

# 新希望累计输沪肉产品近万吨

4月11日,新希望六和公司再次抽调离产业、食品产业骨干力量,向上海派出第三批增援保供团队,公司各产业累计已为上海抗疫保供近万吨。

3月以来,该公司各工厂产能全开,通过上海六和勤强、鲜生活冷链物流等伙伴企业全力配送保供。自3月初至4月11日,新希望已累计向上海地区供应各类肉产品及食品9800余吨,其中禽肉产品8437吨(生鸡4543吨、生鸭3416吨、调理品478吨)、鲜猪肉产品890余吨、熟食产品495吨。

**辽宁工厂:把通行证先给去上海的车**

“把通行证名额优先给去上海的车!”带着盘锦六和销管魏主任的嘱咐,一张火红的通行证被交到司机孙师傅的手中。盘锦六和隶属于新希望六和禽产业,驻地政府为防止疫情多点扩散实施了交通管制。“整个县分给我们厂两个通行证,排队发货的卡车很多,但上海情况不同,我们多方协调,优先保障了去上海的证。”魏主任说。

**山东司机:吃住在车上确保货物顺利抵沪**

早餐一口煎饼,午餐一盒泡面,晚餐几口火腿肠,这就是入沪司机们的行



车日常。王师傅承运于鲜生活冷链物流青岛分公司,鲜生活冷链物流是新希望集团打造的全冷链食品通路服务型公司,已是我国食材流通领域的头部企业。他拉上了一车六和禽肉从临沂出发去上海,进入江苏境内后,服务区几乎都为封闭状态,只能停在服务区出

入处休息。根据防疫政策,保供车辆需全程实现闭环管理,即车辆驾驶室全程贴封条,确保司机不下车,这也使得王师傅的住行条件异常艰苦。

可以说,抗疫保供期间,货车司机承担了物资保障的重任,但工期的延误、条件的艰苦也会让很多司机望而却

步。而在鲜生活冷链公司中,像王师傅这样舍小家、顾大家的司机不在少数,他们是默默无闻的最美“逆行者”。

**上海前置仓:每天供应社区团购5000单**

此前,新希望六和食品产业接到了上海有关部门的特殊需求——拉伸膜包装猪肉。这是千喜鹤猪肉加工厂支援武汉时开发的产品,让鲜肉“塑封”后保鲜时间更长,有效防止拿起外包装时直接接触鲜肉表面,防疫系数更高。公司对政府需求高度重视,调集骨干人员、调整生产线计划,一天内完成了4个SKU产品搭建,在河北工厂和前置仓努力下,以每天不低于2万袋(10吨)拉伸膜包装鲜猪肉产品,1万份猪肉保供套餐保供上海。目前,食品产业为上海大型商超每日供应冷鲜猪肉50吨。

此外,公司还通过上海六和勤强食品有限公司,联合沃尔玛每日供应社区团购订单5000套(团购包内有冷鲜猪肉、冷冻禽肉、美好小酥肉、猪肉丸子等)。上海六和勤强是新希望六和禽产业多年合作伙伴,承载公司在长三角的全部禽肉销售,是长三角最大的肉品供应企业。

4月14日,福田欧曼在行业内率先向重卡用户推出关爱服务:防疫权威专家为卡车司机讲解防疫行车注意事项;赠送3000份新冠确诊保险;赠送14000份新冠抗原试剂,欧曼用户可在雄安新区四家高速服务区及全国325家欧曼经销商、服务站线下领取,也可通过福田E家APP线上领取。

福田欧曼欧马可提出“由关怀车向关怀人转变”服务策略,针对疫情防控区、疫情保障车辆及被封控客户,提供免费维修、赠送防疫物资等活动。在重点干线高速公路服务区建设欧曼之家,为客户提供免费就餐等服务,截至目前已接待上万卡友。

4月10日,福田欧曼发起倡议,在疫情形势相对紧张的省市,欧曼联合经销商、服务商前往高速公路严重拥堵区域,为欧曼新老客户送餐递水,免费提供车辆维修服务,切实解决相关困难。截至4月13日,送出547份爱心餐。

物流的畅通是抗疫成功的基础,保物流就是保经济、保民生。福田汽车坚持贯彻国家相关政策,以科技赋能关怀,切实解决卡车司机面临的实际困难,保障物流畅通。勇担企业社会责任的福田人,正严格把关负压救护车每一个生产环节,保证每一台交付车辆的质量,与全国人民共克时艰,力争打赢这场没有硝烟的战争。

将客户关怀送到抗疫“第一线”

