

创新营销思路 保障市场供应

中国乳业营销创新经验交流会线上举办

本报讯 由中国乳制品工业协会主办的创新营销思路、保障市场供应——中国乳业营销创新经验交流会以线上会议的形式已举行。中国乳制品工业协会原理事长、国际乳品联合会中国国家委员会名誉主席宋昆冈,内蒙古伊利实业集团股份有限公司副总裁刘春喜,蒙牛集团电商业务部总经理唐睿,光明乳业股份有限公司随心订营销中心总经理李秀坤,中国飞鹤有限公司副总裁魏静,北京三元食品股份有限公司副总经理张俊,贝因美股份有限公司总经理包秀飞,新希望乳业新零售总经理李瑾等企业代表及尼尔森快速消费品研究部门乳制品行业总监牛瑛、阿里巴巴天猫快速消费品事业部类目品牌营销总监山睦、阿里巴巴天猫事业群大食品行业运营总监士仓等市场调研及渠道商的代表出席会议。会议由

中国乳制品工业协会常务副理事长兼秘书长、国际乳品联合会中国国家委员会副主席刘美菊主持。

新冠肺炎疫情让人们消费方式、消费内容等发生了很多变化,对于乳企来说,需要应市场变化创新营销模式。很多乳企业利用大数据、互联网创新了营销模式,例如社区团购及跨界营销取得了很好效果。对此,中国乳制品工业协会方面表示,召开“中国乳业营销创新经验交流会”的目的就是要分享成功经验,洞察消费需求,交流营销新理念,寻找市场新机遇,促进乳业发展。

会上,宋昆冈做了《促进乳品消费,推动营销模式转型》报告;牛瑛做了《新冠疫情如何影响和加速乳品市场的变革》报告,她以液态奶为例分析了不同规模卖场在疫情前后的消费变化,提出了疫情为

快销品零售市场带来的启示,提醒企业审时度势,创造新的销售形式;刘春喜介绍说,伊利积极协同行业力量,通过“帮上游、稳中游、通下游”一系列举措,做好全链稳定工作,让乳品成为全社会坚强的营养后盾;唐睿以开拓创新《拥抱变化——蒙牛线上线下数字化实践分享》为题,介绍了蒙牛集团利用全链路数据资产化优势,实现以消费者为中心,实现精细化运营。

疫情下,如何保证宝宝们的奶粉供应事关千万家庭的幸福。魏静介绍了飞鹤如何利用多域流量交互,时间空间转换,口碑传递能量解决用户痛点,以灵活机动的战略战术,让飞鹤产品克服疫情带来的种种困难,保障了宝宝口粮供应;包秀飞把客户“手中有粮,心中不慌”的理念传递给公司全体人员,公司启动数字化建设,驱动

全域营销,顺应新零售发展的趋势,积极拥抱网红经济发力社群营销、构建数字化策略三大战略,看好未来包括奶粉在内的母婴营养品行业嫁接数字化战略的机会,形成产业互联,保证婴配粉市场供应。

此次疫情也使乳企对全渠道有了更深的体验。李秀坤介绍了光明乳业“宅经济”下的光明随心订营销转型之路,让最初只是按时送货上门的简单营销模式,发展成跨行业多点多线的销售战术;张俊介绍三元说,线上突围、线下承载,跨界联盟、抱团取暖,三元积极利用首农食品集团优势,开展产品跨界联合促销,将三元牛奶与蔬菜、米、面、油等形成食品包,为消费者带去方便,并借势将“肉菜奶”组合营销方式逐步转变为常态营销;李瑾介绍了新希望乳业在“宅经济”下,全面拥抱新零售,多种手段打造新

零售实力。

天猫在互联网线上销售方面有丰富的销售经验。山睦分享了网上成功品牌案例,提出了疫情后的品牌数字化转型与营销新模式;士仓做了《疫情后乳制品企业的全渠道数字化转型之路》的演讲,说明疫情后消费者和市场环境的变化,带给乳制品企业电商发展的机会和挑战,并着重介绍了天猫2020行业核心方向。

通过此次交流会,可以看到,疫情之下,消费行为、消费观点、消费市场都将发生巨大变化,以数字经济为依托的互联网消费理念和消费模式愈加突显。后疫情时代,我国乳制品企业通过快速完成企业新零售渠道数字化、商品年轻化、健康化,市场的潜力必将被大大激发,成为促进乳制品行业发展的新动能。

(中国乳制品工业协会)

味腴酒家 岳阳人记忆中的“舌尖味道”

□ 袁洲

写味腴酒家,我感到有点难写,毕竟,那鲜透舌尖、触动心灵的味道,一晃远离我们已经二十多年,一去不复返了。

改革开放初期,岳阳作为湖南的一个开放城市,来旅游的人数日益增多,很多来岳阳旅游的中外游客,都会慕名到市中心南正街的味腴酒家品尝美味:洞庭天下水,岳阳天下楼。谁为天下士,饮酒楼 upper 头。

