

周素明:传统产业应该积极拥抱数字化

5月8日至10日,“励志100—2021中国品牌日”系列活动在上海举办。江苏今世缘酒业股份有限公司党委书记、董事长周素明9日在接受新华网“中国企业家说”高端访谈时表示,传统产业应该积极拥抱数字化,才会有更加美好的明天。

周素明说,构建新发展格局,消费仍是经济增长的第一驱动力。要抓住消费升级机遇,在数字化转型方面去大胆地探索。今世缘实现了国际领先的智能化酿酒,构建了系统的数字化的营销体系,提升了全产业链的产品质量溯源能力。

“传统产业应该积极拥抱数字化,才会有更加美好的明天。”周素明认为,我国是全球最大最有潜力的消费市场,超大规模市场优势以及庞大中等收入人群对美好生活的不断追求,为白酒产业成长提供有利条件。今世缘还将根据消费升级的新形势、行业分化新趋势、自身发展新态势,在研发创新、数字化转型方面做进一步的探索。

周素明表示,聚力双循环、引领新消费,对于酒业而言,关键是要关注人民群众美好生活需要。品牌要有文化内涵,品质要能够得



到越来越多消费者的认可,要更多地去关注顾客的个性化需求。未来的消费它应该是一个碎片化、多样化的趋势。人民群众美好生活需要也是形形色色的。从供给侧的角度来讲,就是要去满足这些消费者的需求。

周素明说,国有企业通过这些年的发展,基

础实力越来越强,发展势头越来越好,尤其是通过一系列重大改革举措,国有企业活力进一步激发,未来应该会有更大的担当、更好的作为。“十三五”时期也是今世缘发展最好的一个时期,主要经济指标都实现了翻番,企业的发展质量也越来越好,更重要的是今世缘的发展态势

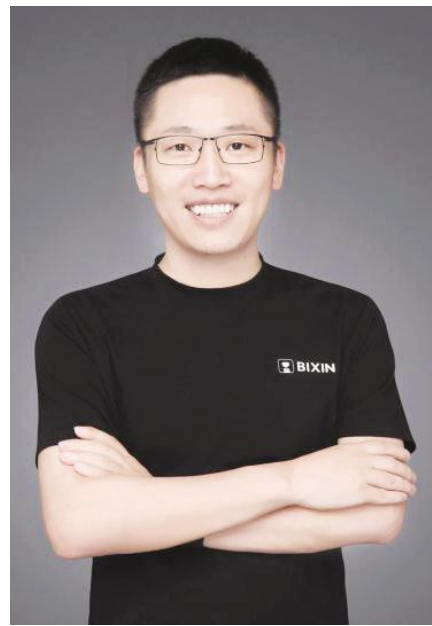
越来越好,为我们实现到2025年营收过百亿、争取150亿元的目标奠定了非常好的基础。

就如何培育和发展民族品牌,赋予民族品牌新的精神内涵,周素明认为,品牌承载一个企业的理念、对于国家的情感。作为民族品牌企业,必须坚守产业报国、实业兴国的理想,全心全意办好企业,将发展成果服务经济社会发展,主动为国担当。

“企业不应仅以财富增长为目标,更应强调为利益相关方创造最大价值为出发点和落脚点。民族品牌企业更是政治责任坚定的履行者,社会责任的模范践行者。”周素明说。

今世缘践行“酿美酒,结善缘”企业使命,把公益慈善事业纳入发展战略。携手央视《等着我》,八年来,无偿帮助2万多名求助者实现团圆梦。疫情防控期间,从企业到员工积极作为,主动担当,捐款1000多万元。

“随着企业发展壮大,我们要围绕社会责任去做更多事情。”周素明表示。我们这个企业在淮安的涟水高沟镇,我们想更多更好更直接的办法,就是要积极地参与“乡村振兴”,在这一块我们也有很多的想法,而且这些想法都在不断地付诸实施。(今文)



