

伊利品质证诺言 强势亮相“中国品牌日”

王雪

2017年4月,国务院将每年5月10日批准设立为“中国品牌日”。今年5月9日,“2018中国品牌日·中国民族品牌发展论坛”在上海举办。本次论坛由中国商业联合会等机构主办。作为国内政界、商界、媒界多方交融的对话交流平台,中国民族品牌发展论坛汇聚了更高端、更前沿的顶级智库、投资财团、品牌企业,全方位地探讨品质革命和品牌建设的新思路,旨在助力打造更多的“中国品牌”企业。

中国龙头乳企伊利作为乳业代表在论坛上亮相。多年来,伊利始终坚守“伊利即品质”信条,视品质如生命,在践行品质的同时,积极引领中国乳业走向世界,在世界食品品牌中强势打上中国品牌的标签,成为“中国品牌日”乳制品行业品牌的代言者。此次应邀出席活动,伊利更是以自身实践,充分诠释了“中国品牌日”所蕴含的“品级、品质、品位”的深刻意味。



品级:伊利突出重围闪耀世界舞台

此前不久,据全球传播服务集团WPP发布的“2018年BrandZ最具价值中国品牌100强”,伊利再度蝉联食品和乳品行业第一,自2013—2018年连续6年间鼎行业榜首。而在英国著名品牌评定机构“Brand Finance”推出的2018年度全球品牌500强榜单中,伊利在世界顶尖品牌的众强环伺下“杀出重围”,成为唯一入选的中国乳制品企业,排名超越雀巢咖啡、卡夫、亨氏

等知名食品品牌。

这样引人惊叹的成绩,不仅佐证了伊利世界级乳企的实力与国际地位,更诠释了伊利引领中国乳业走向世界舞台的决心。用全球优质资源做强中国品牌,伊利积极探索着乳业的全球化、国际化进程,在亚洲、欧洲、美洲、大洋洲等乳业发达地区不断拓展版图,更依托海外研发中心和海外一体化生产基地等实体,构建了一张覆

盖全球资源体系、全球创新体系、全球市场体系的骨干大网。基于此而诞生的“金领冠”、“安慕希”等核心产品,意味着伊利正以自身优势发出振聋发聩的“中国声音”。

现如今,伊利作为亚洲第一、全球第八的世界级乳制品企业,成为国际社会了解中国品牌的符号与窗口,更成为“中国品牌日”乳制品行业名副其实的“品级”担当。

品质:伊利苦修内功发扬工匠精神

伊利集团潘刚董事长强调:“多年来,我们一直把品质作为企业发展的根基,不仅要提供有品质的产品和服务,更要打造有品质的企业和品牌。”

众所周知,乳业是一个涉及农业、畜牧业、工业和服务业的特殊产业,具有产业链条漫长的特点。如何确保这

条漫长链条的品质,伊利苦修“内功”,以100%的用心,致力于生产100%安全、100%健康的乳制品,建立了“全员、全过程、全方位”质量管理体系,聚焦“全球最优品质”,整合全球优质资源,持续升级全球质量管理体系,将严苛的质量管控标准贯穿于全球产业链,实现

了从源头到终端皆为“品质之选”。

将品质视为生命的伊利,始终坚持“厚度优于速度”的理念,在创造商业价值的同时,也积极履行社会责任,创造社会价值,可以说是“中国品牌日”乳制品行业毫无疑问的“品质”担当。

品位:伊利追求卓越引领转型升级

在人民群众物质文化、精神文化需求日益提高的今天,对于产品品牌,越来越多的人已经将注意力从“廉价、量大”转向“品位、格调”,这样的转变不仅凝聚着“人民对美好生活的向往”,更体现了人们对品牌多元化、个性化的迫切追求。

在这一方面,伊利秉承“滋养生命活力”的品牌理念,不仅做健康食品的提供者,更做健康生活方式的倡导者。近年来,伊利大力探索乳业发展

新模式、新路径,不但提出了“智慧乳业”的战略布局,积极致力于智能化升级,还首倡“绿色产业链”发展观,将环保理念渗透到生产的每一个环节。

此外,伊利还基于互联网大数据对人群的洞察,根据不同人群的不同需求,打造了众多优质的产品品牌,如伊利首创的“植选豆乳”等产品,就为原本的品牌赋予了更多色彩,让饮品也变得可以很“潮”、很“炫”。

