

面对市场竞争 把握变与不变 续写精彩故事

老字号饮品 喝出夏日回忆

本报记者 李 刚 张丹华 辛 阳

讲述·老字号新生态

核心阅读

入夏以来,气温升高,不少老字号饮品再次成为人们消暑的“最爱”。老字号饮品不仅有着清爽的口感,更承载着美好的记忆。面对激烈的市场竞争,它们审时度势,在变与不变中探索突破,演绎着属于自己的品牌故事。

“砰”地开一瓶八王寺,喝上一大口,那叫个透心凉!”说起八王寺汽水,沈阳市董肇华打开了话匣子。“果子蜜味、荔枝味、大白梨味,现在市面上的八王寺,价格亲民味儿还正。不过我最喜欢的还是盐汽水,有种小时候的味道。”

如果说每座城市都有自己独特的饮食风味,那么让沈阳人念念不忘的就有八王寺汽水的沁人甘甜。而对西安人来说,这个味道可能是冰峰汽水,对广州人来说,可能是王老吉凉茶……消夏避暑,饮品少不了。老字号饮品带来唇齿间的清爽,也记录了一段段与夏日有关的美好时光。如今,许多老字号饮品通过坚守与创新,不断开拓市场,让更多人共享这份清凉与惬意。

是选择,也是习惯

老字号饮料品牌各有各的魅力,经过岁月的淘洗更显珍贵

傍晚时分,在北京工作的陕西“90后”小伙儿孙浩走进一家陕西风味餐厅。酸香鲜辣的凉皮,满口留香的肉夹馍,清冽爽口的冰峰汽水,“这就是我们说的‘三秦套餐’,能在北京吃到家乡的小吃,喝到家乡的汽水,真好!”孙浩告诉记者。

甜甜的橙子味,200毫升的玻璃瓶,和其他市面上五颜六色、造型各异的饮料产品相比,似乎并不起眼。然而,冰峰汽水日销量一直保

持在50万到70万瓶之间。冰峰为啥一直畅销?

孙浩说:“我觉得最重要的是它的橙子口味儿。吃着陕西的特色饮食,喝口冰峰,哇,真是解腻。”西安冰峰饮料有限责任公司总经理陈卫平告诉记者,不少西安人反映,吃肉夹馍时喝其他饮料会越喝越渴,但喝冰峰却特别爽口。

冰峰汽水1953年诞生于西安市食品厂,2006年独立出来,成立了西安冰峰饮料有限责任公司。和它相比,王老吉算是老字号饮品界的“老大哥”了。从1828年在广州十三行街边第一家凉茶铺售卖的水碗凉茶,到1840年发明方便携带的凉茶粉、凉茶包,再到广州中药九厂的凉茶颗粒,直至时下最常见的盒装罐装凉茶,王老吉已走过了190年岁月。

“口舌生疮喝凉茶,咽喉肿痛喝凉茶,就连熬夜看球,夫妻拌嘴,邻居都会劝你喝碗凉茶。凉茶已经成为岭南文化的一部分。”广州王老吉大健康产业有限公司总经理翁少全说,老字号不仅是人们的消费选择,更是一种生活习惯。

要坚守,也要改变

要打好“情感牌”,新老产品互补才能更好传承

“有那么十来年,八王寺汽水好像一下子‘人间蒸发’了。”董肇华说。他不了解的是,八王寺汽水重生的背后,是一段国产饮料品牌抵挡国外品牌收购的斗争史。

上世纪90年代初,国内的饮料市场逐渐被外资品牌占据,两个国外可乐品牌一举收购了当时国内最著名的七大饮料品牌。“十年间好几个老字号品牌都被雪藏了。”辽宁省社科院副研究员王焯说。

经过艰苦的努力,沈阳八王寺饮料有限公司董事长李秀实拿回了商标,保住了这一诞生于1920年的老品牌。“要想重振民族品牌,当时我们认为应该首先定位在喝八王寺汽水长大的群体。我们的做法就是‘打情感牌’。”李秀实说,八王寺饮品曾是东北三省最大的饮料生产厂之一,为了唤起东北人的共同记忆,业务员们带着产品走到人群中,首先将突破口选在郊区和农村,从一个个小商店开始推广。