## 福田汽车助力货运物流畅通



4月10日,国务院应对新型冠状病毒肺炎疫情联防联控机制印发《关于切实做好货运物流保通保畅工作的通知》,要求全力保障货运物流畅通。作为产销持续领跑商用车行业第一的福田汽车,彰显着自身的国企责任,旗下品牌纷纷行动起来:欧曼利用车联网为司机提供防疫行程卡、赠送核酸抗原、欧马可在公路服务区建设欧曼之家提供免费餐饮,欧曼向受滞留途中的卡友送去免费餐食……

**科技精准助力 卡友轻松“绿码”**

4月14日,福田汽车、欧曼重卡联合各方在线举办“关爱司机健康 助力物流畅通”活动,旨在呼吁社会各界积极贯彻国务院相关规定,保障民生经济和正常生产生活秩序。

打赢疫情保卫战,离不开大数据精准研判。活动中,福田汽车宣布将依托“福田E家”450万辆车联网大数据,为欧曼卡车司机提供专属防疫行程卡。

司机通过福田E家APP即可查询车辆行程轨迹,从而避免只路过并无实际到访中高风险地区,却导致行程码加星号无法通行的情况,为具体防疫管理提供实际依据,做到精准疫情防控。

与此同时,福田汽车还将提供车联网远程智能医生智慧服务,远程诊断、远程故障排除,更好响应贯彻各地方区域防疫政策,无需进站,避免二次接触。面对疫情,福田汽车充分发挥自身科技属性,自疫情初期至今,用最短时间造出了图雅诺负压救护车、欧马可消毒冷藏车、福田欧曼核酸检测车、欧曼医疗废物转运车及福田欧曼超级健康客舱,为打赢疫情保卫战提供了安全保障,在社会的安全运转方面发挥了巨大作用。

**关爱物流司机 服务做到心上**

作为肩负社会责任感的国有企业,福田汽车始终坚持为卡友们提供全方位的车辆与服务保障,把保护卡友们的利益放在首位。连日来,福田汽车旗下众多品牌纷纷出台服务政策,为各地卡车司机送去关爱。

2022年2月26日,汾酒四届五次职工代表大会、三届五次工会会员代表大会在汾酒会议中心正式召开。汾酒党委书记、董事长袁清茂在会上指出,要坚持“中国酒魂”战略定位,以汾酒复兴为目标,以高质量发展为主线,以品牌力提升为核心,持续“深挖”和“活化”汾酒文化。切实做到“四个专注”“四个坚持”,向着汾酒复兴的宏伟目标奋勇前行。

“四个专注”是专注市场结构优化,专注产品结构优化,专注品质提升,专注管理提升;“四个坚持”是坚持增强战略定力,坚持中国酒魂战略定位,坚持深化国企改革,坚持强化风险防控。

可以说,“四个专注”与“四个坚持”是紧密联系、相互支撑的一个体系,其目的在于全方位推动汾酒高质量发展,并最终实现“复兴”大目标。

醉美杏花村聚焦汾酒的复兴大计,从“中国酒魂”战略定位来深度发掘汾酒的历史、文化、品牌,呈现一个强改革、活文化、谋复兴的汾酒。

从历史角度来看,中国白酒产业的大发展有两个重要的时期,一是明清时期,今天的诸多知名白酒企业大多在这段时间中加速成长;另一个时期则是新中国成立后,20世纪50年代,中国白酒产业开启了新一轮发展时期。

白酒作为一种产业力量开始崛起,有两个前提条件,一是成熟的酿酒技术,二是大量可以掌握并传承技术的酿酒人。

而无论是技术,还是人,其原点与重心,都在汾酒。

**“行走”的汾酒**

中国酿酒技艺的大传播起源于明代的一场大移民。

明朝初年,由于连年战乱和瘟疫,河北、山东、河南、安徽等地田地荒芜,人烟断绝,而山西则因山河险固,成为彼时人口保留最多的地方。为尽快恢复全国的农业生产秩序,洪武二年,明政府开始实行移民屯田政策。

600年前的这场“大移民”让近百万人

## 汾酒为什么是“国酒之源”?



走出了山西,大批的山西酿酒师们也随着“大移民”开始“大行走”,汾酒也得以在全国各地开枝散叶,“行走的汾酒”也由此脉络清晰而连绵不绝。

到了新的移民安置地后,来自山西的酿酒师们依旧酿造清香型白酒。但在具体酿造过程中,因其所在地域的酿造条件千差万别,酿酒师们便因地制宜,根据现实状况进行了一定程度的技术改良,新口感和新香型的白酒相继问世。

