

稻花香连续 20 年蝉联中国 500 最具价值品牌

6月15日,以“人工智能(AI)和Web3.0:品牌全新疆界”为主题的2023年(第二十届)“世界品牌大会暨中国500最具价值品牌发布会”在北京举行,稻花香连续20年蝉联榜单,以1085.92亿元的品牌价值位居总榜单第68位。

今年是中国500最具价值品牌评选发布20周年,稻花香从2004年首次入选榜单,伴随着品牌活动的发展一路蝉联至今,见证了中国品牌的突飞猛进,共同向世界展示了中国品牌的可持续发展力、竞争力、影响力。

品牌是企业高质量发展的重要体现。40多年来,稻花香历经创业起步、探索发展、改革创新、跨越腾飞、二次创业发展阶段,企业锚定“创百年品牌、建百亿企业、富百万人民”的发展愿景,发展实体经济,振兴传统产业,繁荣民族品牌,逐步成长为中国企业500强,品牌实力也与日俱增。

随着新一轮科技革命和产业变革的到来,企业发展也面临着新的机遇和挑战。立足新形势,稻花香集团董事长蔡开云提出,以“高质量发展”为战略方针,以消费者为中心,走自主创新发展战略,科技赋能品质升级、品牌创新、产业转型。

以消费需求为导向,打造品牌精品。稻花香构建了中高端产品矩阵,高端旗舰清样、战略产品活力家族、畅销单品珍品一号、创新产品鑫香原浆和山水风系列,契合人们日益增长的美好生活需求,实现产品升级、市场升级,让全国更广大消费者品味荆楚美酒。

以科技创新为驱动,实现产业升级。稻花香聚焦数字经济,探索在白酒传统产业链中应用数字化、标准化、智能化技术,上线制曲自动控制、原粮粉碎自动控制、酿酒生产自动控制等系统,全国首创鑫香型白酒生产工艺,建设万吨鑫香型白酒智能化酿造基地,开启智慧营销新模式,以创新推动传统酿造向智造酿造转变,在行业变革中赢得主动。

以匠心精神为引领,振兴民族品牌。稻花香十分注重品牌形象的塑造、品牌价值的提升、品牌文化的传播。近年来,通过开展活力大讲堂荆楚行、活力之光·稻花香群星演唱会,承办中国白酒中南核心产区领袖企业峰会,与茅台、五粮液等企业共同发起成立“中国白酒品牌集群”等一系列活动,实现行业共兴共享,壮大民族品牌实力。

当前,人工智能时代已经开启,Web3.0连接未来生活,品牌又一次站在了历史的十字路口,面对新科技革命的挑战,稻花香将继续坚守实体经济,夯实主业根基,加强自主创新,提升产品品质,加快产业升级,不断赋予品牌以技术、品质、文化发展的活力,讲好中国品牌故事,振兴民族产业,共绘中国品牌发展新画卷。

(张丽 刘芹芹)

“最终解释权”成商家护身符,“霸王条款”如何终结?

■ 兰天鸣

“报舞蹈班送照相机”“买名酒送高品质汽车”“买车还送车”……近期,各类商家开启“6·18”大促销,各种宣传推广令人眼花缭乱。记者发现,在不少商家发布的广告中,“最终解释权归本店所有”之类的说法频繁出现。

事实上,长期以来,因“最终解释权”相关条款引发的消费纠纷不断。为何这一“霸王条款”在商业活动中屡禁不止?

司空见惯的不公平条款

上海的罗女士说,此前她在一家自助餐厅吃饭,在网上购买了该店107.9元的团购券。结账时,商家却表示,当天无法使用团购券,全天价格统一为每位128元,并强调最终解释权归店家所有。罗女士无奈支付了差价。

广州的艾小姐在一家健身房办理了健身卡,并签订入会协议,预存了15000元。会员协议中约定,入会后会员费、预付款等费用不予退还,最终解释权归该店所有。此后,艾小姐因搬家与健身房协商退款,但健身房却以协议中规定“最终解释权”等为由拒绝了退款要求。

此类案例非常多。不少消费者反映,在遇到消费纠纷时,很多商家动辄声称自己有“最终解释权”。

天眼查统计的公开信息显示,近5年来,全国各地因商家在经营行为中使用“最终解释权归本店所有”的相关说明而被行政处罚的案例近300起。在中国裁判文书网上,近10年涉及“最终解释权”的民事合同纠纷一审判决书案件超过3700起。相关消费纠纷涉及的行业很多,包括汽车用品销售、美容美发、食品餐饮、酒店、电商等。

“商家规定自身享有‘最终解释权’的目的是排除消费者权利,为自己的过错或违法行为‘兜底’。部分商家通过故意夸大宣传或

模糊表述引客,再以‘最终解释权’为由宰客。”北京天驰君泰律师事务所上海分所律师王洁莹说。

中国人民大学法学院教授刘俊海表示,从法律上来说,尽管商家可以对其所拟格式条款进行解释,但商家并无所谓的“最终解释权”,“最终解释权”条款是无效条款。倘若矛盾双方走司法途径解决消费纠纷,对格式条款的最终裁定权应归受理案件的法院或仲裁机构享有。

法律明文禁止,何以屡禁不止?

