

利洁时设立全球首个美赞臣公益基金会 开启美赞臣中国履责新篇章

使命驱动 延展专长 聚焦支持母婴、儿童和女性群体

2020年12月22日,“新起点、新生态、新未来”2020全民健康主题论坛在北京建国国际会议中心成功举办。利洁时集团旗下全球知名的婴幼儿营养品牌美赞臣于论坛上宣布,经国家有关部门批准,美赞臣公益基金会正式成立。这是利洁时在全球范围内设立的首个美赞臣公益基金会。

美赞臣大中华区副总裁顾磊表示,美赞臣是改革开放后第一批进入中国的外资婴幼儿配方奶粉企业,是中国不断发展的见证者、参与者和贡献者。根植中国27年来,美赞臣中国已经发展成为一家全球化的中国公司。美赞臣公益基金会的成立是美赞臣长期奉献中国,守护健康,共建未来的郑重承诺,它标志着美赞臣中国的公益事业迈入常态化、平台化、可持续化的新篇章。



美赞臣大中华区副总裁顾磊宣布美赞臣公益基金会正式成立

2020年是全面建成小康社会之年,也是“十三五”与“十四五”承上启下之年。步入新发展阶段,妇女儿童健康依然是全民健康的基石,是实现“健康中国”战略目标的重要支撑。作为一家跨国营养品品牌,美赞臣根植中国27年来,始终致力于汇聚全球资源,守护中国母婴健康,践行“为婴幼儿带来一生最好的开始”的企业使命。美赞臣公益基金会的正式设立是利洁时与美赞臣推动践行对中国社会和环境承诺的又一里程碑。

在利洁时“卫生防护、健康照护、营养守护,竭力创造更洁净、更健康的世界”的使命驱动下,美赞臣公益基金会将会延续美赞臣的百年专长,以“守护新生,滋养健康,赋能未来”为愿景。

2020全民健康主题论坛上,顾磊表示,美赞臣公益基金会的建立代表着我们的公益事业不再局限于企业社会责任范畴,而是作为一个独立的实体对社会创造价值。它承载着集团上下以及利益相关者的期望,代表着美赞臣推进企业社会投资和社会影响力的坚定决心,也将成为我们发挥专业优势面向可持续发展未来的新起点和新平台。以新建立的基金会为基础,我们将会进一步发展更广泛的公益平台,联动社会各界共同探索相关社会问题的解决之道,力争为社会创造共享价

值,给世界带来积极改变。在“十四五”新时代的起点上,母婴健康建设正在驶上发展的快车道。在使命驱动和愿景的指引下,美赞臣公益基金会将重点聚焦以下几个领域:1. 支持扶助罕见代谢性疾病和特殊营养需求儿童,关注他们的健康和发展;2. 支持生命初期1000天营养和生命早期发展,支持儿童获得一生最好的开始;3. 赋能新妈妈、儿童家庭、非政府组织和社区,创造更健康的未来;4. 支持扶贫与灾难救助;5. 通过广泛合作,寻求其他社会、环境等问题的解决之道,创造可持续发展的未来。

长期关注社会公益领域的思盟企业社会责任促进中心理事长郭沛源表示,与企业内部的公益部门不同,企业公益基金会是一个非盈利性质的法人组织,企业公益基金会的设立代表着该企业对当地社会、社区社会责任的一项长期承诺。目前,中国企业基金会数量约1200余家,不足全部基金会数量的20%,仍处于发展的初期阶段。纵观所有设立基金会的企业,大多是在各自领域表现优秀企业,是成为优秀企业的充分非必要条件。

联动各界 共建生态 发挥“杠杆效应”撬动社会影响力

美赞臣成立公益基金会的底气与信心,既源于品牌在营养领域积淀百年的

专长、影响力与规模优势,也来自美赞臣持续多年在中国公益领域的耕耘和收获。根植中国27年来,美赞臣的公益事业从最早期单一的产品、物资捐赠,到结合品牌特点和优势打造的“知识扶贫”模式。走到今天,美赞臣已经从公益的参与者,实践者转型成为公益的倡导者、影响者,美赞臣在中国发起了“苯丙酮尿症患儿特殊奶粉补助项目”、“关爱之初”生命早期1000天营养改善公益计划等多个具有社会影响力的公益项目,持续不断将社会正能量向更深、更远处传递。

在前行的过程中,美赞臣不断向内审视、向外学习,思考并不断尝试发挥自身优势,联动相关政府部门、公益组织、媒体和社会各界力量,形成公益事业的共治机制,打造更具影响力、更具撬动性、更宽广的社会影响力项目。