伊利在为每一个消费者提供更高

品质生活的不断追求中,成为引领中国乳业转型升级的排头兵,更成为“中国品牌日”乳制品行业当之无愧的“品位”引领者。

品牌,乃是企业、经济高质量发展的生命所系、核心所在。以“中国品牌日”为契机,中国品牌正在开启发展、进步的新时代。伊利身为中国乳企龙头,以身作则为“中国品牌”代言,勇敢肩负起中国成为“品牌大国”的责任担当,向世界发出中国品牌之声。

2018年中国城市及区域 生态环境发展论坛在京举办

5月13日,由中国环境科学学会和中信环境技术有限公司联合主办的“2018年中国城市及区域生态环境发展论坛”在北京国家会议中心举行,论坛主题为“责任与信心——生态环境治理的机遇与挑战”。与会者关注生态环境规划、改善生态环境质量等问题,探讨符合地方发展的生态环境治理商业模式、符合地方环境区域特征的低成本高效率的环境治理技术,并寻求因地制宜的地方生态环境问题整体解决方案。来自政府机关、环保学术界、环保产业界以及媒体的代表约200人出席了论坛。中国环境科学学会将汇总会上的讨论结果,整理有价值的意见和解决方案,形成政策建议报告,报送主管部门。

“2018中国金融品牌榜”在京发布

近日,中国金融思想政治工作研究会在京发布“2018中国金融品牌榜”,重磅推出“中国金融品牌榜城商行50强”、“中国金融品牌榜农商行100强”、“中国金融企业新媒体品牌榜”等系列榜单。北京银行、上海银行、江苏银行、盛京银行、天津银行分别位列“城商行50强”前五。北京农商行、重庆农商行、上海农商行、成都农商行、广州农商行分别入选“农商行100强”前五。“中国金融企业新媒体品牌榜”中,微信公众号“中国工商银行”、“中国建设银行”、“中国太平”、“中国农业银行”、“华夏保险”以较高的发布篇数、总阅读量和总点赞量位居前列。

中国金融思想政治工作研究会行业内率先开创金融品牌综合价值研究,挖掘品牌对未来贡献的内在价值,力求全面反映金融企业资产质量、企业党建、思想文化、服务品质、人才战略、创新能力、社会责任、合规风控等要素对品牌价值的影响。引导金融企业有针对性地改善管理、提升质量、持续创新、注重员工全面发展,激发企业发展的内在动力,切实发挥品牌对打造和提升企业核心竞争力的导向作用。据悉,中国金融思想政治工作研究会每年将适时发布“中国金融品牌榜”系列榜单。

(晓路)

紧跟全球投资热点

跟踪印度市场的公募基金面世

印度作为新兴市场第二大经济体正步入经济起飞的黄金年代,成为国际和国内资本竞相追逐的领域。5月7日,国内一只投资印度市场的公募基金——工银瑞信印度市场基金(LOF)正式发行。根据发售公告,工银瑞信印度市场基金(LOF)于5月7日至5月25日期间公开发售。有意布局印度市场的投资者,可通过工银瑞信直销中心,招行、工行、邮储等9家银行,中信证券、天天基金等券商和第三方销售机构进行认购。

(张杰)

中农舜耕以草畜一体化协同发展

促进产业升级

近日,由农业农村部畜牧业司、兰考县人民政府、河南省饲草饲料站、河南省农业科学院畜牧兽医研究所等指导,中农舜耕(北京)农业发展有限公司、中储牧草科技有限公司、协同网络股份有限公司主办的“产融结合,协同发展”优质草畜产业协同发展高峰论坛在河南省兰考召开。论坛旨在通过草畜产业协同发展搭建一个思想、技术和经验交流的平台,在相互交流与探讨中,让“草畜产业协同发展”项目建设的上下游管理与实施者,逐步清晰项目的真正内涵与重要意义,为加快推进我国草畜产业协同发展的示范建设做出重要贡献。

消费者协会提示:

网购不离平台慎交易

近日,徐先生网购一台微单相机。但商家却以各种理由让徐先生改为微信转账交易,后是劝说徐先生多花费2040元购买其他型号。收到货后,徐先生发现该型号只适合初学者使用,且该型号网络标价约为2650元,商家却以4600元高价出售。徐先生提出退货、退款,商家不同意,甚至否认交易过程。徐先生投诉到北京市海淀区消费者协会。经过反复多次调解,最终商家先行退还4600元货款。海淀区消费者协会提醒广大消费者:面对低价诱惑不为动,不离平台慎交易,交易过程留证据,遇到问题要维权。