近年来,中国消费者协会多次表示,“公司保留最终解释权”“最终解释权归经营者所有”“出卖人享有最终解释权”为不公平格式条款。

北京大学法学院教授薛军表示,我国现行的多项法律法规、部门规章、司法解释已对商家在格式条款中附加“最终解释权”的行为有所限制。比如,《侵害消费者权益行为处罚办法》中明确,经营者向消费者提供商品或者服务使用格式条款、通知、声明、店堂告示等的,不得作出含有“经营者单方享有解释权或者最终解释权”等内容的规定。《最高人民法院关于审理网络消费纠纷案件适用法律若干问题的规定(一)》规定,电子商务经营者提供的格式条款有电子商务经营者享有单方解释权或者最终解释权内容的,人民法院应当依法认定无效。

为何明文禁止,但涉及“最终解释权”的消费纠纷仍然多发?

记者采访发现,除了部分不法商家试图运用“最终解释权”条款肆意牟利外,不少商家法律意识不强,认为格式条款中添加“最终解释权”是行业惯例、理所应当。

江西一家曾遭遇行政处罚的企业负责人对记者说:“我们起初并不知道加入‘最终解释权’是‘霸王条款’,毕竟简略的宣传信息很难把活动规则穷尽,感觉这么写也没什么问



题,直到被市场监管局处罚500元才知道违法了。”

此外,部分消费者虽然吃了亏,但最终选择息事宁人。一名遭受侵权的消费者说:“‘最终解释权’的表述在生活中很常见。商家自己开展活动自己制定条款,好像也合情合理,只要扯皮不到自己身上就行。就算发生自己身上,如果事情不大,一般人也不会去跟企业仲裁、打官司,那样成本太高了。”

多位法律界专家表示,当前线上线下的商业活动频繁。商业信息发布渠道分散,执法力量难以广泛覆盖。执法部门获取的违法线索,更多来源于对市场主体的执法巡查和消费者投诉,打击治理的深度和广度有限。

遇到“霸王条款”要敢于“说不”

上海、浙江、河北等多地市场监管部门都曾公开表示,“最终解释权归本店所有”之类的表述,对消费者不公平、不合理,属于“霸王条款”。

“根据市场监管总局2020年修订的《侵害消费者权益行为处罚办法》,如果商家违规定定‘最终解释权’条款,法律法规未作规定的,可由市场监管部门责令改正,单处或者并处警告,违法所得三倍以下、但最高不超过三万元的罚款,没有违法所得的,处以一万元以下的罚款。”北京孟真律师事务所律师舒胜来

说。

业内专家表示,根治商家滥用“最终解释权”行为,一方面需要加强对商家和消费者的法治教育,另一方面要让商家不敢用、不能用“霸王条款”,让消费者在遭遇权益侵害时有“说不”的底气和能力。

刘俊海建议,电商平台、社交媒体、短视频平台等商家聚合平台应当落实平台责任,系统清理平台上各类涉及“最终解释权”的不平等格式条款。

“平台可针对即将发布的广告、推文、格式合同内涉及‘最终解释权’类的‘霸王条款’关键词内容进行智能风险提示和屏蔽,让可能发生的违法经营行为及时‘刹车’。”刘俊海说。

薛军认为,针对“霸王条款”多发的行业,市场监管部门和消费者权益保护组织可进一步开展普法宣传,加强对商家和平台涉“最终解释权”违法行为日常巡查,对存在主观恶意利用“最终解释权”侵害消费者权益的违法行为坚决查处,并公布典型案例。

王洁莹表示,应畅通消费者投诉、举报、反馈渠道,强化维权事中、事后监管,进一步降低消费者维权成本。“消费者也要擦亮眼睛,仔细阅读合同条款,增强留痕意识。如遇到‘霸王条款’,可先与商家协商要求删除该条款;如协商不成,可以拨打12315投诉。”

