“云”服务、数字博物馆、线上场景化营销

白酒行业开启“后疫情时代”数字化转型

近日,全国战“疫”捷报频传,众多省市疫情数据持续“清零”。与此同时,白酒产业也传来了各种积极的“好声音”,疫情让很多白酒企业看到了数字化服务的优势。在“后疫情时代”白酒龙头企业加紧复工复产的同时,也在“数字化”这一领域着重发力,亮点频闪。

□ 本报实习记者 **贾淘文**

龙头酒企不约而同“云转型”

在特殊时期,众多酒企一面加紧做好复工复产工作,保障春季生产,稳定全年产额的同时,另一方面在数字化转型中集中发力。

近日,洋河股份推出了“春暖花开第一约”活动,开启了白酒社交场景的新玩法,通过“数字化”打响了白酒行业新消费场景互动的“第一枪”。

五粮液“云店”于3月15日正式上线,整合全国1600余家专卖店优势资源,全面开启“云上服务”,利用数字化完成消费者线上线下互动场景打造,为消费者提供无接触式产品配送服务,提供更加人性化、便捷化的服务,深受消费者好评。

3月16日,中国首座酒文化数字博物馆在百度百科博物馆正式上线,该博物馆由茅台集团联合百度百科博物馆计划共同打造。记者通过在百度搜索输入“茅台酒”“贵州茅台”等关键词进入“茅台酒百科”后,就可以进入茅台数字博物馆在线观看“中国酒文化城”“茅酒之源”“茅台集团办公大楼”“茅台酒包装车间”等场景。

数字化转型已成必然之路

众多酒企通过特殊时期的数据证明,行业的“云时代”已经到来,数字化转型将成为白酒企业未来发展的必然之道。

早在2019年10月举办的中国酒业数字化创新论坛上,中国酒业协会理事长王延才就已经有所判断,数字化变革正在颠覆酒类行业。中国酒类产业正在经历新思想观念、新商业模式、新生产方式等多种变革,而这其中的每一个环节都与“数字化”密切相关。

同时,《2019白酒行业数字化发展洞察报告》显示,60后与70后、80后、90后了解白酒相关信息的线上渠道覆盖率分别达到54%、64%和74%。通过数据体现出了“数字化”对白酒消费的决策影响。

在当前的特殊时期,白酒企业纷纷将数字化定位为未来的发展方向,不仅是未来企业的发展之路,更是整个白酒产业的发展之路。

转型进程任重而道远

突如其来的“疫情”,对各大产业与社会经济发展来说都是一次前所未有的考验,更是给传统的白酒产业如何更好服务消费者提出了高要求。再加上社会经济发展,数字化正在成为重要驱动力,尤其是在白酒产业,正从以“渠道为核心”逐步转向以“消费者为核心”。

由此看来,白酒产业向现代数字化终端转型,利用数字化技术重构商业模式、重塑核心竞争力,已经成为白酒渠道转型迫在眉睫的问题。

记者通过中国酿酒协会的信息梳理发现,近年来,白酒头部酒企已经在积极调整营销顶层设计,从战略层面布局营销数字化转型,但是从来没有像现在“后疫情时代”下如此密集、如此迅速的发布一系列提速转型举措。

中国食品产业分析师朱丹蓬在接受消费日报记者采访时表示,“现在中国白酒行业面临的最大的问题是‘后继无人’,这个‘后继无人’的‘人’就是指的消费者。我们可以看到现在市场上出现了很多‘青春小酒’,这其实也是对接传统白酒与新生代消费群体之间的一个纽带。但是,从整体来说,现在的新生代消费群体对于整个中国白酒这一块的认可都不高。在数据上排名上可以明显的看到,年轻消费群体最喜欢的酒类中,葡萄酒是排第一的,然后是低度的果汁酒、啤酒、洋酒、黄酒,最后才是白酒。这个是整个中国白酒的一个隐患,也是整个行业的一个隐患。”