对于“打情感牌”的策略,冰峰也

深有体会。陈卫平说:“2003年,我们尝试过用塑料瓶代替玻璃瓶,没想到消费者并不认可,产品卖不出去,换回玻璃瓶后,销量又回来了。”

“冰峰一直坚持老产品带动新产品、新产品丰富老产品的理念。”陈卫平说,经过了一番试错,冰峰除了保住瓶装橙味汽水这个标志性产品之外,还陆续推出了易拉罐冰峰汽水、罐装酸梅汤饮料等,以适应当下更加多元化的市场环境。

“老字号要坚守,但不能老气横秋。”翁少全认为,不论是茶包、茶颗粒还是茶饮料,王老吉始终围绕凉茶这个核心产品做文章。尤其是上世纪90年代,面对国内饮料市场的新形势,王老吉首创盒装和罐装凉茶,将粗苦黑的中药颗粒变成现代化的清凉饮品。“传统的广东凉茶颗粒,一年卖两亿元;而现在作为饮料的王老吉凉茶,一年销售额突破200亿元。”

做产品,也做文化

挖掘底蕴,创新营销,助推老字号走得更远

“说起饮料,并非只要是老品牌就能让人印象深刻,名声响的老字号一定有其独特的底蕴,并与人们的消费习惯紧密相连。”李秀实说。和八王寺深耕东北市场一样,冰峰的立足点也是其地域属性。从西安人“从小就喝它”到“这个味儿很西安”,冰峰根植于地方文化的用意在其广告语中可见一斑。

而随着互联网时代的到来,从地方走向全国比以往似乎更容易。

编辑手记

唤醒舌尖上的记忆

宋 宇

面对激烈的市场竞争和多样的消费选择,如何权衡传承与创新,一直是老字号面临的重要课题。冰峰改变包装却遭市场冷遇,八王寺被收购导致失去话语权,王老吉坚持围绕凉茶做文章……这些经历和故事或许能给众多老字号品牌提供一些参考和启示。

紧跟社会潮流固然重要,但创新

2012年,冰峰搭建了传统渠道与电子商务相结合的营销平台,微博、微信、微店等互联网平台也成为冰峰触达消费者的重要渠道,推动品牌全国化战略。去年,冰峰接连推出几组限量版产品,收到了良好的市场反响。

老字号品牌也顺应个性化、定制化的发展趋势。去年冰峰与知名手游合作,罐身喷绘定制,还提供定制版冰峰礼包,让不少游戏玩家心动不已。王老吉也把罐身与综艺、游戏、电影等年轻人喜爱的IP进行结合,推出吉祥罐、态度罐、武侠罐等各种时尚包装;还可以一罐一码单独定制,在罐身上喷绘个性文字,赢得了年轻消费者的喜爱。

不过,最令人们意外的是,王老吉近年尝试回归线下实体店,重拾“凉茶铺”文化。在广州花城汇、天河又一城等地,古色古香又极富青春活力的现泡凉茶实体店“1828王老吉”陆续开业,传统饮品品牌现身时尚的现调饮品市场,门前时常排起长队。

目前,王老吉已打将入欧美市场提升日程,为老字号饮品走出去蹚出一条路。“怕上火,喝王老吉”,外国人知道什么是上火吗?翁少全说,很多人提出这样的疑问,但王老吉认为,他们推广的不仅是中国凉茶,而是以此为载体,推广中国人的文化和生活方式,“不妨就从什么是‘怕上火’讲起。”

“我们希望,中国的老字号饮品也能像外国的可乐一样风靡全球,让全世界都品尝到中国的味道。”翁少全说。

各地区各部门各单位党组织主要负责同志,要切实扛起“第一责任人”职责,以身作则、靠前指挥,主持召开会议、亲自审定方案,切实加强主题教育组织领导与协调指导。

这是起而行之的落实效率——在中央召开主题教育工作会议之前,上海、海南等许多地方和单位就早准备、早起步,提前谋划主题教育实施方案。

工作会议结束后,各地区各部门各单位雷厉风行、闻声而动,随即成立领导小组及其办公室、制定工作方案、召开部署会议。目前,31个省市区以及新疆生产建设兵团、中央和国家机关、人民团体等116家单位,68家中国管金融企业和中管企业均已启动主题教育。