贵州威宁:乌蒙高原“风光互济”助力绿色发展

■ 李凡 汪军

在位于贵州省毕节市威宁彝族回族苗族自治县的贵州一道长通新能源有限公司,光伏组件生产线上的工人不停忙碌,大小机器精准作业。

“我们瞄准新能源市场定位,是贵州第一家研发生产太阳能光伏组件的公司。”该公司总经理盛兆选说。这家成立于2022年的公司专门致力于光伏组件的研发生产。

被称为“阳光之城”的威宁,位于云贵高原乌蒙山腹地,是贵州省平均海拔最高、面积最大的县。这里平均海拔2200米,年均日照时数1812小时。近年来,当地依托丰富的风、光资源,

引进和培育多家企业开发光伏、风电及相关配套产业,助力绿色产业集群发展,“风光产业”逐渐成为威宁一张靓丽的“产业名片”。

贵州一道长通公司生产的首批光伏组件今年一季度发往新疆喀什,如今已经在大西北落地生根,源源不断生产清洁电力。盛兆选介绍,公司自今年3月正式投产以来,保持全天候生产状态,产品发往贵州兴义、新疆、云南、广西等地。公司还计划将产品业务拓展到南非、日本、欧洲等海外地区。

“目前,凭借大数据赋能制造,公司采取自动化流水线生产作业,年产能能为1.8吉瓦,预计年产值达30亿元,并带动200余人就业。”盛兆选说。

威宁县抢抓新能源产业发展机遇,不断为经济高质量发展注入绿色动能。截至目前,威宁共引进18家发展新能源产业的企业,建成并网新能源项目62个,装机规模368万千瓦,累计发电294亿千瓦时,全县累计实现风、光、水发电产值达146亿元。

在一些农村山区,威宁县还广泛开展“农光互补”“畜光互补”“风光互补”等清洁能源开发利用实施项目,提高能源利用及土地利用效率。

在威宁县雪山镇灼甫草场,100余台“大风车”呼呼转动,在风电场不远处,一片片光伏板在太阳光的照耀下波光粼粼……这是贵州目前最大的“风光互补”发电场。该发电项目由华能

威宁风力发电有限公司运营,每年能提供清洁能源电量4.5亿千瓦时,与火电相比年均可节约标煤13.5万吨,减排二氧化碳35万吨。

威宁县广泛开展“农光互补”项目,在光伏板下种植蔬菜、油茶、中药材等经济作物,发展“板下经济”17331亩,实现土地的高效利用。威宁县龙街镇副镇长冯迅介绍,龙街社区在连片的光伏板下,发展了133个食用菌大棚,年产鲜菇400万斤左右,产值超过1000万元,创造100余个稳定就业岗位。

“我们将铺在地上的光伏板高度由原来的1.5米提高到3米,既不影响发电,又利用光伏板遮挡增加了大棚抵御冰雹、雪凝等自然灾害的能力。”冯迅说。

更丰富产品 更广阔场景 更健全保障 ——多地推进消费绿色低碳转型升级观察

■ 刘梓桐 王默玲 陈凯姿 伍鲲鹏 胡洁菲

记者近日走访多地看到,随着“双碳”目标推动落实,绿色消费理念深入人心,绿色低碳产品消费潜力持续释放;企业加大研发、商家创新模式,推动绿色消费向更多场景延伸;相关政策举措“保驾护航”,更好促进各地消费的绿色低碳转型升级。

绿色低碳产品消费潜力持续释放

用旧衣料重新拼接设计制作而成的衬衫,用塑料垃圾回收粉碎、环保再生制成的包包,用农作物废料和水果残渣通过科技再生制成的新潮皮草……在上海北外滩一片百年石库门老建筑群里,坐落着一家名为“再造衣银行”的服装店。

“衣服均来自再造:将废旧纺织品清洗消毒拼布设计制作,变旧衣为新装;或将塑料瓶、废弃渔网等,经高科技处理变为环保再生面料。”“再造衣银行”品牌创始人兼设计总监张娜说,“消费者越来越能接受循环再造的服饰,愿意为环保买单,这是一个很好的趋势。”

随着绿色消费观念渐入人心,绿色低碳产品成为越来越多消费者的自觉选择。

近日,随着“618”购物节的开启,绿色家电产品在各大商超、电商平台热销。“以前买家电都是听销售员介绍,现在我都会主动去找能效标识,看哪一款能耗更低。”正在选购节能空调的重庆市民王女士说。

“618”活动启动以来,苏宁易购线上平台“一级能效”“新风空调”“自清洁空调”搜索量大幅增长,同比提升达95%;90%的用户选择一级能效,一级能效空调销售总量同比提升95%。