运用新零售的方式通过智能化、数据化以及互联网文化的营销模式,是拉近白酒行业与新生代消费群体之间距离的一种方式,是对于未来年轻化市场的整体布局。“我看到很多的酒企都在开启这方面的大布局。我想这些营销布局还需要通过很长的一个时间,以及很多的铺垫以及规划,才能让新生代消费群体慢慢的对于中国白酒的文化以及白酒产品的接受度提高。”朱丹蓬分析说。

吉林蛟河:产业扶贫增强『造血』功能

本报讯(记者 **王春宝** □ **董建伟 陈爽**)2月20日,家住吉林蛟河市新站镇新站村53岁的王彩波,开始上班了。“今年,我还在我们镇的灵芝扶贫项目基地务工,每个月1200元,全年收入1万多元。多亏了这个扶贫项目,让我这样身体行动不便的贫困户在家门口就能务工增收。”

王彩波是新站镇的建档立卡贫困户,身体行动不便,自打该项目建立以来,他就在这里务工,主要负责看护厂房、菌段、设备等,简单询问外来人员情况。

这已经是他第三年在这里务工了。今年,在一边抓好疫情防控,一边抓好复工复产的同时,该扶贫产业项目于2月20日开始复工生产。截至目前,流转榆江公路沿线大利村土地4公顷,制作灵芝菌段5万段,预计到4月10日可制作完成全年灵芝菌段11万段,种植灵芝大棚90栋。

今年,该项目将继续为贫困户户均增收400元,帮助缺乏产业支撑的10个资金入股村实现村集体增收6万元,可带动19户贫困户和周边50多户村民实现务工增收60余万元。

据了解,新站镇灵芝种植项目是全镇推进的扶贫产业项目,项目建于2016年12月,申请扶贫专项资金264万元,购买菌包厂一座,占地面积12000平方米,建设改造了三级菌发酵室、菌段生产车间、发酵车间、烘干车间、冷冻车间等厂房设施,建筑面积达到4200平方米。

该项目与于2017年实现收益24.2万元,带动全镇461户贫困户,每户分红400元,实现分红18.44万元,村集体实现分红6万元,带动周边村民60余人实现增收40万余元。

仅去年,建设灵芝大棚110栋,种植灵芝13万段,产灵芝孢子粉2万斤,灵芝干品6万斤,又实现贫困户户均分红400元。近3年里,累计产生收益80万元,用于全镇建档立卡贫困户实现增收。实现全镇贫困户年户均分红400元的稳定收益。

在促进贫困户稳定增收上,蛟河市抓住产业项目这个核心,提升“造血”功能。注重对产业项目的分析研判,有组织、有计划的实施全市推进项目3个、整镇整村项目62个。同时针对有劳户贫困户,积极开展扶贫小额信贷,主要用于贫困户发展黄牛、生猪养殖和食用菌、甜粘玉米种植,实现就近就业。

“以产业发展为杠杆的扶贫开发过程,是促进贫困地区发展、增加贫困农户收入的有效途径。产业扶贫是一种内生发展机制,根植发展基因,激活发展动力。”蛟河市扶贫办负责人介绍说。

黑龙江绥芬河海关助力中欧回程班列便利通关

图为绥芬河海关关员快速验放中欧班列。**高运波**/摄

本报讯(记者 **张楠 佟强** □ **张金龙**)3月16日,伴随着一阵阵响亮的轰鸣声,两列满载俄罗斯云杉板材的郑欧、渝新欧回程班列缓缓驶入绥芬河口岸,班列共搭载176个标准集装箱,总重2274.1吨,货值31.3万美元。