说起味腴酒家,我们要追根溯源到更久远的年代。它的创办人是周权姐弟三人,周权,祖籍江苏江都,曾经在常德天然酒楼当学徒,出师后,他一个人又到江苏、湖南其他地方多家餐馆学艺,经过十几年的打拼,直到一九三六年,他才来到岳阳,借钱在南门外租房,创办了味腴酒家。酒店的名字来源于:委命供已,味道之腴。

周权有着江浙人的灵光的头脑,生意经念得很好。创办之初味腴以江浙风味的高、中档酒席为主,兼营岳阳地方小吃,辅以汤包、烧卖,居于岳州四大酒店之冠。

两年后,岳阳沦陷,味腴酒家被迫停业。一九四五年日寇投降后,周权在天岳山租赁了一块地皮,建起一栋两层的店堂,于一九四七年春,重新挂起了味腴

酒家的招牌。

味腴酒家开张后,不仅保留了原有的江浙菜肴,还增加了京菜、湘菜、川菜等菜肴,满足了不同口味食客的需求。

这一时期,味腴酒家以经营高档菜为主,鱼翅、海参、燕窝、熊掌、鹿筋一应俱全。制作工艺极为讲究,选料严谨细致,菜肴四季有别,让食客不时有新鲜感,抓住了食客的味蕾。它的麻辣仔鸡嫩而不生,脆而不老,招牌菜金钩鱿鱼形似金钩,更是色香味俱全。

“味腴”经营的菜肴品种繁多,逐步形成了湘菜中三大流派之一的湘北流派。那个年代,味腴酒家就有了营销的理念,可送点菜送上门,可配制半成品送上门,也可以派厨师到家里现行烹制,味腴酒家一度成为达官贵人的饮宴之处,文人墨客的雅集之所。

一九五六年公私合营后,味腴酒家改名为爱群饮食总店第一分店,一九六五年又易名为木兰饮食店,文革期间停办,原址上建起天岳山电影院。

一九八零年,伴随着改革开放的步伐,味腴酒家再次隆重开业,地址选在南正街。味腴酒家的这次营业,与一九四七年比较的话,有了两个不同点:周权再不是味腴酒家的老板,其次,这一家老店现在是华美宏大,再不是一个小打小闹的私人酒家,而是一个名符其实

的大酒店。

其一楼门面主要经营特色地方小吃,菜式推陈出新,品种齐全、口味独特。南正街上人声嘈杂,喧闹非凡,离店铺还有几十米的距离,过路的人就能闻到美食诱人的香味。其二楼的大厅宽敞明亮,舒适宜人,正墙上高挂大型工笔画——岳阳楼全景,还有文人墨客留下的诗句。食客坐在大厅里,即能欣赏洞庭湖的风光,又能畅饮岳阳龟蛇酒,更有味腴堂菜的佐餐助兴,其乐无穷。

味腴酒家的堂菜,也有了不同的变化,以小水产、低脂肪高蛋白的食物和时新小菜为主,并保持原有的名菜四十余种,如红烧龟肉、烧鳊鱼、溜鳊丝、奶汤鲫鱼、烹鳊鱼、蝴蝶鳊片、炒鳊糊、松鼠桂鱼、清炖水鱼等特色的名菜,其中以“紫龙裹袍”这一道菜最为驰名。

“紫龙裹袍”制作的工艺十分复杂,精选翘塘青鳊,另用猪身上做好的一块肉——鲜嫩的眉条肉剥成肉泥,形成鳊鱼包肉泥,摆进腰盘入蒸锅中,武火快蒸后,取出冷却,再用鸡蛋糊外包下锅,先在温油锅中成形后捞起,换滚油锅中炸酥,或加椒盐,或作醋溜。上席时在菜盘边缀以香菜,番茄等时鲜小菜,色彩诱人。入口时,鱼、肉、蛋三味俱全,外酥内嫩,油而不腻,让人乐口逍遥。

味腴酒家在烹调上讲究爆、溜、炖、蒸、烩、余,从而达到鲜嫩、清淡、香脆的口感,曾创制出一桌闻名天下的“巴陵全鱼席”。

上了年纪的人都知道,因经济条件的限制,过去到餐馆吃一顿饭,还是一件稀罕的事,而能到味腴酒家吃一桌宴席,更是一件很有面子的事。

八十年代的假期不多,空闲的时间,我经常到味腴酒家吃早茶,其早茶味道好,价格不贵,是工薪阶层最理想的消费场所。而我,情有独钟小笼汤包,吃汤包有十二字的秘诀:轻轻移,慢慢提,先开窗,后喝汤。

小笼汤包的皮是薄薄的,甚至透亮如一张纸,张嘴咬一口,里面鲜美的汁水便流入口中,那浸了汁水的肉团,不肥不腻,入口爽滑。那个吃法真的叫美。

一九九三年,味腴酒家被原国内贸易部评定为中华老字号。后来,味腴酒家因企业改制,不复存在,一栋居民楼替代了味腴酒家,其一楼被砌成了一排临街的店铺,并留有一个行人过道,过道里摆放了一个米粉摊,也许是借了味腴酒家遗留下来的风光,这一个摊位的早点生意,还算是不错。

路过南正街,到了饭点的时间,我总会到这个摊位吃上一碗肉丝粉,用以想念味腴酒家。