

安徽省灵璧县举行农产品电商直播大赛

本报讯(记者 许永军 口 胡兴敏)近年来,安徽省灵璧县立足本地丰富农产品优势,积极培育电商直播人才,发展直播经济,走出了直播电商助力乡村振兴的一条新路。

8月14日,灵璧县农产品电商直播大赛启动仪式在美丽的奇石文化园如期举行,这已是灵璧县第四届电商直播大赛。本次大赛由灵璧县商务局主办,安徽润圣文化科技集团有限公司、安徽广播电视台 AHS-SPACE 基地具体承办;灵璧县农业农村局、灵璧县乡村振兴局、灵璧县人力资源和社会保障局、灵璧县文化和旅游局、灵璧县电子商务公共服务中心、灵璧县电商协会等单位协办。

本次灵璧县农产品电商直播大赛主要是更好服务群众、满足人民美好生活需要,进一步营造电商助农的良好社会氛围,深入挖掘直播电商促消费潜力,全力打造电商服务新模式,促进灵璧县电商产业高质量发展。

灵璧一个有着悠久历史的文化古城,这里是奇石之乡、钟馗故里、核下之



战古战场,素有“奇石虞姬钟馗画,一奇一美一神,灵璧三宝甲天下”之美誉。灵璧县在交通区位、农业资源、网络建设、文化基础等方面具有很大的优势,“美石、好物、美景”初步形成。电商产业的发展,可以促进各个行业的经济增长,目前该县有超过两万人从事电商行业。

直播电商、短视频带货的兴起,为灵璧县提供了快速发展电商的契机,“短视频+直播”逐渐成为电子商务发展的主流模式和乡村振兴的重要抓手,能够为拓宽农产品上行渠道、打造消费新场景、丰富线上线下产销对接形式、带动扩大原产地农产品销售,为农民增收开拓新思路、提供新方法。

本次电商直播大赛共有来自全县镇村24个电商直播团队、70多名主播和运营人员参加,销售30多种农特产品,安徽卫视公众号进行了推介,大赛组织有序,选手们赛出了水平,展示了风采。全体工作人员全力合作,加班加点,严守大赛规则,保证了大赛的公开、公平、公正。经过激烈角逐,安徽绿信现代农业发展有限公司团队获得一等奖,一枚土鸡蛋、老五石坊团队分别获得二等奖,强子、申氏无花果亲子农场、优级酒庄等团队分别获得三等奖,励志母子团队获得鼓励奖,另有三支队伍获得最佳人气奖。

这次电商直播大赛,仅参赛选手的视频播放量就达到25万次。大赛的成功举办,宣传推介了大美灵璧,展现“魅力灵璧”的风采,促进灵璧特色农产品销售和灵璧县文化交流,挖掘灵璧本地电子商务优秀人才和企业,为该县电商人才的培养,电商产品打造提供了平台,拓宽优质产品销售渠道,增强企业可持续发展动力,带动群众就业增收,具有非常重要的意义。



全品类业务全面领跑 伊利中报营收净利逆势双增

2023年上半年,在依然充满挑战的大环境下,亚洲乳业龙头伊利股份仍以极大战略定力坚持开拓创新,引领乳业高质量发展。

8月28日,伊利股份发布中报显示,上半年,公司营业总收入同比增长4.31%,达661.97亿元,净利润同比增长2.85%,达63.14亿元,再创新亚洲新高。

以穿越周期的稳步发展,伊利不仅成为疫情三年唯一一家营收、净利保持稳健双增长的综合型规模乳企,实现连续三十年增长,也是唯一稳居全球乳业第一阵营的中国乳企。而在2023年Brand Finance全球最具价值乳品品牌10强榜单中,伊利品牌价值同比大增17%,连续四年位居全球乳业第一,显示了中国乳业品牌蓬勃向上的价值活力。