比心CEO刘华:电竞也能“玩”出生产力

■ 缪璐

农业社会时期的第一生产力是“人”,工业社会时期的第一生产力是“科学技术”,现如今的信息产业社会,第一生产力又是什么呢?玩出梦想集团高级副总裁、比心CEO刘华给出了自己的答案,我们所处的信息社会,“精神玩乐、兴趣爱好”是第一生产力。

“精神玩乐、兴趣爱好”也能成为第一生产力?刘华解释道,让更多年轻人做自己喜欢的事,有自己的选择和追求,让更多人玩出梦想,平台才能够玩出价值,玩出生产力。

比心正是从2014年开始,与用户“玩”在一起,并不断创造出生产力价值。作为行业领军者,比心聚合电竞生态,成功构建了以电竞陪练为原点,包含音视频、直播、MCN在内的多元业务场景。经过7年的发展,比心成为全球6000多万电竞爱好者技能分享和交流的平台。

谈起比心的创立,刘华认为“是电竞基因的传承,也是与时俱进、拥抱变化、不断突破的过程。”比心是玩出梦想集团的核心业务之一。集团旗下的另一家公司是“线下游戏空间”网鱼网咖。1998年,网鱼网咖首家门店落户上海松江,电竞梦想自此启航。随着移动互联网的兴起,移动线上社区成为新的方向,比心应运而生。

电竞陪练以高度灵活的时空属性,成为在线新经济浪潮下年轻人灵活就业的“新宠”。据统计,全国范围内电子竞技陪练从业人员(包括全职、兼职)已经达到千万级别,仅在比心平台注册的电竞陪练人员已累计达到800万人,其中2020年增长超300万人。

电竞陪练业态起步较早,经历过碎片化和多轮洗牌后,如何带动电竞陪练行业进入规范化、品牌化发展阶段成为比心持续攻坚的难题。经过四年探索,比心终于在2018年迎来了发展的关键节点,并着手进行三项“改变”。

首先是产品模式层面,启用算法推荐逻辑,提升用户陪练师之间的匹配效率,从而提升平台整体的运营效率;其次是平台生态层面,以电竞陪练业务为核心,基于用户多元化的兴趣诉求,拓展音视频及直播业务并推出短视频MCN业务;最后是产业赋能层面,比心签约战队IG夺得S8世界冠军,也是比心链接电竞产业生态所取得的第一项显著成果。

众所周知,电竞职业选手的职业生涯十分短暂,如何为电竞选手打造一个完整、多元的职业生态,形成电竞职业生态闭环也是整个行业亟需解决的问题。为此,比心打造的立体式电竞人才培养体系进行了有效的尝试。据悉,比心平台上的电子竞技陪练服务提供者可以分为两类,一类是入驻平台提供服务的普通电竞陪练大神,一类是通过电子竞技陪练技能认证的电子竞技陪练师。

立体式电竞人才培养体系包括“三个计划、一个联合”,即电竞星火计划,打通了普通的电竞爱好者、电竞陪练通往职业电竞俱乐部的通路,为行业提供源源不断的新鲜血液;降落伞计划:为职业选手打造安全降落的职业通路,提供退役后的职业选择及过渡性保障;星计划:为普通电竞爱好者、职业选手打通成为短视频网红的通道;联合云端招聘:与行业内其他公司联合招聘电竞人才,为平台大神及用户提供职业选择。

刘华表示,比心始终将推动电竞行业的可持续发展作为企业的终极使命之一,针对掣肘电竞行业发展的人才问题,通过链接电竞陪练、职业战队、短视频网红、电竞相关厂商,初步打造了有比心特色的电竞人才培养体系和职业发展路径。

眼下,驶入发展快车道的比心,正持续赋能电竞生态,不断寻找破圈方式。通过与电竞产业链各个环节的深入合作,自身业务场景的迭代完善,成为发展在线文娱行业样本企业。

电子竞技已成为2022年亚运会正式比赛项目,上海正加速构建“全球电竞之都”。展望未来,刘华说:“比心希望创造千万数量级以上的就业机会,助力更多人玩出梦想,作为平台才能玩出生产力。比心用户已覆盖全球1600个城市,海外用户目前以留学生和华人为主,已于2021年正式启动留学生在韩、东南亚、中东、北美等多个区域的‘出海计划’。”

