



二胎时代 企业瞄准职场“背奶”妈

青年报 姜卓

在中国,随着全面二胎政策的落实,预计每年将会增加400万新生儿。与此同时,作为全球女性工作比例最高的国家,中国的在职女性比例已超70%。在各大母婴类垂直网站、论坛、微博,对工作压力大母乳减少,常年缺乏个人娱乐时间、职场“背奶”缺少哺乳空间,持续夜奶喂养等现实痛点的议论不绝于耳,职场妈妈平衡家庭与工作关系时遇到的种种问题也渐渐受到社会的关注。

近日,婴幼儿营养品牌美赞臣在中国市场全新引入的配方液态奶,据悉,这款“扭开即饮、无需冲调”的新产品是国内首款可满足0至3岁婴幼儿营养需求的配方液态奶产品,它将解决职场妈妈们冲调奶粉时极其繁琐的痛点。

据美赞臣相关负责人介绍,配方液态奶以液态的方式存在,产品关键技术的使用在欧美市场已经成熟。美赞臣配方液态奶使用了6层食品接触材料包装,瓶口以抗氧化钢圈深度密封,通过真空负压和灭菌保鲜技术,让产品在不添加

任何防腐剂的情况下,达到商业无菌水平。液态配方奶在完全满足宝宝们营养需求的同时,还可以避免因奶粉冲调操作不当而可能导致的吐奶、便秘等问题。在使用时,配方液态奶可以支持常温饮用,也可整瓶放在热水杯中加热。

美赞臣有关负责人表示,近年来,面对快速变化的中国市场,美赞臣持续在产品组合上创新。2016年,美赞臣推出凝聚多年研究成果的蓝臻系列,2017年,美赞臣又将代表新一代育儿方式的配方液态奶引进国内。据悉,美赞臣配方液态奶产品已经在美国上市销售10年,并且得到当地市场的广泛认可。配方液态奶产品因其便利性,可适用的情景很多,能在夜奶时刻、户外游玩、新手奶爸、老人喂养、上学喂养等情景下均可帮助妈妈们解决很多现实的喂养问题。虽然类似的配方国内依然鲜见,但据一项调研数据显示,超过70%被调查的妈妈都有通过其他“海淘”渠道购买和使用配方液态奶的经历。而伴随消费升级,中国也将在2018年迎来配方液态奶的消费元年,预计到2024年,这类



产品将获取相当的市场份额。

美赞臣大中华区总裁睿恩达日前表示,未来5年,美赞臣的业务战略重点将聚焦在三方面,首先是专注持续创新,迎合中国消费者不断变化的需求及喜好,通过不断创新产品组合与服务,满足多元化的市场需求;其次是赢在电子商务、母婴店等主要渠道,以适应消费者购物习惯的改变;第三是深入沟通新生代妈妈,通过与数字化供应商建立数字创新伙伴关

系,为她们提供定制化的服务,更好地与她们互动。“未来,美赞臣希望可以把更多先进的经验与创新的产品带到中国,实现‘为全球婴幼儿提供科学营养,给他们带来一生最好的开始’的企业使命。美赞臣相信,未来从‘心’出发,通过创新的产品组合,不仅从产品层面,还致力从精神层面契合消费者的需求,以真诚的服务与关爱体现企业价值,将是婴幼儿乳品企业的更高追求。”睿恩达说。

■ 资讯

揭秘美食控 绽放超模魅力

一年一度的维密大秀,今年在上海梅赛德斯奔驰中心,完成了她的亚洲首演。55位顶级超模、7位中国天使,吸引了全球180多个国家的目光。何穗作为拥有最多维密翅膀的中国超模,除了甜美治愈的笑容,其出色的超模身材也功不可没。而私下何穗确是一枚名副其实的吃货。大秀前不忌口还能维持让人艳羡的好身材,实际上与其代言的品牌“新食机 Foodcode”有着密不可分的关系。

据悉,作为维密天使,又是吃货达人,何穗正是通过选择美食控来达到瘦身与美食之间的平衡。告别旧式节制饮食的瘦身认知,美食控提出了“热量打折”的革命性新概念,用自然食材阻隔淀粉摄入,享受美食的同时不增加热量负担,从而解决了运动和美食的惯性冲突,由内释放出独一无二的天使魅力,让所有女性在瘦身过程中不再畏惧美食的诱惑,吃出美好身材。

据介绍,“新食机 Foodcode”萃取超级食物与益生菌的能量,为身体注入优质势能。超级食物,有比普通食物更丰富的营养元素,为身体活力补充足量关键营养。而益生菌,作为人类利用现代生物科技探索自身奥秘的重要发现,可调节内在平衡,为超级营养的吸收带来更高效能。作为健康机能食品,“新食机 Foodcode”以“超级食物+益生菌”的组合,欲开启新食革命的序幕。

青年报 姜卓

墨西哥推进 在华旅游发展

近日,为巩固墨西哥米却肯州与中国的策略经济伙伴关系,州长 Silvano Aureoles Conejo 率领由米却肯经济发展部和旅游部等官员组成的外交大使团展开访华之旅。据了解,墨西哥此次访华目的在于展示米却肯州在贸易、投资和旅游业具备的竞争优势。行程以北京为首站,米却肯州长 Aureoles 与中国外交部副领导人会晤并讨论了墨西哥的中国外交政策,以及如何在全方位战略合作关系的合作框架下推动双边经济发展的合作。