绥芬河海关聚焦监管服务职能,多措并举助力中欧班列高效平稳运行,主动对接联系代理公司,第一时间送政策上门,向企业宣讲海关总署以及哈尔滨海关支持中欧班列发展的服务措施,帮助企业用足用好政策;与目的地海关建立转关核销、进出口结关等工作联系机制,提前掌握班列运输计划,快速跟进解决企业通关过程中遇到的问题;加强关铁协调联动,高效对接班列通关审核、放行、核销手续、编组运输等环节,通过国际贸易“单一窗口”加强信息共享和电子数据传输交换,提高口岸通关效率;提供自主选择报关地、舱单归并等便利化措施,快速核验商业封志,降低企业通关成本,提高班列运输时效。

绥芬河口岸是黑龙江省唯一的中欧班列进出境口岸, 2019全年进出境中欧班列120列、7449个标准箱,货值2.3亿元,其中进境班列107列、6793个标准箱,货值2亿元。今年截至3月16日,绥芬河海关共验放进境中欧班列868个标准箱、货值175.77万美元。

绥芬河海关副关长金光权表示,绥芬河海关将继续优化中欧班列监管服务,积极打造中欧班列一站式通关模式,帮助企业推动多式联运业务和双向贸易往来,促进中欧班列持续健康发展。

舒视呵护双眼

飞利浦电视豪礼助力健康生活

今年开年以来,“宅生活”模式已成为普遍生活模式,在打破常规状态的生活中,居家健康成为亟需关注的重点。尤其是消费者娱乐选择减少,电子终端成为休闲首选,来自于电子屏幕的有害蓝光,是十分容易被大众忽视的问题。飞利浦电视以舒视蓝技术为主推的大促活动正在火热进行中,致力于以技术能力为消费者过滤有害蓝光,积极倡导健康居家生活。

在此次活动中购买指定型号电视产品,即可获得飞利浦OLED电视、扫地机、回音壁音响、蓝牙耳机等惊喜好礼。其中,多款搭载了飞利浦舒视蓝专利技术的精品电视,以健康理念与钜惠豪礼,为消费者提供更好的“宅”选择。

其中,购买飞利浦75/70PUF7364电视,即可获赠价值567元飞利浦回音壁音响一台;购买飞利浦全能全面屏PUF8005电视70英寸款,可同时获得电视端可用的超级影视VIP年卡一张,如购买65或55英寸款,则可获得腾讯超级影视VIP季卡一张;购买飞利浦全面屏PUF8304电视75英寸款,可获赠一套价值849元的飞利浦低音炮音响,如购买65或55英寸款则可获赠一副头戴式蓝牙耳机。同时,凡购买飞利浦电视舒视蓝系列产品,均有机会额外获赠飞利浦入耳式耳机一个,数量有限,送完即止。

商标保驾护航 迈可达防霉产品行稳致远

当今世界,市场经济的竞争已从产品竞争、技术竞争发展为品牌竞争,品牌竞争力将成为主导市场的关键因素。商标作为企业商誉的载体、企业品牌的外在标志和法律化的体现,已成为企业参与竞争、占领市场的利器。迈可达有限公司(亦为Micro-Pak Limited,下称“迈可达”)为维护企业信誉,实施商标品牌战略,这一重要举措成为促进企业品牌发展的关键因素。

多年来,迈可达通过在商标管理和品牌建设方面的不断探索实践,实现了品牌价值和国际影响力的提升,同时也为商标资产不断增值、商标品牌附加值和竞争力的不断提高起到积极作用。

迈可达是消费品行业中首屈一指的抗微生物产品供应商,成立于1998年,总部位于中国香港,在美国、欧洲及中国内地设有办事处。全球授权分销商超过30家,产品销往世界各地。其核心产品为Micro-Pak、霉必清牌防霉片、防霉纸、MPX2牌胶袋和DRI CLAY干燥包。商家或工厂通过在其产品的包装盒或包装袋内使用迈可达的产品,可以在产品周围创造有效抑制霉菌滋生的环境,消除残余霉菌孢子,达到防霉功效。