明清年间开始,晋商们就开始在陕西投资酒曲生产,并把山西汾酒工艺带到凤翔县,设店酿酒,逐渐推广到各县,成为陕西白酒的源头。

1958年出版的《西凤酒酿造》记录:“西凤酒产于陕西凤翔、宝鸡一带,以凤翔县柳林镇产量最为著名。一说西凤酒过去为山西人所经营,至明代万历以后山西客户陆续运,才由当地人开始经营,以后逐渐发展到各县,故推溯西凤酒可能是山西汾酒传来的”。

现北京前门外的“汾州胡同”,是杏花

村移民的聚居地。杏花村的汾酒酿造技艺,也由此在北京和周边地区广为传播。时至今日,北京和河北的清香型地方白酒依旧传承着汾酒的酿造工艺。

而晋商的崛起,更是把杏花村酿造技艺输送到了全国各地。杏花村的清香型白酒酿酒技艺,通过晋商的传播,推动各地酿酒业的发展壮大,逐步形成了中国白酒百花齐放、多香型“各美其美”的局面,奠定了今天中国白酒产业的基本格局。

如果说明清时代汾酒技艺的传播靠的是“汇通天下”的晋商,新中国成立后,汾酒则凭借其不断创新改进的酿酒技艺和开放包容的企业精神,奠定自己白酒产业奠基者地位。

**“汾酒试点”开启产业科技先河**

新中国成立后不久,中国白酒产业百废待兴。

彼时的白酒产业孤弱无助,开国大典中的国宴用酒,用的还是从刚刚恢复生产的汾酒厂里酿出的新酒。

民族工业百废待兴之际,作为国家高科技人才的秦含章、周恒刚等老一辈的酿酒工作者们,在酿酒领域踏出了复兴的第一步。

为提高白酒的产量和质量,当时国家轻工业部牵头在白酒行业进行了两大战略部署:一是组织全国名酒评比,二是开展白酒技术试点。

在1952年的首届名酒评比中,汾酒就是白酒“四大名酒”之一。

白酒试点最先始于1955年的烟台试点,而最具影响力的则是由周恩来总理在1964年亲自将汾酒、茅台两大试点。

由于新中国成立以来汾酒在产量和效益上一直位居白酒之首,为了总结提高汾酒生产经验,周恩来总理“钦点”时任轻工业部科学研究院发酵研究所所长的秦含章,主持这场意义非常的汾酒试点。

秦含章从20世纪60年代起就多次深入汾酒厂,对汾酒传统生产技艺进行了科学研究总结,“汾酒试点”为“汾酒标准”和“清香类型白酒技术研究”奠定了坚实的技术基础,开创了汾酒酿酒史上应用科学理论指导传统工艺的先河。

试点期间,秦含章带领的科研人员深入汾酒车间,用现代科学方法全面研究汾酒,从原料、制曲、配料、发酵、蒸馏、贮存、勾调等工艺流程,到检测方法,对汾酒生产各环节进行全方位研究论证,建立了一套比较完整的化学检测方法,对汾酒酿造微生物进行分离、筛选,鉴定了有关的重要菌株。

也是通过本次试点,汾酒的主体香被确定为乙乙酸乙酯的复合香,使其质量指标逐渐做到定型化,汾酒清香得以更上一层楼。

后来,“汾酒试点”总结整理的文字材料一千多万字,为清香类型白酒技术发展奠定了坚实的基础,让清香型白酒从

根据艾媒咨询数据,从2010年到2021年中国休闲食品行业市场规模从4100亿元持续增长至11562亿元,估计2022年增速达7.2%,市场范围达12391亿元。在庞大的休闲食品中,散称食品以其取量方便、购买便捷等优势占据了一席之地,如糖果类的徐福记、炒货类的甘源、果冻类的喜之郎、面包类的豪士等,均是通过散称方式,打下了一片天地。而在这样庞大的散称市场中,预包装散称却仍是一片空白,尚未有代表性品牌形成,仍然有着极大的市场空间。

近日,入局坚果行业十年、沉淀出敏锐嗅觉的三只松鼠,积极入局这一空白地带。根据三只松鼠官方公众号发布的信息,“热榜零食”专柜以三只松鼠品牌IP化形象吸引顾客临柜,带来全新的交互体验,此举能够很好地借助三只松鼠的品牌优势,在空白的坚果预包装散称市场快速打造出三只松鼠的独有阵地。

作为2022年三只松鼠的重点项目之一,“热榜零食”专柜项目产品首批精选7大品类、50款SKU,兼顾产品品质与性价比,将三只松鼠的品牌优势、供应链优势、生产优势等完美结合,将于2022年6月正式上线。而为了适应坚果类产品目前的强季节性和年节性的消费属性特征,三只松鼠散称“热榜零食”专柜除核心小包装坚果产品外,还引入零食类目产品,满足一年四季的消费场景需求,全面覆盖消费者在不同季节时段的喜好选择。

