

泸州老窖力推中国故事酒 智能内容定制技术引关注



泸州老窖集团总裁张良在发布会上讲述新品品牌内涵

撰稿 雪兰 于丹

3月22日,泸州老窖举行全新产品发布会,隆重推出“泸州老窖·中国故事”酒,其新颖的品牌理念、层次分明的价格定位、源于泸州老窖的文化底蕴、独创的二维码智能内容定制技术都让它成为社会的关注焦点。有业界人士认为,“泸州老窖·中国故事”酒深度洞悉了社会消费趋势,将传统白酒与最前沿的营销方式相结合,极具“黑马”式的发展潜力,势必会引领白酒消费的新风尚。

“泸州老窖·中国故事”酒,全新演绎“酒为媒”

“酒逢知己千杯少,人生有酒故事多。”数千年来,酒一直在中国人的生活和交往中占有独特的地位:从上古时代的祭祀礼仪,到历朝历代的文人雅事,再到如今的婚嫁庆典、商务聚会,可以说“无酒不成席,无酒不欢”。白酒作为特殊的文

摘取足够年份的基酒,采用世代相传的勾兑工艺调制而成,尽得泸州老窖的浓香真传。更重要的是,它还是一款为亿万老百姓打造的好酒,味道香醇,却又价格不贵。

另据了解,“泸州老窖·中国故事”酒包括红绵柔、金绵柔、尊绵柔三款系列产品,度数都是“52°”,采用玻璃喷釉瓶体以及凸印外盒,整体包装典雅大气,适合婚庆喜宴、商务宴请、亲朋聚会等各种场合使用。

智能内容定制,二维码成“泸州老窖·中国故事”新神器

据了解,“泸州老窖·中国故事”之所以可以完美呈现出“酒为媒”这一功能,背靠的是其特有的智能二维码内容定制平台。在这个平台上,购买酒的消费者可以通过简单的手机应用或微信服务把需要定制的祝福文字、照片或视频上传,平

台会将定制内容和消费者购买的酒通过智能二维码建立唯一关联。这样,收到定制酒的朋友只要用手机扫一扫酒瓶上的智能二维码,就能读到这份悉心定制感动,还能轻松和朋友圈分享。

这一独特的功能,除了适合馈赠亲友,还特别适合用婚礼、庆典、年会场合,来宾们拿出手机扫描二维码时,首先可以看到与庆典有关的预热内容,随后,通过智能二维码的更新定制功能,来宾们还能通过手机扫描码参与现场的互动和游戏。“泸州老窖·中国故事”就采用独具匠心的智能二维码内容定制平台,让醇香的美酒承载了厚重的情意和难忘的故事,并通过手机传递和分享,这正是移动互联网时代的喝酒新主张。

记者了解到,“泸州老窖·中国故事”还通过与中科天博打造的“酒汇通”平台深度合作,不但为每一瓶“中国故事”酒提供基于智能二维码的私人定制功能,还在销售模式上推陈出新。每一个喜爱中国故事的消费者不仅能用手机方便买酒,还

能轻松成为他的“直销员”,享受销售红利。消费者通过手机下载安装酒汇通应用,成功申请为“直销员”后,即可轻松开启自己的手机微店,将中国故事分享给朋友。不管是自己购买馈赠亲友还是帮朋友代购抑或是推荐给他人,只要通过酒汇通下单,经销商不仅能按时送货上门,交易完成后“直销员”的现金账户就能马上收到销售红利。对于“直销员”来说,无需任何成本,只需要在缝隙时间向爱喝酒要买酒的朋友推荐中国故事,就能在消费者买单后分享现金红利体验手机微店的魅力。而对于这款酒的经销商们来说,通过“酒汇通”吸引更多钟爱中国故事的“直销员”,采用手机微店模式,将碎片化的销售能力有效整合,既是对传统经销网络的补充及延伸,也是手机微营销时代O2O模式的创新举措。