在迈可达30余年的深耕下,其品牌地位稳居前列,产品销量持续增长,随之市面出现了不少假冒产品。对此迈可达创始人兼执行董事马丁·柏文表示,“假冒产品质量差,可能含有毒有害物质,对商品、环境和人体造成损害。为防止消费者受骗上当,维护消费者利益和迈可达合法权益,迈可达对商标进行了全球布局,不仅基于自身现有核心产品及服务在多个国家和地区进行了商标注册,还对自身产品及技术储备申请注册了防御性商标,并在商品及服务类别上尽可能进行全类别商标注册。目前,迈可达申请注册了‘迈可达’‘邁可達’‘MICRO-PAK’‘Micro-Pak’‘MPX2’‘DRI CLAY’及‘霉必清’等多个商标,同时,迈可达产品中均加入了先进的显性和隐性防伪特征,并备有防伪验证卡。希望广大消费者通过迈可达官网或是授权分销商购买迈可达产品,切实保障自身利益。”

据悉,迈可达自成立起便致力于绿色环保,获得了多项相关认证,所有产品均荣获“摇篮到摇篮”(Cradle to Cradle)认证制的银级级别,严格接受国际多项监管体系的联合监管,全力保障产品的有效性和环保性。目前,迈可达产品已经在美国环境保护局(EPA)及美国50个洲成功注册,并已完成欧盟REACH(化学品注册、评估、许可和限制)法规的预注册,根据欧盟生物杀灭剂法规(BPR)的注册也在进行中。

未来,迈可达将继续依托商标工作深化企业品牌的建设、培育、保护和宣传,充分发挥商标在企业发展中的积极作用,为全球客户提供更优质的产品和服务。

雪莲系列产品获中检协认证 诚信助力企业品牌长足发展

日前,由中国质量检验协会举办的“2020‘3·15’产品和服务质量诚信承诺”主题活动中,北京雪莲集团有限公司雪莲羊绒系列产品获得2017-2019“全国质量检验稳定合格产品”“全国产品和服务质量诚信示范企业”认证。

作为有着百年历史的中华老字号和中国羊绒行业的先驱,雪莲集团凭借着“客户为先、追求卓越、价值共创”的核心价值观和引以为豪的“工匠精神”,秉持对产品品质的坚守和对创新孜孜不倦的追求,以及对产品细节的持续把控,赢得了消费者和市场信赖,并使雪莲品牌的高品质形象不断深入人心。

据悉,雪莲作为最早一批通过“ISO三体系认证”的羊绒系列产品生产销售企业,始终不断升级和健全质量管理体系以保证产品质量。以此作为支撑,目前雪莲各渠道能够即时回应消费者的询问、疑问,完善的会员和售后体系,确保客户购物全过程的服务礼遇和售后保障。

丰台市场监管局之窗

丰台区市场监管局 “一严、四重、二督”开展电梯安全督导检查

电梯质量安全事关人民群众生命财产安全和经济社会发展稳定。丰台区电梯保有量较大,新增速度快,公共交通、商场、学校、医院等公众聚集场所电梯使用频次高、负荷重,运行风险较高,特别是住宅老旧电梯故障率较高,群众反映强烈,一旦发生事故易导致人员伤亡或造成较大社会影响。为消除安全隐患,降低安全风险,预防和减少电梯事故,提高电梯运行安全性和可靠性,让群众安全、放心乘梯,丰台区市场监管局依据《北京市电梯安全评估报告》重点对辖区内四级高风险电梯(四级风险,即整体性能不足,存在严重安全隐患)开展了为期三天的专项隐患排查工作。“一严”即依法严厉查处违法行为,对不符合运行使用条件的电梯设备一律责令停止使用。“四重”即四项重点开展检查。“二督”即督促电梯使用单位、督促维保单位做好电梯日常管理、维保与应急值守工作,保持应急救援电话24小时畅通。

(宁 杉)