首店自带流量密码,是赋能城市经 在赖阳看来,对于布局首店生意,企业会 济的重要原动力。首店经济可圈可点,但 越来越理性。"线下开店成本相较线上要 者增强互动,提高品牌对消费者的吸引 2017年9月,Lady M 在上海国金中 力,而在购买渠道上可形成线上与线下

打造风清气正的干事创业氛围, 就是要 打造一支忠诚干净担当的队伍。中国二十二 冶集团一公司多维发力、重点推进,以"知敬

畏、重操守、强作风"为主题,组织开展了"十 个一"专题活动,为企业营造干事创业的良好 氛围, 打造二十二冶诚信美誉品牌提供坚强 的组织和纪律保障。活动通过制作党风廉政 警示教育微视频,学习典型案例振聋发聩,警 钟长鸣;通过党风廉政建设主题演讲,树立典 型榜样,示范带动;通过自查自纠,推动建立 健全监督长效机制;通过谈心谈话,促进交流 沟通,警示常在。中国二十二冶集团一公司全 面从严治党,通过一系列活动,不断巩固党风 廉政建设成果,保证了一支忠诚干净担当的 干事创业队伍的打造。

河南省永城市陈官庄乡财政所多措并

举,促进全乡财政增收。所长陈超与全所工作 人员一道, 广开财税征收渠道, 拓展市场信 息,培育能人创业,储备经济发展人才,加快 了乡村振兴和经济发展步伐,促进了全乡财 政收入大幅攀升。陈官庄乡 2022 年全年财政 预算任务360万元,截至第三季度,已累计完 成财政收入286万元,占全年目标任务的 79.45%。进入12月份,陈官庄乡财政收入又 攀历史新高。预计至年底,将大幅超额完成财 税征收任务。 (陈学海)