

美团点评携手味多美 打造“过七夕节 吃老婆饼”新民俗

近日,美团点评与味多美达成战略合作。双方将通过“联名推荐”、“联名会员卡”、“品牌馆”等多项产品及平台能力的输出,助力味多美全国380家门店建立线上线下一体化的品牌展示及在线营销阵地,进一步升级用户消费体验。

同时,时值七夕前夕,双方还将共同“联名推荐”味多美经典单品——老婆饼,除了经典口味的糯米馅、紫薯馅、豆沙馅,还包括了新上市的新口味玫瑰馅,共同培育“过七夕节,吃老婆饼”的新民俗。

多项服务助力味多美全国380家门店升级 线上线下一体化加速

伴随着移动互联网的发展,线上线下一体化已成趋势,餐饮行业也不例外。如何利用好线上平台与流量,结合自身品牌与线下门店的优势,洞察市场需求、触达年轻客群、强化数据能力和营销服务能力,成为味多美等众多传统餐饮企业持续探索和关注的问题。

面对新趋势与新机遇,作为一家有着23年历史的优质烘焙品牌,味多美此次与美团点评携手,目的即在于此。

味多美董事长黄利表示,“随着烘焙餐饮市场持续扩张,味多美积极拥抱互联网,不断提升顾客的消费体验。此次选择与美团点评战略合作,旨在借助美团点评的平台流量能力、大数据洞察能力、营销服务能力和技术研发能力,对味多美门店进行线上线下一体化的数字化升级,充分使用互联网流量的多重价值,让味多美品牌持续赢得新一代顾客的喜爱与青睐。”

据了解,味多美本次将与美团点评达成多个层面的合作:基于平台大数据洞察用户



喜好,共同选品,推出“联名推荐”的优选产品;通过“联名会员卡”共建用户池,提升忠诚顾客的精细化运营能力,建立会员资产;开设味多美“品牌馆”,集中展现品牌主推活动、招牌产品及代金券等,建立线上线下一体化的品牌阵地与在线营销阵地;通过“商家新鲜事”向平台用户及时传递品牌新动态,建立线上线下一体化体验和线上沟通的双向驱动。

同时,味多美还将与美团点评实现系统层面的全面打通与对接,预计8月内可实现蛋糕券码的线上自助预约与交易核销的无缝对接,进一步提升运营效率,改善用户体验。

美团点评战略客户发展部总经理陈瑞杰表示,“味多美是经过时间验证的本土烘焙品牌领军者,也是美团点评长期合作伙伴。我们将利用平台能力,帮助味多美与消费者更好地连接,通过高效的系统能力和营销服务,帮助味多美实现多场景用户跨界共享,提升营

销效率。美团点评也有决心与更多餐饮连锁品牌一起,共同推动餐饮行业的线上线下一体化升级。”

以“联名推荐”打造经典单品 共同培育“过七夕节,吃老婆饼”新民俗

随着消费水平的提升,近年来国内烘焙市场持续扩大。根据美团点评发布的《烘焙及现制饮品行业趋势洞察报告》,北上广深人均消费30元以上烘焙食品店数量占比已达45%,仍在稳步提升。同时,80后和90后已成为烘焙行业的绝对消费主力,在烘焙食品消费人群中,90后占比超过50%。

对于味多美来说,持续吸引80后、90后等新一代消费者,向他们及时推介自己更受

欢迎的新产品或经典单品,可以帮助品牌与消费者更高效地建立连接。美团点评“联名推荐”功能就起到了这样的作用。

据了解,美团点评与商家共同推出的“联名推荐”产品,均是结合了美团点评的餐饮大数据以及品牌门店销量的明星产品,消费者只需在美团、大众点评App打开门店页面即可在第一屏看到,商品图片的展示区域更大更精美,同时左上角还有黑底金字的“联名推荐”小标认证其身份。