奶粉、冷饮新增长引擎加速驱动 液奶规模和市场份额稳居第一

从业务类项来看,伊利均衡的结构优势持续释放,全品类业务全面领跑行业。

近年来表现出色的奶粉、冷饮业务,增长飞轮加速转动,正在成为伊利业绩增长新的驱动板块,作为基本盘业务,液奶保持稳健发展,规模和市场份额稳居第一。

凭借“人无我有、人有我优”的战略布局,奶粉业务不仅成为拉动伊利业绩增长的第二曲线,更是成为伊利布局未来的重要战略支点。

报告期,奶粉及奶制品业务实现营业收入135.21亿元,同比增长12.01%。奶粉业务逆势增长,全品线增速远超行业,多个细分赛道增速持续第一。其中,成人奶粉业务稳居市场第一;婴幼儿配方奶粉业务增速持续行业第一;儿童奶粉保持份额、增速双第一。

而连续29年稳居全国第一的冷饮业务,也正在实现自身的二次飞跃,活力迸发,持续攀高。报告期内,冷饮业务营业收入91.58亿元,同比增长25.54%,增速远超行业水平,规模、市场

份额均位列细分市场第一。奶粉、冷饮新增长引擎加速驱动,液奶业务继续为伊利压舱“底盘”。

报告期,伊利液奶业务实现营业收入424.23亿元,规模、市场份额稳居行业第一。以金典有机为代表的高端白奶快速增长,持续引领有机市场;基础常温白奶继续下沉至县乡级市场,持续提升市场渗透率;酸奶第一品牌安慕希赢得更多消费者,市场份额扩大至65.9%。

全面创新注入增长活力 新品占比提升至15%

每一个获得市场投票认可的产品背后,既是消费趋势使然,更是伊利不断创新满足消费者需求的厚积薄发。

伊利通过全面提速产品与技术创新步伐,积极开拓健康食品业务新领域,推动业绩稳步增长。报告期,新品收入占比提升至15%,为伊利整体业务发展贡献更多增量空间。

通过前瞻性技术创新和不断的产品创新,超级单品安慕希的新品收入占比快速提升,其中安慕希零蔗糖系列新品“上市52天销售额即突破2亿”,原产地直采系列新品双位数增长。近日,安慕希打破强技术壁垒,发布全球首款常温活性益生菌酸奶,有望成为未来新的增长爆点。

基于独有儿童专属核心配方,伊利持续扩大儿童乳品领先优势,让QQ星产品具有更高竞争力和议价能力。报告期,QQ星儿童奶粉保持份额、增速双第一。

在婴幼儿奶粉上,伊利在奶源、工艺和技术等领域不断升级,通过持续改进产品配方,进一步夯实婴幼儿配方奶粉的品牌优势。报告期,伊利推出新一代配方的婴幼儿奶粉,市场零售额份额提升至13.6%。

成人营养品领域,伊利围绕消费者健康诉求,以“营养+功能”为突破点,加快创新步伐。报告期,伊利“轻慕”红参焕活配方奶粉上市,成为目标人群的定制营养品,取得了超预期的市场热度。

报告期,成人奶粉市场零售额份额提升至23.8%,稳居市场第一,整体销售额增速快于行业。未来,伊利将持续锚定在血糖、血脂、骨骼健康、免疫力、睡眠、消化以及美容等消费人群需求特别显著的赛道上,引



领功能性产品的创新,持续扩大领先优势。

面对激烈的市场竞争,冷饮产品以技术创新为根本,不断推陈出新,优化产品结构,新品业务收入占比超20%。上半年,7只新品即贡献近10亿元收入,其中甄稀茉莉流心销售额突破2亿元。报告期,中国冰品第一品牌巧乐兹保持双位数高速增长,销售额突破41亿元,市场渗透力、市场份额均位列行业第一。

而在乳铁蛋白、中国专利益生菌、控糖等核心技术实现多点突破后,伊利正全力抢占“大健康”黄金赛道,将迎来更高质量的增长空间。

大力提升整体经营效率 全链数智化塑造乳业未来

技术和产品创新打底,全链数智化管理创新提速。

报告期,伊利继续加快将数智化创新融入全产业链“毛细血管”,大力提升经营管理效率。

在上游,建设了全球智能化程度领先的智慧牧场,全程无人工干预,不仅可以实现牧场管理的标准化、规范化,还大大提升了整体运营效率。

在中游,打造智能工厂,通过数智化赋能,全面提升生产力。以伊利现代智慧健康谷的液态奶全球智造标杆基地为例,液奶基地灌装生产效率提升近2倍,是全球灌装速度最快、自动化和智能化水平最高的灌装生产线。