统计数据显示,重庆今年一季度新能源汽车产销量分别为8.2万辆和8万辆,同比分别

增长27.9%和26%;居民、企业购买新能源汽车数量分别同比增长18.9%和12.5%。新能源汽车成为重庆汽车产业创造增量的“绝对主力”。

全国各地大力倡导绿色消费,绿色家电、新能源汽车等成为当前消费重要增长点。绿色服装等品类不断创新推出,绿色低碳可持续成为衣食住行各个领域消费升级的推动力。

绿色消费向更多服务场景延伸

技术的研发、模式的创新,正推动绿色低碳消费走向更多场景,融入人们生活的方方面面。

重庆来福士打造了集购物中心、城市绿洲、交通集散地等功能为一体的绿色商场。裙楼屋顶设有面积达3万平方米的“山城花园”,横跨4栋塔楼、长达300米的水晶连廊里,种植了110多棵高大乔木。这里融合建筑与自然,让消费者置身绿色舒适的购物休闲空间。

凯德地产(中国)重庆董事总经理黄瑞程说:“我们引进先进技术,持续优化节能降耗措施,购物中心去年共节能446万千瓦时,节约费用近450万元。”

用外卖餐盒回收材料3D打印成的笔筒、收纳盒,采用减量包装、可替换芯设计的化妆品精华液……在6月11日至14日举行的首届“上海国际碳中和技术、产品与成果博览会”上,国内外近600家企业带来千余种绿色低碳技术、产品与服务。记者发现,不少企业探索用技术创新、商业模式创新和数字能力推动绿色低碳转型。

线上外卖平台饿了么面向消费者提供“无需餐具”的选项,面向商家推荐使用可回收外卖餐盒并鼓励上线“一人食”“小份餐”,以减少一次性塑料和木制品的消耗和食物浪费,还上线了消费者碳账户“e点碳”,平台用户“无需餐具”“小份餐”“绿色配送”的低碳行为,将得到积

分奖励。

“在绿色理念加快传递的当下,我们希望将绿色低碳方面的服务举措延伸到更多场景。”饿了么工作人员介绍,截至今年5月底,平台“无需餐具”的订单已超过14亿单,相当于减少使用6000多吨木材和3000多吨塑料。

绿色消费从理念原则向具体制度和实施规则推进

如今在海南,从会展中心、机关、企业、医院,到街边商铺、外卖点,可降解塑料制品的使用已进入各个场所和行业,不少市民拎起菜篮子、布袋子。

2019年2月发布实施方案,以立法推行“禁塑”;2022年5月印发“十四五”塑料污染治理行动方案,在健全政策法规体系、绿色包装等多方面提出具体任务和措施,并开出责任清单……海南“禁塑”在制度“保驾护航”下,逐渐成为“全民实践”。

“目前,海南重点行业场所生物降解塑料替代品占有率提升至81.6%。”海南省生态环境厅副厅长伍晓红说。

近年来,从中央到地方,多项支持绿色消费的政策举措落地生效。商务部、国家发展改革委日前联合发布《商务领域经营者使用、报告一次性塑料制品管理办法》,减少传统塑料使用,推动形成绿色低碳生产生活方式。重庆市统筹财政资金,对购买一级能耗的绿色智能家电进行“真金白银”的补贴;发展绿色交通消费,推广应用新能源汽车,全面落实购置税减免、免限行等支持政策……

重庆工商大学副校长李敬说:“绿色消费是消费升级的重要方向,是需求侧的改变。通过发挥需求侧对供给侧的牵引作用,推动产业绿色升级,将带动整个经济社会的绿色转型。”



安徽马鞍山:小麦收割忙 颗粒尽归仓

安徽省马鞍山市博望区丹阳镇八卦村成阳家庭农场300亩小麦田里,农机手正驾驶着收割机抢收小麦。

近期,安徽省马鞍山市86万亩小麦陆续开镰收割,当地组织500多台收割机抢收小麦,安排农机维修人员全时段服务,保证小麦颗粒归仓。

今年,马鞍山全市种植小麦86万亩,当地采取大户带头种,村集体经济组织统一种,社会化服务组织帮忙种,调运机具加快种,和资金补贴激励种等有效措施,极大调动了农民扩种生产积极性,小麦种植面积较上年扩大11.7万亩,为全年夏粮增产奠定了坚实基础。

王玉实 摄影报道

中原建工贵州能化PGA项目场平工程一标段顺利中交

6月15日,由石油工程建设公司中原建工公司承建的贵州能化PGA项目场平工程一标段顺利中交。

贵州能化50万吨/年PGA项目是中国石化构建“一基两翼三新”产业格局的实践项目,是贵州省“十四五”发展规划重点项目,同时也是聚乙醇酸技术第一次规模化应用。

自项目开工建设以来,该公司以“首件制”样板引路,将“三检制、两交底”贯穿施工全过程,通过“双向验收”“一测一量”等制度强化施工过程管控,他们从严现场作业管理,狠抓工程质量,实现工程质量“零缺陷”“零事故”“零返工”“零窝工”的任务目标。