根据中央统一部署,34个中央督导组奔赴开展主题教育的单位,以良好的精神状态迅速投入工作。

6月5日,中央督导组培训会议在京召开,进行思想动员和业务培训。督导组坚持先学一步、学细一点、学深一点,及时传达中央精神,深入了解所联系单位的情况,认真审核主题教育实施方案,力求创新思路、突出重点,确保导在前面、督在实处、求得实效。

(上接第一版)到学习贯彻党的十九大精神研讨班、中央党校(国家行政学院)中青年干部培训班开班式上的重要讲话,习近平总书记率先垂范、谆谆寄语,为全党重温初心、感悟初心、践行初心作了最好的示范。

习近平总书记多次就谋划开展好主题教育作出重要指示批示。5月13日,他主持召开中共中央政治局会议,专门对主题教育进行研究部署,提出明确要求。

5月20日至22日,在江西考察时,习近平总书记特地来到红军长征出发地于都,追忆峥嵘岁月、缅怀革命先烈,强调要继续高举革命的旗帜,弘扬伟大的长征精神,朝着中华民族伟大复兴的目标奋勇前进;并在主持召开推动中部地区崛起工作座谈会上,再次就开展好主题教育提出要求。

行程万里,初心不忘。今年是中国共产党成立70周年,也是我们党在全国执政第七十个年头,在这个时刻开展这次主题教育,正当其时。

习近平总书记在这次主题教育工作会议上的重要讲话,犹如出征的号令,拉开主题教育的大幕,全党上下立即行动起来。第一批开展单位党组织迅速召开党委、党组(扩大)会议、党委常委会会议、理论学习中心组学习会议等,传达学习习近平总书记重要讲话和工作会议精神。

大家一致认为,开展“不忘初心、牢记使命”主题教育,是以习近平总书记为核心的党中央统揽伟大斗争、伟大工程、伟大事业、伟大梦想作出的重大部署,表明了我们党不忘初心的决心和战略考量。

大家一致表示,要以高度的政治自觉、严肃的政治态度、饱满的政治热情投身主题教育,进一步增强“四个意识”、坚定“四个自信”,做到“两个维护”,把开展主题教育作为一项重大政治任务抓紧抓好。

这是从我做起的主动担当——全国人大常委会机关、国务院机关、全国政协机关等第一时间对传达学习和贯彻落实作出具体安排;中央纪委国家监委机关、中央办公厅、中央组织部、中央宣传部、中央政法委员会、中央改革办等迅速召开启动部署会,对主题教育进行细致部署;中央政法委、中央财办、中央外办等紧扣自身肩负的政治任务,制定主题教育实施方案。

各地区各部门各单位党组织主要负责同志,要切实扛起“第一责任人”职责,以身作则、靠前指挥,主持召开会议、亲自审定方案,切实加强主题教育组织领导与协调指导。

这是起而行之的落实效率——在中央召开主题教育工作会议之前,上海、海南等许多地方和单位就早准备、早起步,提前谋划主题教育实施方案。

工作会议结束后,各地区各部门各单位雷厉风行、闻声而动,随即成立领导小组及其办公室、制定工作方案、召开部署会议。目前,31个省市区以及新疆生产建设兵团、中央和国家机关、人民团体等116家单位,68家中国管金融企业和中管企业均已启动主题教育。

根据中央统一部署,34个中央督导组奔赴开展主题教育的单位,以良好的精神状态迅速投入工作。

6月5日,中央督导组培训会议在京召开,进行思想动员和业务培训。督导组坚持先学一步、学细一点、学深一点,及时传达中央精神,深入了解所联系单位的情况,认真审核主题教育实施方案,力求创新思路、突出重点,确保导在前面、督在实处、求得实效。

围绕中心 服务大局

不忘初心,方能砥砺前行;践行使命,努力再创新辉煌。做好结合大文章,坚持把开展主题教育与党中央部署正在做的事情相结合,与本部门本地区本单位的中心工作相结合——北京坚持首善标准,要求全市广大党员干部更加奋发有为地推动首都新发展;广东强调真抓实干,全力推进粤港澳大湾区建设等重点任务;最高法明确要把开展主题教育和完成审判执行任务结合起来;中央党校(国家行政学院)提出根据主题教育的总体要求安排相应教学课程,对在校学习的领导干部主题教育做出统筹安排;中国人民银行把开展主题教育同做好当前金融改革发展稳定各项工作结合起来。