在下游,推动“全域、全场景、全生命周期”的消费者数智化运营。搭建了覆盖400多个数据源的大数据雷达,开发了智能洞察系统,彻底改变了传统的

消费者洞察方式,平均用3.5天就可以完成市场洞察,还能实现与1.5亿消费者在线协同共创新品。

报告期,伊利还通过数智化应用,进一步强化全渠道的精细化管理,提高渠道运营效率,促进业务持续增长。尼尔森与星图第三方市场调研数据显示:上半年,在主要电商平台,公司液态乳品销量同比增长30%;冷饮新零售及线上业务同比增长超50%;在线上、线下渠道,伊利液态乳品零售额市场份额均位列第一。

推动全产业链数智化转型以来,伊利端到端的产品创新周期缩短了20%,间接采购效率提升了40%,采购成本对比市场下降了10%,整体采购成本对比行业市场一直保持5%到7%左右的优势。

此外,伊利针对内外部经营环境变化特点,继续完善、优化全球供应链网络布局,公司在海外市场的销售规模持续扩大,国际化业务收入继续保持双位数增长。

显而易见,全面创新和全链数智化的“双核”驱动,不仅为伊利业绩增长打开新的空间,也在为行业高质量发展注入新动能。

同时,伊利始终坚持可持续发展理念,报告期,凭借在ESG方面的优异表现,在MSCI最新ESG评级结果中达到A级,为A股乳业上市公司最高评级。

步入下半年,随着促消费“政策组合拳”发力,伊利将迎机遇全力出击,引领中国乳业做大高质量发展蛋糕,坚定迈向“全球乳业第一、健康食品五强”的战略目标。

(伊文)

「不同贮存环境对清香型白酒品质影响的研究」项目启动会召开

8月18日,由中国酒业协会主办,山西杏花村汾酒集团有限责任公司承办的“169计划——汾酒年份酒及陈年酒品鉴会暨‘不同贮存环境对清香型白酒品质影响的研究’项目启动会”项目启动会召开。

全国酿酒标准化技术委员会主任、中国酒业协会理事长宋书玉,北京工商大学原校长、工程院院士、国酒研究院院长孙宝国,江南大学原副校长、美国化学学会农业与食品化学部院士徐岩,中国酒业协会秘书长何勇,中国酒业协会副秘书长杜小威,贵州茅台集团总经理助理、中国酿酒大师钟方达,江苏洋河股份有限公司总工程师、中国酿酒大师张宿义,陕西酒业协会会长、西凤酒股份公司原总经理、中国酿酒大师贾智勇,江苏今世缘股份公司副董事长、副总经理、总工程师、中国酿酒大师吴建峰,劲牌公司副总裁、国家级评酒委员杨强,五粮液集团五零六车间主任兼酒体设计中心主任、中国酿酒大师曹鸿英,四川郎酒股份公司总工程师、国家级白酒评委程伟,安徽古井贡股份有限公司酒体设计中心主任、国家级白酒评委王玉良,河北衡水老白干公司科研所所长、国家首席评酒师李泽霞,汾酒党委书记、董事长袁清茂,汾酒集团党委委员、副总经理刘卫华,部分汾酒股份公司高管等协会、酒企、经销商、收藏家、文化代表出席本次活动。

袁清茂代表汾酒集团对中国酒业协会的关心指导、业界专家的倾心帮助、各兄弟企业的大力支持表示感谢。他从第一届全国评酒会的标准以及中国微生物领域的奠基人、最早对白酒展开研究的中科院院士方心芳先生对汾酒的评价出发,对“什么是好酒?清香白酒到底适不适合长期陈酿?陈酿清香到底好还是不好?”三个问题进行了阐述。

袁清茂表示,汾酒能够连续蝉联五届国家名酒,足以证明汾酒工艺优良、品质过硬,经得起长期历史检验,被消费者广泛接受。汾酒有着陈酿的规矩和习惯,规模可观的陈酿原酒,是可持续发展、高质量发展的底气。酿好酒、储老酒、售美酒,是汾酒的品质路线,极致酿造,诚信天下,是汾酒的不懈追求,汾酒将拿出更好的产品奉献给这个时代。