以此次味多美与美团点评共同“联名推荐”的老婆饼为例,老婆饼是味多美的经典招牌产品,也是味多美董事长黄利匠心的体现。黄利曾说自己首先是一位面包师,其次才是味多美连锁品牌创始人。进入烘焙行业以来,他始终怀有朴素的坚持——始终坚持只有优质的原料才能做出优质的产品。如今,老婆饼持续畅销20多年,2018年,味多美售出4000多万个老婆饼,日销售量超过10万,深受消费者喜爱。

为了让更多顾客体验味多美这款经典产品,目前“联名推荐”老婆饼仅售0.9元/个,每人限购2个。同时,味多美还将在“品牌馆”、“商家新鲜事”等页面集中推介“过七夕节,吃老婆饼”的新民俗,并在七夕前夕通过秒杀等活动重点推介新品“玫瑰馅老婆饼”。8月底,味多美北京门店还将上线美团点评“联名推荐”定制款的老婆饼包装盒。

业内人士分析,联名推荐=数据分析师+流量池+爆款运营者+门店获客利器。各大餐饮品牌,可以通过大数据挖掘的“联名推荐”产品,配合促销、秒杀等活动触达更多平台用户,成为“爆款”;并帮助品牌通过“联名推荐”的爆款商品,把更多消费者吸引到线下门店,加强与消费者互动频次与深度的同时,还将提升消费者在门店内进行更多消费的可能性。

(中新网)

健合集团GOOD GOUT京东超市
打造儿童有机零食新品类首发平台

8月1日,健合集团高端健康儿童零食品牌GOOD GOUT正式入驻京东超市,并在深圳举办品牌上市发布会。健合集团GOOD GOUT品牌全球CEO Pascale女士、健合集团BNC中国区执行总裁LEO先生、GOOD GOUT亚洲总经理LULU女士、集团电商总经理Gary先生联袂出席,与京东零售集团3C电子及消费品零售事业群消费品事业部母婴采销部总经理江龙武先生共同见证了GOOD GOUT品牌的亚洲首秀,双方联手将京东超市打造为儿童有机零食新品类亚洲首发平台,为广大消费者带来全新有机零食消费体验。

GOOD GOUT 正式入驻京东超市引关注

据介绍,GOOD GOUT品牌源自法国,发音像咕咕,在法语中为“好味道”的意思,专注于为小朋友提供有机健康又美味的食品。自2010年创立以来,GOOD GOUT先后荣获16项欧洲有机食品行业及主流媒体大奖,畅销于法国市场超过12000家门店,是在Facebook和Instagram上人气No.1的法国零食品牌。而此次携手京东举办上市发布会,是GOOD GOUT品牌在亚洲范围内的首次亮相,GOOD GOUT也携数十款有机健康食品入驻京东超市,获得了市场内外的广泛关注。

京东超市成为 品牌一般贸易亚洲首发平台

GOOD GOUT由法国足坛巨星姆巴佩担任品牌全球形象大使,在2018年的世界杯中,年轻的姆巴佩可谓一战封神,其拥有与生俱来强大的足球天赋、阳光积极的个性、以及奋斗拼搏的精神,在全球青少年群体中拥有广泛的影响力。但鲜为人知的是,除“2018年法国足球先生”,“身价1.8亿欧元”等知名体育标签外,姆巴佩同时也是“法国小朋友最喜爱的明星”,是“Next Generation下一代工程”儿童基金会的创办人,他对儿童成长充满了关怀、体贴和尊重的情感,其积极推动下一代健康幸福生活的理念与GOOD GOUT为下一代创造健康美味的营养哲学完美契合,使之成为了GOOD GOUT品牌的最佳代言人及推广者。

通过本次上市发布会,姆巴佩希望能让更多中国消费者感受到GOOD GOUT美味健康的产品理念,并和更多人分享自己的GOOD GOUT时光。而京东超市作为GOOD GOUT一般贸易的亚洲首发平台,也将通过服务、营销、供应链等优势,助力其精准覆盖中国消费者。

