

■ 资讯

M·venpick莫凡彼
入驻太古汇

近日,来自瑞士的高端冰淇淋品牌M·venpick莫凡彼,首家上海直营店在兴业太古汇商场举行了盛大的开业仪式,吸引了大批媒体和冰淇淋爱好者到现场。作为瑞士首屈一指的经典冰淇淋品牌——M·venpick莫凡彼,致力于给每位顾客带来最优质的生活体验。

开幕现场,太古食品控股有限公司董事总经理刘永亮表示:“怀揣着对美食的热爱,M·venpick莫凡彼坚持选用上乘原材料获得香浓口感。追求优质原材料的产品开发团队甚至会深入到世界各地的偏远地方,从世界各地精选上乘的原材料,在不添加任何人工色素或者香料的前提下,配合其柔滑浓郁的独特口感,打造纯天然冰淇淋口味。此次在上海开店是继广州之后的全国第二家直营店,正是为了给沪上更多消费者现场提供优质的美食体验。相信这份精致典雅的美味定能取悦最挑剔的美食家。”

好吃的秘诀不仅仅是“品质”两个字,更是制作原料的严选、零缺点的品管与生产以及严苛的卫生要求。

青年报 高彩云

《云上之爱》讲述
返乡创业致富故事



近日,电影《云上之爱》在沪举行开机仪式,各方代表200余人出席。

《云上之爱》是一部反映贵州题材的作品,以普安四球古茶为背景,讲述的是云头山布依族代县长坚守发展与生态两条底线,为实现县域经济转型,跨越发展,引导农民返乡创业,脱贫致富的动人故事。其中有美与丑的迷离交织,善与恶的激烈碰撞,正与邪的铮铮对抗。可以说,这部电影剧本艺术融入贵州省委大力倡导的“大扶贫、大数据、大生态”三大发展战略,切合贵州省当下精准扶贫的攻坚目标和任务,更是对贵州省在经济转型中,注重眼前发展,更注重未来幸福,守住生态,就能守住优势。相信随着影片的拍摄和公映,它将在全国亿万观众面前展现贵州多姿多彩的一幅幅美丽画卷,将会更加引来人们对多彩贵州、人文贵州的点赞,从而增加茶乡普安的知名度和美誉度!

与会者一致认为,《云上之爱》是一部具有正能量的电影,将带给观众一种全新的震撼,并表示全体剧组人员将全力以赴将电影拍出精品。

青年报 解敬阳

天猫生鲜多面升级

新零售赋能生鲜“全链路”

青年报 王霞

市场规模达千亿元的小龙虾已渐入尾声,接下来,餐桌上将是另一个千亿量级“网红”大闸蟹的天下。

上周末,阳澄湖开湖第1捕落锤天猫。在9月21日的大闸蟹预售活动中,天猫生鲜1分钟卖出14万只大闸蟹。据了解,作为占据生鲜线上品牌80%市场份额的“巨头”,天猫生鲜将在今年大闸蟹的销售中对区域品牌和物流配送进一步升级,以新零售在赋能生鲜全链路。

“在去年‘死蟹包赔’的基础上,今年我们将服务升级到‘缺重包退’,并携手星农联合将‘蟹中精品’红印蟹作为重点推广的升级品。”天猫生鲜业务运营负责人张鹏在接受采访时表示,满足中国的家庭消费升级、推动行业标准化、打造更多生鲜行业品牌、帮助更多农村原产地建立自己的运营方式是“未来一两年天猫的重点思考方向”。

今年,天猫生鲜的大闸蟹货源地将涵盖阳澄湖、固城湖、洪泽湖、兴化、黄河口、盘锦6大湖区。其中,盘锦去年首次“触网”,借助天猫,有望让默默无闻的“北蟹”在全国打开,变区域品牌为全国品牌。

9月22日谢霆锋的天猫锋味旗舰店开店,首款产品即是



“十里挑一 膏满黄肥”的天猫红印蟹,成为今年高品质大闸蟹的新风向标。

阳澄湖大闸蟹行业协会副秘书长沈学兴表示,天猫正带动中国大闸蟹的品牌升级,“2009年阳澄湖大闸蟹开始在淘宝上销售,目前线上销售已占据阳澄湖大闸蟹总产量销售的半壁江山。”

据天猫生鲜供应链负责人介绍,为加码物流提速,实现“朝发夕食”,今年安鲜达已在产地仓配备40辆冷链车组成的短驳车队,可保证“每天5次的收货

频率,高峰期24小时不间断收货”。

新零售场景也在进一步渗透至生鲜行业。据透露,天猫“大闸蟹自动贩卖机”将于“黄金周”之前面世,“消费者点击立即购买后,打开手机淘宝或天猫App扫描屏幕二维码确认订单并支付后,便可开闸取蟹。”此前不久,“大闸蟹抓娃娃机”已在杭州湖滨银泰“试水”。