疫情防控期间,一次多方合力守护特殊时期母婴安全和健康的公益行动便是这一公益理念的实践:在疫情爆发初期,母婴健康面临着严峻挑战。美赞臣携手中国儿童少年基金会、NCP生命支援网络、春雨医生推出“为爱战‘疫’·守护新生”公益项目,协同线上和线下资源,为孕产妈妈提供防疫物资、营养保障、协助联络医院、线上问诊、心理支持等综合援助服务,守护特殊时期的母婴安全与健康。该项目在疫情期间成功为5100位武汉孕产妈妈物资支持,迎接超过600名健康新生儿的诞生,还帮助数

十例感染新冠肺炎的孕妇产下健康宝宝。随着疫情防控进入常态化阶段,项目还积极开展疫后心理重建工作,上线种子计划培养志愿者,深入医院、社区等机构调研,与社会各方力量共同探讨、回顾经验与收获。这一项目不仅展现了社会各界在守护全民健康、母婴健康中的专长、角色与担当,更是对各界如何合力共创可持续母婴健康新生态的启示。

延续多年来联动社会各界力量推动母婴健康建设的实践经验,顾磊表示,“我们相信,完全独立于企业运行的美赞臣基金会,将能够打通美赞臣与合作伙伴共同建立的多个现有关注母婴健康的公益平台,突破单个项目单个平台的规模、可持续性、可复制性的限制,突破单个企业及其利益相关方的能力和资源限制,以更多维、更宽广、更独立、更整合的全新平台持续不断地关注相关议题,凝聚更多价值观和关注点相同的企业、社会群体和公众力量,从而实现资源的叠加、互补和杠杆放大。我相信,美赞臣基金会代表着我们推进企业社会投资和社会影响力的坚定决心,必将成为我们助力母婴健康事业的新起点。”

美赞臣公益基金会理事长陈亮表示,“希望美赞臣基金会成立后能够成为一个母婴公益新生态的载体,形成一个长效化平台化的机制,立足专业、发挥优势,与各社会组织、机构、商业伙伴、社会大众等实现优势互补、共建共创共享母婴健康的未来。”

“国潮”日渐兴起 消费场景不断“破壁”

回顾2020年消费新趋势

2020年以来,消费者的消费行为、消费习惯和消费场景在悄然发生变化,一批新业态新模式应运而生。

什么群体消费活力旺?哪些产品受欢迎?购物有哪些新场景?记者调查发现,由技术创新应用所引发及支撑形成的新消费,正在快速发展。

“新生代”爱“新潮”也爱“国潮”

“去年网上消费约2万元,连孩子早教课都买的在线产品。”安徽省淮南市凤台县居民徐林正在盘算记账App上的消费记录。北京市民任波前年此时还不理解家人看直播购物的行为,去年自己已经着迷于此,“一是购物体验更直观;二是售卖花样越来越多,不仅卖日用品,连理财、健身、旅游、在线教育产品也卖。”线上购物正在成为越来越多人的购物方式。

同时,以“90后”“00后”为代表的“新生代”,成为消费中坚力量。商务部研究院近日发布的《2020年中国消费市场发展报告》称,从细分市场来看,相关数据显示,“90后”在旅游消费群体中占比接近50%;中国餐饮消费群体中“90后”占比51.4%;远超过该群体在总人口的占比。“新生代”群体消费理念鲜明,消费习惯更易与基于新技术的新商业模式相适应。

从消费品类上来看,多家电商平台数据显示,高品质消费品类、智能消费品的成交额及销量增速在大幅提升。即使是在传统观念中更看重性价比的下沉市场,人们也越来越愿意尝试一些单价不低、较为新奇的商品。

国产品牌订单量同样攀升明显,

甚至在有些品类出现了明显的“国潮”现象。“有怀旧的情感在里面,但购买还是因为国货的高品质。”陕西省铜川市民小李在去年“双12”抢购了百雀羚面膜和大白兔奶糖礼盒。

消费场景不断“破壁”

2020年以来,直播已经成为农产品销售的重要渠道。以拼多多数据为例,截至2020年10月31日,相关助农专区和活动,已累计成交5.5亿单,卖出农副产品32.5亿斤。

从开播到开播再到开播,不少保税区的海外品牌甚至实现边播、边卖、边发货,直播电商已经成为热度空前的互动消费模式。商务部数据显示,去年上半年,全国电商直播超1000万场,活跃主播数超40万,观看人次超500亿。