京东超市助力GOOD GOUT 走近亿万中国消费者

京东在中国有超过3亿优质活跃用户,这是中国最有消费力的消费群体。在本次合作中,健合集团选择京东超市作为其旗下品牌“GOOD GOUT”一般贸易产品在亚洲的首发平台,并携数十款有机健康食品入驻京东超市,正是看重了京东强大的平台资源、大数据优势以及精准无界的全渠道触达能力等可以帮助其走进亿万中国消费者。

京东超市以强大的平台资源和大数据作支撑,可以帮助健合集团灵活应对数字化营销的需要,包括千人千面、内容营销、花样促销活动、站内站外流量扶持等。基于大数据对用户的分析,精准推荐商品,更有效的沉淀消费者,进而促进流量转化。同时,结合企业在供应链管理领域沉淀下来的核心能力,通过京链项目、物竞天择等无界零售解决方案,京东超市可以为GOOD GOUT提供线上线下全渠道的精准触达,助力其在中国市场健康发展。未来京东超市还将进一步投入海量平台资源支持,携手GOOD GOUT共同打造全球领先的健康有机儿童零食品牌,树立世界健康儿童零食品类新标杆。

(中新网)

长三角果品产销一体化新鲜事: 行业协会有了“异地”合作社会员

盛夏已至,各类果品纷纷上市。近日,在浙江嘉善“惠绿”蜜梨入沪的推介会上,记者了解到一件新鲜事:嘉善惠民蜜梨专业合作社在长三角内跨地区成为上海市果品行业协会的“异地会员”。长三角果品产销一体化正在悄然推进之中。

上海市果品行业协会秘书长袁亚祥说,

长三角内的行业协会吸收区域内的“异地会员”是一种新尝试和新探索。农果产品具有保鲜期短、上市期集中的特点,对于产销的“无缝衔接”要求高。只要衔接上稍有“空档”,就容易出现农民“卖难”和消费者“买难”同时并存的窘况。当地合作社加入“异地”协会,有助于跨地区的产销资源共享,形成较为稳定和

可预期的产销渠道。浙江嘉善农业部门人士介绍,长三角果品产销一体化的推进,给果农吃了“定心丸”。近年来,嘉善每年都到上海等长三角主要销地召开蜜梨推介会,使之在市场上有了一定知名度。如今,合作社成了上海市果品行业协会的“异地会员”,与上海果品销售的线上线下

下企业和商户有了更多接触洽谈的机会,产销渠道更加巩固。

上海市果品行业协会人士认为,虽然长三角行业协会吸收“异地会员”的尝试刚刚起步,但这样的区域对接功能值得稳步挖掘。在总结成效的基础上,将在长三角区域内进一步拓展,助力区域一体化更高质量推进。

(李荣)

甘肃鲜活农产品走俏国际市场 企业通关享“加速度”

7月底,甘肃天水市“秦安蜜桃”经兰州海关“秒放行”空运出口新加坡,这标志着甘肃省鲜水果出口取得突破,为进一步拓展国际市场奠定了基础。此次“零的突破”得益于通关时长被持续压缩,“深闺”鲜活农产品不仅“走俏”国际市场,还成为外贸新的增长点。

甘肃省地域狭长,气候类型多样,光照充足,昼夜温差大,病虫害发生少,是高原夏菜、水果、中药材等农产品生长的“天然温床”。

“秦安蜜桃个大饱满,口感细腻香甜,素有‘天王母蟠桃,地有秦安蜜桃’的美誉。随着知名度的提高,越来越受国外客户的青睐。”天水市秦安县果源果业专业合作社负责人李智说,但由于水蜜桃的储存时间较短,对运输和通关的时效要求较高,种种条件限制,此前尝试过几次出口都没有成功。

李智表示,此次秦安蜜桃成功出口称得上“和时间赛跑”,早晨采摘,上午分级包装,经过天水海关“秒放行”空运出口,三天内就能到达新加坡。目前已与森松海新加坡私人有限公司建立合作,接下来会继续扩大销售,推动蜜桃走向更广阔的国际市场。