茅台之窗

茅台生肖“四牛”同台 贵阳首站开启别开生面的生肖酒文化巡展

■ 李勋 沈仕卫

子鼠咬天开,大野始蛮荒;丑牛耕地辟,万物以滋长……十二载光阴,十二个生肖,一个轮回。随着7位嘉宾上台提笔为画板上的牛图“画牛点睛”,舞台上变幻投影出的神牛奋蹄扬鞭,伴随着文化茅台的韵律勇往直前……5月9日下午,以“喜牛耕幸福 生肖醉酱香”为主题的贵州茅台酒股份有限公司辛丑牛年生肖酒文化巡展·贵阳站隆重启幕。

这是自2月4日线上首发后,茅台股份辛丑牛年生肖酒正式走向线下,用一场文化与艺术的饕餮盛宴,开启茅台生肖文化之旅。很多不寻常的细节,透出了茅台进一步构建茅台生肖酒独特标识、增强文化服务的品牌诉求。

据悉,首站走进贵阳之后,茅台股份牛年生肖酒文化巡展还将陆续走进济南、郑州、广州、北京、西安、成都、石家庄、南京等8座城市,通过巡展活动这一平台,在品牌推广、文化传播上发力,把茅台生肖酒产品的设计理念、文化内涵、一流品质传播到全国各地。

茅台生肖“四牛”同台

启动仪式环节,贵州省政协原副主席、省慈善总会会长陈敏,贵州省第十三届人民代表大会环境与资源保护委员会副主任委员李保芳,茅台集团党委副书记、总经理李静仁,茅台集团党委委员、副总经理高山,茅台酒股份有限公司副总经理王晓维,中国美术家协会原副主席、中国画学会副会长尼玛泽仁,中国美术家协会理事、《中华文化画报社》原社长、北京M3美术馆创始人孟祥顺等嘉宾一道上台,提笔为牛图“画牛点睛”。随着大屏幕上的两头黄牛奋蹄扬鞭,拉开了茅台股份辛丑牛年生肖酒的真容——

贵州茅台酒、茅台王子酒、贵州大曲3个品牌共4款辛丑牛年生肖酒产品,再次以矩阵集聚力亮相,分别是500ml茅台酒、500ml茅台王子酒、2.5L茅台王子酒、2.5L贵州大曲。辛丑牛年贵州茅台酒采用著名画家尼玛泽仁先生创作的《高原之舟牦牛》牛年生肖图,还邀请著名书法家创作书法作品《辛丑牛年生肖酒》,再次将茅台文化与书画艺术巧妙融合。辛丑牛年贵州茅台酒瓶身为赤铁棕,主题词为“辛丑福聚和气致祥”。

茅台王子酒(辛丑牛年)瓶身颜色以琥珀黄为主色调,同时瓶身配以国瓷开片工艺,文化传承中略带轻奢时尚,分为两款:500ml规格产品以《芒神春春图》为蓝本,创作民俗画,赋予生肖酒鲜活的表现力。2.5L规格产品突破创新,独创全新坛形,采用插画满包工艺,特邀国家一级美术师李延声潜心绘制《双牛图》。

贵州大曲酒(辛丑牛年)延续了以往整体风格,运用丹霞渐变色彩、大地线条纹理,特邀中国艺术研究院著名画家孟祥顺先生借鲁迅“横眉冷对千夫指,俯首甘为孺子牛”之赞语,集传统文化艺术之大成,精心绘制《福牛赞》。

据悉,自2018年茅台股份猪年生肖酒首次以“组团”的形式同台发布以来,每年“茅台生肖矩阵”的同台亮相都会成为行业的“现象级”事件。茅台股份(辛丑牛年)生肖酒此次带来了更多消费场景的描述,无论是缔结良缘之喜,还是生辰寿诞之贺,抑或事业功成之庆,都能够找到对应的主体。