此外,墨西哥大使团于上海朱家角安麓酒店举办晚会。活动灵感源自墨西哥传统纪念先人的节日“亡灵节”,以欢乐气氛庆祝生命的美好。“亡灵节”于每年11月1日至11月2日期间举行,将墨西哥地道文化精髓带到上海。活动当晚嘉宾们体验到一系列墨西哥风味美食、特色表演、多媒体装置等,整个夜晚充满墨西哥气氛。州长 Aureoles 同时表示对中美两国的合作前景相当乐观。

青年报 沈旖旎

白酒行业迎来超高端化新浪潮 水井坊“菁翠”或将撬动市场新格局

青年报 王娟

“十一”过后,白酒销售旺季正式开启,多家白酒企业均以涨价拉开2017年的黄金销售季。尤其在高端白酒(单价千元及以上)的细分市场内,消费升级趋势方兴未艾,行业整体又迎来超高端化新浪潮。业内分析指出,市场正在经历第三轮白酒牛市(2016年-2020年),白酒行业进入成熟期,行业总体收入增速延续了2015年以来的上升势头,超高端和高端产品提价带动毛利率再上台阶,行业整体蒸蒸日上,行业内部的竞争格局逐步成型,如何乘势撬动品牌“护城河”,抢占超高端增长

点,从产品和营销两方面的打法都可能将出现变局。而近日,水井坊率先破局,发布超高端新品“菁翠”,再启超高端浓香白酒新篇章。

事实上,水井坊在高端市场确实表现不俗。据该公司财报,2017上半年水井坊实现营业收入8.4亿元,同比增长70.62%;实现归属股东的净利润1.14亿元,同比增长25.66%。而三季度最新数据则显示,1-9月水井坊实现营业收入14.7亿元,同比增长85.18%;实现净利润2.43亿元,同比增幅达到了63.22%。进入上升通道的水井坊已连续被多家券商看好并列推荐。近日,水井坊又借国际经

济盛会《财富》全球论坛完成其品牌的又一次高端跃迁。作为中国味道的代表,水井坊成为2017年《财富》全球论坛的独家官方白酒,而其将在论坛首次亮相的全新“菁翠”系列,也将成为一张世界了解中国传统文化的名片。

水井坊产品研发负责人介绍道,“菁翠”系列甄选稀有美酒原浆,酝酿过程长达十年,旨在给消费者带来更醇净绵甜的味觉体验。据悉,厂商在十年酒体陈酿的基础上,甄选蜀南上品翠竹竹炭以手工层层过滤,去芜存菁,才有了“陈香隽永,醇净绵甜”的独特口感。

业内人士分析认为,“菁翠”亦是水井坊交给超高端市

场的一份高分答卷。随着消费需求的逐步成型,越来越多的消费者不满足于普通的浓香型白酒供应,而“菁翠”则首开浓香型超高端白酒的先河,为消费者营造了超高端市场内浓香白酒的新选择。随着白酒消费场景的打开,高端白酒市场的竞争将愈发激烈。水井坊今年以来密集布局,似有一争高下的势头,“菁翠”这一黑马型产品的问世,更有改写现有高端白酒市场排位的机会。力推超高端新品,升级品牌战略,增加曝光度的一系列组合拳,在整体白酒市场中脱颖而出,在赢得更大市场份额的同时,也成为了众多行业参与者打法借鉴的样本。

光明食品节打造产业创新发布平台

青年报 王娟

近日,2017中国国际食品博览会暨第十二届光明食品节在上海举行。据悉,本届食博会是由中国食品工业协会主办,光明食品集团承办,以“对话、引领、共生”为主题,打造食品产业创新成果的发布平台,中国食品产业跨界合作的贸易平台,引领中国食品产业走向国际市场的传播平台。

据了解,本届食博会展出面积2.5万平方米,吸引国内外550多家企业参展,集聚了来自全国各行业委员会、省市食协、食品龙头企业、全国各地农垦龙头企业

业,参展的国际品牌达20%,包括来自韩国、日本、澳大利亚、意大利、波兰、阿根廷、西班牙等境内外500多家企业参展,参展品类包括乳制品、粮油加工品、肉制品、冷冻食品、糖果及休闲食品、调味品、咖啡茶饮料、保健食品等大类精品。

据悉,第十二届光明食品节作为本届博览会的重头戏,以食博会“展中展”的形式呈现。光明食品集团境内外企业悉数参展,展区面积逾5000平方米。食品节将充分体现光明食品集团综合实力和整体形象,重点展现理念创新、模式创新、包装创新、

品牌创新等亮点。

据介绍,光明食品集团旗下光明国际新品云集,有老字号品牌光明牌熊小白,生字牌姜小妹,机器人“小瑞”在现场介绍了来自托斯卡纳卢卡的神奇橄榄油调制技术;光明乳业推出了中国首款纯正希腊高端酸奶、莫斯利安新力量 FLOWER SECRETS 花系列;糖酒集团通过糖业板块集成、酒业板块集成、国内外食品集成、餐饮服务集成四大板块,呈现糖酒集团的核心产业体系,以及未来立足于商业模式改革和创新,建立以上海为中心、辐射全国的市场网络,布局全国、

走向海外的大型综合性食品企业集团的美好前景。

梅林股份新成员新西兰银蕨公司带来了银蕨农场的草饲牛肉;长江总公司以“光明田缘”大色块作为布展背景,体现“生态+”“科技+”“旅游+”,同时展示以“光明田缘”为品牌的系列农产品;五四有限公司紧扣“湾区农场、全域生态、临港腹地”的战略新定位,呈现给观众集生态旅游、休闲购物、餐饮住宿、住宅、商贸为一体的光明特色小镇;良友集团以“实力良友、美丽良友”为主题,向参观者传递粮油产品新的发展理念。