好酒、好故事、好销售模式,泸州老窖倾力打造的这款“中国故事”酒,在这一个春意盎然的季节里,带给我们满满的新意,也带给了在冬天中的白酒行业新的机会。

化载体,不仅包含了源远流长的中国传统,还不断吸收着新鲜的时代元素,延续中华民族不绝如缕的文化梦想。

最为中国传统四大名酒之一,泸州老窖不仅开创了农香型白酒的先河,更是在与时俱进,在创新的路上不断开拓新局面,在特曲系列、国窖1573系列之后,再次推出“泸州老窖·中国故事”酒,每一瓶酒都可以成为一自媒体,消费者通过智能内容定制,将企业团体或个人的故事放入酒瓶上的二维码中,简便地就将一瓶酒赋予了更为浓厚的情感价值。

“泸州老窖·中国故事”酒负责人表示,故事是人与人之间最为生动的情感载体,也是每个人都具有的阅历财富,无论是家人、同学、同事、战友、驴友等之间,都存在着一个个饱满的故事,“泸州老窖·中国故事”酒也意在以一瓶酒为载体,在杯盏之间传达人之悲欢离合时的一份真情,它们是我们每个人的故事,也是特别鲜活的中国故事。

据悉,“泸州老窖·中国故事”酒来自于沿用了440余年的泸州老窖的国宝窖池,



中国故事·红绵柔



中国故事·金绵柔



中国故事·尊绵柔

国家粮食局流通与科技发展司谭本刚副司长调研得益绿色盛赞 有充足的“资质”进入国家主食产业化平台

本报记者 何沙洲

2014年3月14日,国家粮食局流通与科技发展司谭本刚副司长一行,在四川省、成都市、新津县粮食部门领导的陪同下,专程赶到四川得益绿色集团就主食产业化工作进行调研后,称赞得益绿色在完全有充足的“资质”进入国家主食产业化平台。

在得益绿色总经理杜葳萱的陪同下,谭本刚等相关领导参观了得益绿色园林式厂区及现代化和标准化的车间和生产线。“厂区很漂亮,就像一个生态大花园!食品企业就是应该这样!”谭本刚和各位领导对眼里看到的一切赞叹不已。谭本刚边走边看边问,认真细致地了解了得益绿色在产品质量把关监管方面的措施,对企业目前所取得的成就给予了高度评价。

在随后的座谈会上,得益绿色董事长杜诚斌、总经理杜葳萱向谭本刚一行介绍了企



谭本刚(右一)一行在杜葳萱(右二)陪同下观看得益产品。



谭本刚(前)一行观看得益文化宣传栏。

业的发展情况。秉承“商道即仁道,食品即人品,做食品就是做良心”理念的得益绿色,从产品到市场,从技术到管理都已走向成熟,凭借强大的科技创新能力和产品竞争力在近几年

的全球金融危机、经济形势严峻的市场环境下逆势上扬,“为天下人造饭”的目标已经实现。谭本刚表示,得益绿色方便米饭不仅在国内销售,还出口海外,充分表明企业在农业

产业化方面的生产规模,质量监控和销售业绩等方面,已经达到很高的一个水平,完全有充足的“资质”进入国家主食产业化平台。

把食品安全当成头等大事,为消费者提供安全放心食品 双汇集团举行“3·15 食品安全警示教育日”消费者座谈会

本报驻河南首席记者 李代广

3月15日,2014双汇“3·15 食品安全警示教育日”消费者座谈会在河南漯河双汇大厦隆重举行,来自全国各地的消费者代表、中国故事作家代表团全体成员及17家媒体记者百余人参加座谈会。

万洲国际董事局主席、双汇发展、双汇集团董事长万隆,双汇发展总裁张太喜、双汇集团总经理游牧、党委书记杜俊甫等高管出席座谈会,并就食品安全等问题与消费者代表和记者进行了面对面交流。

双汇发展总裁助理刘金涛主持座谈会,并代表双汇7万名员工和万隆董事长,向来自全国各地的消费者代表、中国故事作家代表团全体成员及17家媒体记者表示热烈欢迎。

双汇发展总裁张太喜,在座谈会上作了重要讲话。他说,2013年,双汇通过“两铁一保”,企业取得了跨越式的发展。肉类产销量、营业收入和利税均创历史新高。双汇发展的市值突破1000亿元;我们以71亿美元并购美国史密斯菲尔德公司,成为全球最大的猪肉加工企业。国际知名度有了很大提高。尤其