国务院国资委明确要求委管国有企业党委进一步提高政治站位,推动习近平新时代中国特色社会主义思想在中央企业大学习大普及大落实,确保党中央的重大决策部署在中央企业落地生根;中国建设银行、中国一重、中铝集团、中铝集团等紧紧围绕深入学习贯彻习近平总书记对民营企业本领域重要批示指示精神,以开展主题教育为契机,引导全体党员干部锐意进取、积极作为;中国华电、中国商飞、招商局、农发行等自觉把开展主题教育的过程,作为深入学习贯彻新发展理念的过程,同推动企业改革发展紧密结合。

一心为民践宗旨,不断满足人民对美好生活的向往——甘肃强调要把主题教育的成效体现在打赢脱贫攻坚战场上;教育部提出要坚持“教育报国守初心”,牢记为民服务宗旨;国家卫生健康委强调要在为民服务解难题上出实招,着力解决一些人民群众看病就医、防病治病的操心事、烦心事、揪心事;民政部表示要进一步推进民政事业创新发展,不断增强广大民

书叫刘云秀,五十出头。虽然只有初中文化,但她明白一个理:整洁的环境,能提升致富奔小康的精气神。要想日子富,产业来相助。下寨岗加大土地流转力度,引进订单农业,种植茄子、黄瓜、洋葱等经济作物,富余劳动力都在产业基地务工。目前,村里31个贫困户,141名贫困人口已全部脱贫。此外,下寨岗还制定“村规民约”,有效遏制了红白喜事大操大办、铺张浪费等现象,促进乡风文明。

政服务对象的获得感、幸福感、安全感;国家市场监督管理总局提出要着力树立消费者至上理念,在消费者权益保护上要有新作为。

勇于担当作为,自觉服务党和国家工作大局——

外交部表示要以更加昂扬的精神状态,切实肩负起推进新时代中国特色大国外交的重大使命;公安部把开展主题教育同深入推进“践行新使命、忠诚保大庆”实践活动结合起来;商务部确定了“稳外贸、稳外资、促消费大调研”“新时代商务领域风险对策研究”等10个重点调研选题;中国贸促会、中国侨联等群团组织表示要把开展主题教育与服务国家改革开放大局结合起来,凝聚起海内外中华儿女同心共筑中国梦的力量。

立足实际 守正创新

6月3日上午,河北在平山县西柏坡召开动员部署会议,向“五大书记塑像”敬献花篮,在七届二中全会旧址前重温入党誓词,用这样的方式启动全省主题教育。

各地区各部门各单位立足实际,创造性开展主题教育,努力取得最好成效。——创新理论学习方式方法,做到学深悟透、真学真信。

新疆提出要推动全区各族党员干部来一次理论大学习,推动学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想往深里走、往心里走、往实里走;中央和国家机关工委提出建立工委理论

学习中心组、理论学习大讲堂、各部门(单位)党组、青年理论学习小组、党员个人“五学联动”机制;

中央统战部提出开展领导干部讲党课、知识竞赛、青年干部经验交流会、理论征文等活动;

应急管理部将习近平总书记关于安全生产、防灾减灾救灾、应急救援等方面重要论述作为学习重点,确定7月份为“专题党课月”。

——传承红色基因,从革命传统中汲取继续前进的精神滋养。

重庆组织党员干部参观红岩革命历史博物馆、周公馆、渣滓洞、白公馆等地,重温“狱中八条”,弘扬“红岩精神”;江西组织党员干部来到瑞金、于都,在红军长征故事中感悟革命理想信念;浙江明确提出要把主题教育开展得有“红船味”“浙江味”。

文化和旅游部将充分利用部系统红色文物、红色典籍、红色经典剧目、红色旅游等特色资源和优势条件开展主题教育;中核集团号召广大党员干部大力弘扬“两弹一星”精神、“四个一切”的核工业精神;中国兵器工业集团号召广大党员干部牢记“把一切献给党”的人民兵工精神。