作为甘肃特色农产品出口的一个缩影,“和时间赛跑”成功出口的秦安蜜桃,是兰州海关持续压缩通关时长,助力鲜活农产品出口的真实写照。今年以来,兰州海关深入开展“一企一策”帮扶,持续压缩通关时长,助力特色农产品“出海”。

为持续压缩通关时长,兰州海关建立影



●图为兰州海关隶属天水海关工作人员查看出口蜜桃生长情况。(资料图) 任国权 摄

响整体通关时效负面清单,研判通关时间的“堵点”,编制海关、企业通关时效责任清单。据统计,今年6月,甘肃省进口货物整体通关时间11.78小时,居全国各直属海关第三位,较上年压缩57.87%;出口货物整体通关时间0.21小时,居全国直属海关第一位,较上年压缩99.78%。

得益于光照时间长、昼夜温差大、病虫害少等得天独厚的自然条件优势,甘肃特色农

产品优势突出。目前,甘肃省是全国苹果主产区之一,中药材种植面积和产量均居全国第一,也是西菜东调、出口新鲜蔬菜及其制品的重要生产基地。

“目前,甘肃省形成了河西走廊地区和以兰州为中心的沿黄河灌区两大出口新鲜蔬菜优势产区。全省蔬菜种植面积546.9万亩,占全省可耕种土地面积的12.86%。蔬菜种植品种达380多个,一年四季可向省内外提供30

多个种类、200多个品种。”兰州三鑫绿色食品有限公司蔬菜出口基地负责人张伟康向记者介绍说。

如何将特色农产品优势转化为外贸新的增长点?“要推动特色农产品优势向更优发展,强化监管是必要手段。”兰州海关关长李全强调。

对此,兰州海关积极跟踪收集国外法规动态,指导企业根据进口国安全卫生标准,规范施用农药,加强对生产加工过程的监控,指导加工企业应用危害分析与关键控制(HACCP)建立加工过程安全控制体系,保障出口农产品质量安全。

目前,甘肃出口蔬菜备案种植场73家,注册登记出境水果果园177家,出境水果包装厂72个,供港澳活牛育肥场1家,生猪、肉鸡备案养殖场23家。

兰州海关还持续提升支持支撑能力,建成全国第一个国家级外繁种子检疫重点实验室,为甘肃种子产业发展提供专业快捷的公共技术服务。同时,依托综合技术中心技术支撑,指导出口企业提高检测能力,确保特色农产品质量安全。

据统计,今年上半年,甘肃省出口蔬菜货值8027万元,同比增长2.1倍;出口水果货值2.6亿,出口中药材货值837万元,出口种子货值1.1亿元,均较往年大幅提升,成为甘肃省外贸新的增长点。

(冯志军 杨晓琴)

律师提示:本刊仅为供需双方提供信息平台,所有信息均为刊载者自行提供,客户及读者请自行查询相关手续和证据,本刊不对所刊登信息及结果承担法律责任。

关于提议召开临时股东大会的公告

成都中海经倍建设有限公司股东宋文新先生、张仪先生;根据《公司法》第三十九条、第四十条和《成都中海经倍建设有限公司章程》第四条的规定,中海经倍建设有限公司与成都倍建设开发有限公司共持有成都中海经倍建设有限公司85%的股权,提议召开临时股东大会;本次临时股东大会会议时间:2019年8月21日8:00;本次临时股东大会会议地点:成都倍建设开发有限公司会议室;本次临时股东大会会议议题:为:成都中海经倍建设有限公司清算事宜。

公告人:成都倍建设开发有限公司

中国海外经济合作有限公司

2019年8月6日

●四川泓杰建筑工程有限公司司段剑锋,安全生产考核合格证编号:川建安B(2017)0190323遗失作废。

●四川泓杰建筑工程有限公司周强,安全生产考核合格证编号:川建安B(2017)0190324遗失作废。

●四川泓杰建筑工程有限公司刘洪兵,安全生产考核合格证编号:川建安B(2017)0190325遗失作废。

●成都携景电子商务有限公司徐榕,安全生产考核合格证编号:川建安B(2016)1890278,遗失作废。