直播之外,一些电商平台开始试水3D购物技术,消费者可以“站在”任意货架前,360度查看商品款式、价格,看中的商品还可一键加入购物车。新技术不断拓展商业边界,同时让消费场景一再“破壁”。

有消费者看重“买买买”过程体验,还有消费者更在意售后服务,比如物流速度。上海市“90后”市民陆羽去年12月12日一早下单的红酒,中午前就送至家中,“感觉物流一年比一年快。”不仅城市物流提速,“快递进镇”“快递进村”的便捷化也在提高。

新需求牵引新供给

《2020年中国消费市场发展报告》指出,新消费更加以消费者为中心,注

重掌握、了解和预测用户的需求,继而系统性创造产品,场景来满足不同消费群体的真实需求和潜在需求。

“借力C2M(用户直连制造)模式,开发出契合用户需求的新产品,就能在看似饱和的市场创造出奇迹,无形中释放出新消费需求。”浙江好易点智能科技有限公司战略发展总监戴东阳说。

让消费者决定生产,正成为一种新潮流。“企业何时推出新产品、推出什么样的新产品,不再单纯由生产环节决定,而是从大数据中‘读’懂消费需求。”施密特家居用品总经理刘伟胜说。

去年11月初,北京师范大学新闻传播学院喻国明教授课题组发布的《2020新青年新国货消费趋势报告》分析认为,线上线下消费融合趋势正在增强,新国货的C2M定制模式正在吸引新一代青年的购买力。

国内市场蕴含的消费活力,正在被更多企业“看见”。智能家居品牌洁安惠2019年前还是主营外贸,去年转战国内市场,来到电商平台销售其全新的智能垃圾桶,获得快速增长。截至2020年6月底,仅拼多多平台上像洁安惠这样新入驻的外贸转内销店铺,已超过11万家。

“做企业,‘身段’一定要灵活。”芜湖悠派护理用品科技股份有限公司董事长程岗说。近年来,这家企业在转产口罩保障抗疫物资之余,还通过研发洗脸巾等新品,强化自主品牌建设,抢抓国内消费新需求,跳出代工发展模式,主营业务营收增长约四成。

(新华)

北京老字号风味年货齐上市

记者近日走访发现,北京各家老字号的年货开始陆续上架。在北京稻香村各门店里,传统糕点、年糕、腊八米、坛子鸡、坛子肉等各式年货产品已摆上柜台,玉华台、护国寺小吃等老字号的小串冰糖葫芦、“找别扭”等传统北京小吃也悄然上市,为市民新年里的第一口年味儿增添了更多选择。

在北京稻香村南城生活店里,已经有不少市民开始选购新上市的腊八米。“每年到了这个时节腊八米就上市了,这里头有黑米、高粱米、红小豆、薏仁米、红枣、花生

米等十几种五谷杂粮,都已经提前配好,买回家直接上锅煮就行。”售卖腊八米的柜台,工作人员向顾客们介绍着。

除了各色糕点,到了冬天,冰糖葫芦也是老北京最热门的小吃之一,红红火火的冰糖葫芦为节日增添了热闹的气氛。老字号玉华台在这个时节小吃上做起文章,推出两三个山楂一串的小串冰糖葫芦,吸引了不少新老顾客。此外,护国寺小吃总店、裕泰园店、阜桥店等门店都上线了小串冰糖葫芦,消费者可以单独买一串,“是咱们老北京的味道,而且吃多少买多少,不贵也不浪费。”正在护国寺小吃总店吃精装版糖葫芦的韩先生说。

除了酸甜开胃的冰糖葫芦,老北京风情小吃“找别扭”也出现在了护国寺小吃总店的菜单上。“老人基本上都知道怎么做的,没想到还有许许多多年轻人也来店里打卡,顺便还得问问做法。”店里的小吃大师傅介绍说,这款“找别扭”是用馒头片和臭豆腐制作的,调入适量的秘制麻酱,再裹上鸡蛋。“味道不像豆汁那么激烈,但也比较特殊,不少老北京人都爱吃这口儿。”

(北日)

一杯好酒敬世界! 国泰盛世酒业香港创科版挂牌上市

国泰盛世酒业有限公司成立于2019年08月15日,是经国家工商总局批准成立的新型酒类营销企业。在我国建国七十周年大庆活动中,国泰盛世酒业承担起联欢晚会、表演方阵排练后勤保障任务,荣获鼓励牌匾。传统手工技艺是制酒的灵魂,国泰盛世酒业与WICICH2019世界非遗传承人大会达成战略合作,国泰盛世酒业的民族手工艺得到了高度的认可。