——发挥先进典型示范引领作用,做到学有榜样、行有方向。

湖北开展“学习英雄张富清、坚守初心担使命”活动,对照初心找差距、回顾反思强党性;福建深化向廖俊波同志学习等活动,扑下身子办实事、撸起袖子加油干;江苏组织广大党员干部学习王继才,开展“初心是什么、使命干什么、奋斗比什么”专题讨论;河南将组建“精神的传承——河南先进模范事迹巡回宣讲团”,开展全省巡回宣讲。

问题导向 务求实效

开展主题教育是为了解决问题,衡量主题教育成效的关键在问题解决得怎么样。

刀刃向内找问题,有的放矢抓整改,坚持把“改”字贯穿始终,进行集中整治——天津把整治码头文化、圈子文化、好人主义等纳入专项整治任务;

山东坚持从一开始就改起来,在省级层面确定9项整治任务;

陕西巩固拓展秦岭北麓西安境内别墅问题专项整治成效,为深化主题教育打好基础;青海把党员信仰宗教和参与宗教活动、违规违纪发展党员等问题列入专项整治。

从严从实,坚决破除形式主义、官僚主义问题——

最高检把力戒形式主义、官僚主义为基层减负工作作为重点内容,提前做好相关准备;

山西准备在全省开展整治形式主义、官僚主义专项行动;

国务院扶贫办深入查找脱贫攻坚中的形式主义、官僚主义突出问题。

出实招硬招,坚持以民尽责、为民谋利的实际成效取信于民——

国家发展改革委明确要聚焦群众最关心最现实的利益问题,把症结分析透,解决好降费用、扶贫、就业、价格等方面的问题;

生态环境部提出要持续强化监督,督促帮扶地方政府推进生态环境保护工作,对接支持企业污染治理需求,切实解决老百姓反映强烈的生态环境问题;

农业农村部要求把主题教育同做好“三农”工作结合起来,积极推进农村人居环境整治等工作;

江西号召工作在这片红土地上的每一位党员干部,以强烈的责任感、使命感让老区人民过上更加幸福美好的生活,以更好的成绩告慰革命先烈。

……

以百姓心为心,是党的初心,也是党的恒心。随着主题教育的深入开展,广大党员干部必将在思想的再洗礼、初心的再觉醒、使命的再升华、忠诚的再淬炼中,迸发出奋进新时代的磅礴力量。

(新华社北京6月12日电)

亮相上海 智能小巴

6月11日,红旗“N度空间”无人智能小巴在上海举办的亚洲电子消费展上首次亮相,吸引了参观者的目光。

据了解,红旗“N度空间”无人智能小巴是一款L4级智能驾驶观光车,融合了红旗的智能自动驾驶、语音交互、智能机器人、全新制动系统等创新技术,并具有视听嗅触知“五觉”,乘客可在出行过程中体验购物、游戏、会议等N度多维出行服务,展现了未来最后5公里智慧出行的新理念。

龙 摄(影像中国)



本报长沙6月12日电(侯琳良、欧阳友忠)初夏,沿着清澈的东江,穿过林荫大道,仅十几分钟车程,一幅秀美的田园风景就呈现在人们眼前。这个美丽的村庄就是宁远县湾井镇下寨岗村。放眼望去,下寨岗村良田万亩,绿意盎然,村居错落有致,环境整治有序,一派生机勃勃的新农村景象。

近年来,宁远县科学部署、实施乡村振兴战略和村庄清洁行动,依托

湖南宁远以村容整治促乡村振兴——

小村庄 变了样

秀美的自然风光、厚重的文化底蕴,实施“景区带村”工程,开展乡村人居环境和村容整治等工作,涌现出下寨岗村等一批乡村振兴“先行军”。

而且群众的矛盾纠纷也少了,村里各项工作都创先争优,成了一面旗帜。”一位驻村干部感慨。“现在日子过得好了,环境也好,还有活干,这些都多亏有个好支书。”一位村民介绍说,村支

书叫刘云秀,五十出头。虽然只有初中文化,但她明白一个理:整洁的环境,能提升致富奔小康的精气神。要想日子富,产业来相助。下寨岗加大土地流转力度,引进订单农业,种植茄子、黄瓜、洋葱等经济作物,富余劳动力都在产业基地务工。目前,村里31个贫困户,141名贫困人口已全部脱贫。此外,下寨岗还制定“村规民约”,有效遏制了红白喜事大操大办、铺张浪费等现象,促进乡风文明。