与会嘉宾“画牛点睛”开启茅台股份牛年生肖酒文化巡展。

美好生活的更高追求,我们将以高质量发展统领全局,砥砺前行再出发,迎来更加广阔的发展空间。”王晓维在代表贵州茅台致辞时表示,将致力于品质领航,不断提升质量茅台内涵,形成支撑高质量发展的硬核力;致力于匠心传承,全面培育创新发展动能,不断巩固和提升茅台的品牌形象;致力于文化赋能,用心用情讲好茅台故事,推动文化茅台走深走实,迈向新征程。

别开生面的生肖酒文化巡展

这是一场别开生面的生肖酒文化巡展。穿过以“牛奋盛世”为主题的展览长廊,两侧摆放着贵州茅台酒、茅台王子酒、贵州大曲、赖茅酒4个品牌从马年到鼠年的22款生肖酒,吸引观展者驻足观看。每瓶生肖酒的上方,都展出了独属于自身的书画作品,让观者对茅台生肖文化一目了然。

长廊的尽头是活动当天的“C位”担当——摆放在苗族牛角头饰旁边的茅台股份辛丑牛年生肖酒,格外引人注目。这不只是单纯的巡展,更是一场文化与美酒交融的饕餮盛宴。主办方特别邀请了国家文物鉴定委员会委员、故宫博物院研究室原主任余辉到场,为嘉宾娓娓讲述生肖牛文化。

余辉说,早在春秋时期,已形成十二生肖记录十二个时辰。生肖文化演变至今,逐渐成为了一个民族不能更改的标记和烙印。在历史中集华夏精神凝聚民族智慧之文化,成就生肖文化历史之韵、文化之魂。

“丑,牛也,大鼻长须。”1975年,在湖北云梦睡虎地十一号墓地出土的秦简,就有关于生肖牛的记载。余辉说,作为十二生肖中最早被唤醒的动物,生肖牛的特征是诚实、勤勉、踏实,不抢风头,在五行业中占据了水和土,象征风调雨顺。同时,牛也象征着经济运行的上升态势。

“古代最实在、最有用的奖励是牛肉和美酒。”余辉认为,从这些生肖牛的特性来说,茅台生肖酒(辛丑牛年)是财富与力量的结合,是对历史的尊重和对传统文化的继承。

此次文化巡展上,余辉还特意从浩如烟海的故宫书画藏品中,精选了唐代韩滉《五牛图》卷、北宋祁序《江山放牧图》卷、南宋佚名《柳荫牧牛图》页、元代佚名《农村嫁娶图》卷(部分)、明代沈周《杂画》册之一《水牛》、清宫佚名《耕织图》页等与“牛”相关的作品,娓娓道出传世名画背后的历史和传奇,让观众如痴如醉。

在他看来,有着5000多年历史的中国传

统文化,是百代先祖留给国人最宝贵的精神文化遗产,其中就包括赋予到生肖牛身上的人类的道德情操和精神品德。

余辉认为,当今的茅台已近进入了一个新的发展时期,酒文化与生肖艺术有机结合,是茅台文化的具体体现。有了生肖文化的加持,可以使茅台走得更稳、更远,在世界范围内传播得更为持久。

文化艺术与品位生活相遇

一岁一肖,一酒一茅台。

自2014年,第一款甲午马年生肖茅台酒面世以来,贵州茅台以国画、国风、国潮为切入点,通过质量上乘、造型别致、外观典雅的品原提升,持续增强消费者需求对供给侧的牵引作用,陆续推出生肖贵州茅台酒、生肖茅台王子酒、生肖贵州大曲、生肖赖茅酒,给消费者带来了诗画与美酒、艺术与佳酿的盛宴和享受,让“生肖茅台”逐步形成“集群式品牌效应”,成为贵州茅台独具特色、备受“茅台”喜爱、消费者间情谊延续的重要产品。