今年白酒市场持续升温,白酒市场爆发式反弹,餐饮业需求持续回暖,虽受疫情的短暂影响,但白酒行业销售额增速已经接近往年同期水平,这反映出白酒等食品类消费的刚性需求。后疫情时代下,是中国白酒走向世界的黄金窗口期。

中国酿酒历史悠久,酒文化源远流长。尽管酿造白酒的方法有所区别,但在中华大地,白酒一直作为载体,记录了流传千年的中华文化与民族豪情。白酒作为历代历朝康盛的产物,同时具

有代表国泰民安的期许。

国泰盛世酒业自成立之初,就遍访国内知名白酒匠心名师,精选优质原料,将传统酿酒工艺与现代技术融为一体,取长补短。在技术革新中提升产品质量。产品一经面世,好评如潮,迅速得到业界认同和行业专家的肯定。

国泰盛世酒业认为,白酒行业要讲好中国白酒的健康故事,承担起普及白酒知识的普及责任,这不仅仅会促进白酒行业的科学化与现代化,同时也对提升民众对于白酒健康理念的认知内涵,宣扬白酒的健康文化,将为中国白酒市场奠定扎实的消费基础。今年,国泰盛世酒业经评审获得AAA企业信用等级证书。

据了解,国泰盛世酒业香港创科版挂牌上市,这象征着国泰盛世酒业的运营能力得到了市场认可,企业运营能力强,这将进一步提升国泰盛世酒业的知名度,强化外界对国泰盛世酒业的信心,大幅提高市场竞争力。



一杯好酒敬世界!
风调雨顺 国泰民安 安居乐业 国泰盛世
国泰盛世酒业有限公司

声音

年夜饭自提回家吃更安心

“今年年夜饭去哪里吃”“如何安全地吃”是商家和消费者共同关心的问题。据经济日报报道,目前部分商家已在外卖平台推出了招牌菜品套餐组合,鼓励消费者自提回家享用。毕竟,新冠病毒还未肃清,不可掉以轻心。不扎堆、不聚集,是必须要遵循的防控措施。

新春佳节,家人团聚一堂,百般滋味就凝聚在一顿热热闹闹的年夜饭里。近年来,到餐厅吃年夜饭已经成为主流,既方便省事,菜品又丰富,还带有些许仪式感。

但2020年情况特殊,喜迎新年的心情无疑分外强烈,但防疫意识不能随旧年而去。在外订好大餐,取回家享用,确是一种两全齐美的选择。一来避免人员在饭馆聚集,让年夜饭成为安心饭;二来

取回在家享用,在品尝特色大餐的同时,还能体会家的温暖与亲情的凝聚。

当然,对食品安全链条的监管不能放松。商家资质、食品原料、加工配送等环节,都必须严格管理,不能存在漏洞。如今,在大数据技术的支持下,智慧监管可以时时在线,替消费者全流程紧盯,确保年夜饭安全。需要提醒的是,商家应格外注意菜品妥善包装与保温等细节,让消费者享受完美的年夜饭,未尝不是为年夜饭外送、上门特制年夜饭等新的服务打开市场。

欢乐祥和的春节,需要一顿安稳的年夜饭;只有安心,才能开心;防疫不放松,方能开心迎新。

(侯江)

丰台市场监管局之窗

丰台区市场监管局

多措并举加强零售药店管理

为规范药品零售企业的药学服务行为,进一步提升丰台区药品零售行业整体服务能力和水平,提高公众获得感,营造百姓满意的药品消费环境,丰台区市场监管局药械市场科多措并举加强零售药店管理。一是下发通知明确要求。鼓励辖区有条件的、群众需求较多的药品零售企业开展药品拆零销售、24小时售药、送药上门等药学服务工作。二是加强现场指导。依据北京市市场监管局下发的《北京市药品零售企业药学服务行为》的工作要求,现场检查药店,进行讲解指导,在紧盯药品质量监管的同时,持续指导和规范药品零售企业的药学服务行为。三是严格监管规范行为。加强处方药的销售管理,必须凭处方销售的处方药做到凭处方销售,执业药师应在岗在岗,履行审方职责。四、注重整改落实。对现场检查出现的拆零的工作台及工具不能保持清洁卫生问题、拆零销售记录不完整问题、拆零包装标识、拆零销售等问题重点回访检查,督促落实到位。

(纪卿飞)