汾酒股份总工程师韩英,中国酒业协会白酒技术创新战略发展工作委员会秘书长王旭亮,江南大学原副校长徐岩,中国工程院院士孙宝国分别做主题分享。

韩英以《汾酒贮存与成分分析》为题,介绍了白酒贮存和成分分析方面近70年来发展历程,并从标准迭代、各阶段研究成果、研究方向,对汾酒贮存进行了深入分析。她表示,汾酒将以科技为驱,以科技为轮,在品质提升、产业升级、产业链的延伸方面精雕细琢,坚持走酿好酒、储老酒、售美酒的品质路线,努力在品质表达、消费者感知、产品价值的挖掘方面,树立行业标杆和榜样。

王旭亮介绍了《不同贮存环境对清香型白酒品质影响的研究》项目规划,项目将从贮存给中国白酒带来的影响和变化、更具有贮存价值及评判依据的原酒、最适宜中国白酒的贮存容器与贮存条件、中国白酒陈香物质或物系的结构或组成、中国白酒贮存陈酿机理等方面进行中国白酒贮存科技创新研究。

徐岩作了《清香型汾酒风味特征及贮存老熟关键风味研究进展》报告,展示了汾酒集团与江南大学科研合作历程与成果,并表示,清香型白酒作为我国白酒的典型代表,其风味具有显著的复杂性特征,需要持续的科学研究才能揭示清香型白酒风味之美。贮存老熟是提升中国白酒品质的重要环节,清香型白酒贮存老熟过程中风味特征发生着显著变化,陈年清香型白酒有着其独具魅力的风味特征。

孙宝国作了《白酒风味与健康》项目报告,对中国白酒国际化道路提出建设性意见,并介绍了项目情况,未来将通过四个方面的新技术全方位解析青花汾酒的量效,建立更科学的品质表达体系,探寻汾酒贮存风味与健康导向。启动仪式上,宋书玉、袁清茂等领导及学者共同按下启动按钮,大家共同见证了“不同贮存环境对清香型白酒品质影响的研究”项目的正式启动。

在陈酿汾酒品鉴环节,专家组对1972年、1984年、1995年、2007年、2012年汾酒陶坛贮存原酒进行了专业品鉴,并形成评鉴意见:随着贮存年份的增加,清亮透明,清香优雅,果仁香、烤麦香舒适,酒体醇厚丰满,细腻圆润,回味香甜悠长,空杯留香持久,具有独特的陈酿汾酒风格;对1985年、1995年、2005年、2015年汾酒陈年酒进行了专业品鉴,并形成评鉴意见:随着贮存时间的增加,清亮透明,清香馥郁,蜜香、果仁香幽雅,酒体醇厚绵甜,丰满细腻、协调爽净、回味悠长、空杯留香,具有独特的陈年汾酒风格。

刘卫华致答谢词,他表示,今天启动的贮存项目,不仅将形成清香型白酒贮存“秘诀”,也将通过行业共同努力,全面升级中国白酒贮存理论与实践,用更高品质为中国白酒价值赋能。在未来,汾酒将充分发挥清香型白酒龙头引领作用,推动整个白酒行业走向更高质量、更优进程,让中国白酒的发展更有方向和力量,在世界烈酒中树立中国白酒的独特地位。同时,汾酒将与各位专家携手并进,守正创新,充分发挥各方优势,优化白酒工艺研究,不断开创中国白酒高质量发展新局面,为白酒产业构筑更广阔的天地贡献力量。

宋书玉在发言中表示,中国白酒的价值,尤其是陈酒的价值,唯有时间可以孕育。此次启动会是继2007年“中国白酒169计划”之后,关于中国白酒贮存研究再出发的一次会议。他从研究必要性、价值表达以及精神文化层面对陈年酒进行了解析,从“中国白酒是混合物”、“时间为中国白酒分子结构带来变化”、“储存过程有新物质产生”、“贮存工艺”、“贮存发生了什么变化”、“风味物质的变化量之间的关系”、“感官感觉的对比分析”七个层面深刻剖析如何实现酒是陈的香这一中国白酒命题,站在历史发展的脉络与时代的尖端引发了酒类从业者的思考。

会后,宋书玉与刘卫华还为“汾酒贮存项目研究基地”进行了揭牌,与会嘉宾还前往“汾酒贮存项目研究基地”专库等地实地了解了汾酒陈酿贮存情况。(丁新伟)