同时作为线上崛起的零食巨头,三只松鼠能够依据消费者偏好/90天复购率/过往销量等多维度进行数据对比,展开差异化选品,从而将线上热销产品快速带到线下,真正实现线上线下的信息流转互通并创造价值。通过数据化选品,快速掌握散称零食潮流变化,完成终端产品的快速迭代,满足消费者对散称零食潮流的追捧。

在庞大数据资源的支撑下,三只松鼠“热榜零食”专柜的首批零食类选品均为年销千万以上的热榜产品,热度、销量兼顾,为终端的高动销提供了最佳的保障。

自2012年开启互联网坚果的消费趋势以来,三只松鼠目前已稳固了线上坚果市场的龙头地位,并于去年推出分销专供系列产品并高调宣布进军线下分销之后,三只松鼠已经完成了线上线下并行的转变。

也正是因此,三只松鼠此次启动散称专柜的行动,无论是对市场、消费者,还是三只松鼠来说,都是开启坚果小包装品类新市场的开创性动作,亦将有可能改写行业格局,改变传统渠道博弈状况,进一步提升渠道效率,为消费者提供更多选择空间。

三只松鼠启动「热榜零食」散称专柜 或将改变传统渠道博弈

## 技术再出海 海信彩电基地在印尼投产

中国企业从品牌出海到技术出海迎来又一个突破。4月7日,位于印尼雅加达的彩电生产基地PT.GAS工厂举办了开工投产仪式,这意味着海信自主技术兴建的彩电基地在印尼正式投产。

该工厂是印尼最先进的彩电生产基地,拥有先进的液晶模组生产线和彩电整机生产线,年产能近60万台,主要生产32英寸至75英寸的海信和东芝品牌电视产品,满足海信在印尼市场的本土化生产和经营的需求。

据悉,该工厂由海信提供技术和标准支持,并由海信派遣工程师现场指导建设完成。以自主技术兴建海外工厂,意味着海信从品牌出海到技术出海的又一个突破。

在今年刚刚过去的第一季度,海信



印尼公司电视销量同比增长92%,预计到今年年底实现销量增幅翻一番。随着电视工厂投产和市场基础的不断完善,未来三年海信在印尼市场将继续保持高速增长态势,预计到2024年,海信电视在印尼市场的销量将突破60万台,成为当地市场第一梯队的品牌。(文 喻)

浪汾”“北汾”等,有的甚至直接以“汾酒”命名,如“红星汾酒”“玉泉汾酒”“冰城汾酒”“荆江汾酒”等,仿佛酒名不加上一个“汾”字就显不出这是好酒。

“奠基者”是因为汾酒具备始终如一

的专注精神。

2021年,在汾酒全球经销商大会上,袁清茂首次提出了“四个专注”,为汾酒如何继续实现高质量发展指明了清晰的路径和方向。

专注产品,实则是专注消费需求,只有市场满意、消费者认可,才是判断产品质量的唯一评判标准。

当前,汾酒坚持“抓青花,强腰部,稳玻汾”的综合产品策略。自2020年导入青花30复兴版,成功占位高端市场以来,汾酒通过推出青花40等形象产品拉升品牌高度,青花30及以上产品的价格牵引,实现青花20快速放量,调价稳步抬升。

“奠基者”是因为汾酒有不断革新、改革向前的奋斗精神。

从百年近代产业发展史来看,身处其中的汾酒,是中国民族工业由孱弱走向强大,由落后走向先进,并不断革新的见证者、推动者、领航者,其中尤以1915年荣获巴拿马万国博览会甲等大奖章为标志性事件。

万国博览会之后,汾酒事业名声大噪,经营业绩剧增,成为民国时期酒业霸主。这期间,汾酒创造了中国白酒史上的很多个第一:第一个形成白酒品牌体系,成立了第一家股份制酿酒企业、中国白酒业的第一位职业经理人,注册了白酒业第一枚商标等,汾酒成为中国千年白酒史上的“老大”,人称“汾老大”。

如今,作为省属国企的汾酒,也进入了“改革的第三阶段”,开始面临新的挑战

和更大的机遇。

对此,袁清茂认为,当前汾酒要继续当好国企改革的领头羊、行业发展的排头兵,全面深化改革提质增效,为山西产业转型升级创新发展作出应有的贡献。“这既是省委省政府对汾酒的殷殷之托,也是汾酒走向

奋进的必由之路。”