是得到了广大消费者的认可,我们将把这种信任当成责任和使命,时刻把食品安全当成企业的头等大事来抓,始终为消费者提供安全、放心的食品。

全国人大代表、万洲国际董事局主席、双汇发展、双汇集团董事长万隆在座谈会上说,3·15是国际消费者权益日,也是双汇“3·15 食品安全警示教育日”,非常感谢消费者代表和媒体记者对双汇的关心和支持,去年,双汇以71亿美元成功收购了美国史密斯菲尔德公司,完成了中美历史上最大一笔收购案,全国关注,举世瞩目,双汇也从

中国最大成为世界最大。我们收购美国史密斯菲尔德公司的目的,主要是利用美国丰富的资源、先进的生产工艺和技术、质量内控体系,同时引进先进的管理经验,打造双汇一流管理团队,提高双汇的食品安全控制水平,确保食品安全。

在座谈会前,来自全国各地的消费者代表、中国故事作家代表团全体成员及17家媒体记者百余人,在双汇发展总裁助理刘金涛等陪同下,参观了双汇第一工业园,并对双汇先进的管理模式、现代化生产流程、严格的食品安全控制体系给予了高度评价。

管理日记

询问员工战略制定的想法

中粮集团董事长 宁高宁

领导者制定团队战略时,不应仅凭一己之见,而是要为团队成员提供充分的思考空间,发挥集体智慧。

让我们用百分比的形式来简单说明团队战略的制定过程。如果团队的整体战略为100%,领导者完成的部分最多只能占其30%,其余的70%则应该积极询问团队成员对战略制定的想法。只有这样,才能真正将团队目标融入每名团队成员心中。

有些团队领导者虽然征询了团队成员的建议,但或许因为缺乏自信而产生“过分听取他人意见就会导致无法掌控全局”的想法,便不由自主地独自制定团队战略。这样一来,团队士气将大受影响,团队成员会认为“既然全部都由你自己决定,那么不如你自己去完成”。

实际上,战略制定的过程就是开启团队思考之门的过程,团队成员真正进入战略思考的状态后,团队战略才能与目标的执行及团队的发展形成有机整体。

这是我的切身感受,绝无半点虚假。请记住,在制定团队战略时,团队领导者至多决定三成,其余的都交给团队成员,这样才能真正达到100%的战略执行。

当团队获得成功之时,既有团队成员的功劳,也有团队领导者的功劳,大家可以共同分享成功的喜悦。这正是经营团队的妙趣所在。

东风德纳车桥公司党委明确“四个深化”工作重点

2014年,东风德纳车桥公司党委将深入学习贯彻党的十八大和十八届三中全会精神,融入企业经营中心,着力提高党组织“推动发展、服务员工、凝聚人心、促进和谐”的功能,不断提升对企业转型升级发展的凝聚力及保障力。围绕这一思路,重点做到“四个深化”。

一是深化三中全会精神学习,通过高管讲坛、专题研讨等形式,将学习贯彻全会精神与研究企业可持续发展的重大问题结合起来,努力学习成果转化为破解企业加快发展难题的能力,引领企业加快发展。二是深化党员干部作风建设,重点通过加强党风廉政建设,增强党员干部廉洁自律意识,保持作风

上的先进性;通过加强与员工的沟通交流,增强党员干部高效服务能力,保持工作上的先进性;通过强化协同担当意识,增强党员干部履职能力,保持执行力上的先进性。三是深化形势目标教育及主题实践活动,紧紧围绕形势发展和工作需要,有的放矢开展形势目标教育;结合贯彻落实“品质东风”专项质量竞

赛活动,扎实推进“上质量降成本,共产党员当先锋”、“携手联动,成果共享”党支部结对共建活动;同时把企业文化对员工行为习惯的养成和企业形象的塑造作为深化企业文化建设的重点内容加以推进,使核心价值观渗透到员工的思想中,体现在员工的行动上,成为共同价值取向和行为准则。四是深化关

爱帮扶工作,更加注重人文关怀和心理疏导,加强与员工群众的沟通交流,根据不同群体的特点,积极做好关心关爱工作;进一步加大推进降低员工劳动强度工作,促进降低劳动强度与提升劳动生产率两个目标的同步实现。