“新零售正全面赋能生鲜行业。”一位业内人士表示,借助智能硬件进行用户企业与家庭个性化需求的匹配,不仅用户可以

买到生鲜产品,平台也可以形成一个IP圈层,帮助商家深度黏住与开发用户。

相关统计数据显示,去年,天猫全球尖端品质生鲜商品数量已超12.5万个,涵盖全球147多个国家和地区,商品大类包括优质水果、水产、肉禽等。借助菜鸟及社会化物流力量,天猫生鲜可实现全国700多个城市24小时送达。今年以来,智利车厘子、挪威三文鱼、泰国榴莲、加拿大龙虾、盱眙小龙虾、文莱蓝虾、阿根廷红虾和澳大利亚牛排等,都已成为天猫生鲜上的“爆款”。

连接智能未来 云动力推动数字化转型

青年报 王霞

不只是解锁手机,人脸识别技术的深度应用,在帮助找寻走失人员方面正发生新突破。

“通过上海的优图实验室,我们的人脸识别技术在线上3个月之后,已经帮助福建省公安厅找回了124名走失人员,其中包括1名走失超过10年的人员。”在近日腾讯云主办的2017“云+未来”峰会上,智能化指引下的金融、政企、汽车、能源等行业数字化转型新进展得到全面展现。

腾讯副总裁、腾讯云总裁邱跃鹏在演讲中表示,当前,云在传统产业数字化转型过程中的作用越发重要,“产业数字化升级的本质,在于通过科技处理数据,创造新价值。在产业的数字化转型过程中,云已成为智能化发展的源动力。”

据了解,在智慧出行领域,腾讯云已滴滴出行、摩拜单车、蔚来汽车、广汽汽车达成战略合作,帮助其连接海量用户;能源行业中,腾讯云携手申能集团,将协助其逐步完善基础设施建设,构建能源生产、设备管

理的能源大数据运营平台。智慧政务作为重点深耕领域之一,也取得新进展。据悉,在腾讯云的助力下,厦门市已构建专属云平台。

现场,H5视频开户解决方案进行首发,实现“用户通过微信或浏览器打开H5页面进行视频验证一键开户”。腾讯金融云总经理胡利明在现场表示,未来,腾讯金融云将凭借全面开放大数据价值和人工智能的高效连接的能力,深入业务场景,为金融机构和用户提合规、安全、优秀的基础设施技术

和大数据智能科技。

本次峰会中,腾讯云宣布将联手中国移动通信集团江苏有限公司、万达信息及深圳恒波商业连锁,在智慧城市建设和智慧零售领域开展进一步合作。

“目前,腾讯在全球的用户数据积累已超过20亿。相对而言,拥有云计算能力的厂商在提供基础设施方面可能会更有优势,因为数字化的生态放在云端时,我们获得新技术的距离也会变近。”邱跃鹏认为,未来,云或将成为未来智能连接的“源动力”。

五粮液推出丁酉鸡年生肖纪念酒

青年报 王娟

近日,五粮液集团宣布“五粮液·丁酉鸡年纪念酒”正式上市。据悉,“五粮液·丁酉鸡年纪念酒”是五粮液生肖文化酒首款产品,更是五粮液文化酒的战略重磅产品,以完备的价值体系,循序渐进的运营保障,重新定义了高端文化酒的标准。

在中国白酒产业进入新一轮发展周期的大背景下,面对中国社会消费升级、传统文化自信回归的时代趋势,白酒作为中国文化的代表符号,消费与文化融合创新的土壤已水到渠成。业内分析认为,作为白

酒双擎之一的白酒巨头,五粮液站在产品战略的高度,从长远发展规划出发,谋定而后动。从天文到民俗,从文化到性格,从艺术到货币,生肖文化无所不在,深深影响了每一个中国人的性格、审美和情趣,是品牌与消费者沟通互动的最佳载体之一,“五粮液·丁酉鸡年纪念酒”的推出,既是顺势而上,更是造势而为。

据了解,“五粮液·丁酉鸡年纪念酒”的包装采用五粮液经典多棱瓶型,品牌形象一目了然。中国红的瓶身上釉光浮动,陶瓷质地细腻典雅。浓烈大气的色彩,极具喜庆和庄重

之意,红瓷与中国传统韵味一脉相承。以金黄色印标衬托的,是核心图案——国画大家齐白石先生的经典之作《酉鸡》图,公鸡花冠高耸、气宇轩昂,蕴含鸿运当头、吉祥昌盛之美意。其酒体选用优级五粮液,并由五粮液白酒大师以最佳比例精心调制而成,堪称五粮液的精华之作,具有极高的饮用价值。

据介绍,“五粮液·丁酉鸡年纪念酒”不再采用“一次推出全套生肖产品”的倾销模式,而是充分借鉴“生肖邮票”的发售模式,十二年为一个轮回,以“丁酉鸡年纪念酒”为首,采取

“每年一个生肖、每年限量生产、每年限量发售”的方式进行整体连贯性运作,这种运作既控制了发行量,又使得生肖酒的收藏时间被拉长,使得整体量价可控,逐年增值。

五粮液股份有限公司董事长刘中国表示:“五粮液·丁酉鸡年纪念酒——是五粮液从中国社会大环境、酒类行业小环境,以及五粮液的自身发展状况出发而打造的战略级大单品,倾注了五粮液的心血和期盼,在优秀产品的基础上,有优秀的销售策略和销售团队结合,五粮液·丁酉鸡年纪念酒会迸发出巨大的生命力”。