书画艺术的“国色”与茅台酒的“天香”相遇,也是文化艺术与品位生活的相遇。文化巡展上,辛丑牛年贵州茅台酒《高原之舟牦牛》作者尼玛泽仁和贵州大曲酒(辛丑牛年)《福牛赞》作者孟祥顺,两位大咖也亲临现场,与观展嘉宾分享这两幅画的创作过程和艺术构思。

在川藏高原上生长,历经清苦而充实的牧区岁月磨砺,让尼玛泽仁笔下的牦牛,尤见风韵特点。他说,牦牛和其他牛不一样的是,它能在高寒地区生存,藏族人民的衣食住行都和牦牛相关,牦牛对于藏族人民具有特殊的重要意义。

对《高原之舟牦牛》这幅画,大家好奇的是,为什么图中的牦牛会带着红飘带。尼玛泽仁解释说,当年给贵州茅台画了一幅《福牛赞》?孟祥顺说,自己虽然善画虎,但以前也为朋友画过一头牛,画作恰好被一位喜爱艺术的朋友看见,而他正是茅台酒的经销商,就极力邀请自己为茅台生肖产品作画。

孟祥顺前两次到贵州,都是和茅台有关,与茅台高层结下了深厚的情谊。在他看来,茅台文化中也有着孺子牛精神,他希望借鲁迅“横眉冷对千夫指,俯首甘为孺子牛”之赞语,

通过《福牛赞》这幅作品激励大家发挥“牛”精神,助力中华民族伟大复兴的中国梦。

活动现场,尼玛泽仁和孟祥顺还留下了墨宝,贵州茅台也向两位艺术家回赠了特别的贵州茅台酒(辛丑牛年)。

用牛的精神担当时代使命

牛,是奋斗、奉献的象征。新时代路上,茅台人发扬三牛精神,一路奋斗,一路担当。此次茅台牛年生肖酒文化巡展同步举行了“茅台王子·明亮少年”“贵州大曲·点滴有爱”两个公益项目的捐赠仪式,用奉献牛的精神,担当时代使命。

捐赠仪式上,陈敏、李静仁、高山、王晓维,以及贵州省委政研室党组成员、副厅长邓湘贵,共青团贵州省委副书记史麒麟,贵州省博物馆馆长李飞作为嘉宾上台见证捐赠。

酱香酒公司党委书记、董事长张旭,“茅台王子·明亮少年”全国项目管理委员会主任王庆云,代表酱香酒公司及全国茅台王子酒经销商将2021年募集的2000万元善款,捐赠给贵州省青少年发展基金会,用于“茅台王子·明亮少年”公益项目;酱香酒公司党委副书记、总经理李强清,“贵州大曲·点滴有爱”全国项目管理委员会主任叶艳丽,代表酱香酒公司及贵州大曲经销商将2021年募集的600万元善款,捐赠给贵州省慈善总会,用于“贵州大曲·点滴有爱”公益项目。当贵州省慈善总会副会长兼秘书长莫莉、贵州省青少年发展服务中心主任余跃分别授予茅台酱香酒公司“爱心企业”奖牌时,全场响起了热烈的掌声。

作为一家长期致力于公益的国有企业,酱香酒公司自2014年成立以来,始终把承担社会责任根植于企业价值观,积极践行义利并举、追求义利情怀,积极参与社会公益慈善活动,分别与贵州省慈善总会、贵州省青少年基金联合发起“贵州大曲·点滴有爱”“茅台王子·明亮少年”两项公益项目,致力于关爱老人、青少年的发展。

据悉,今年这两项公益活动启动后,从倡议发出到活动当天,10天时间,茅台王子酒和贵州大曲经销商积极响应,分别为“茅台王子·明亮少年”和“贵州大曲·点滴有爱”两个公益基金募集善款2000万元和600万元。

“加上这两个公益基金之前募集的4300万元,以及‘汉酱·匠心传承’募集的800万元,茅台酱香系列酒的三大公益基金已累计募集款项达7700万元,充分展现了茅台大企业有担当社会责任感和企业理念。”酱香酒公司负责人说。