

2025年2月24日 星期一
编辑|辛宏 白若楠 校对|纪红

奏响新春奋进曲 激昂开启新征程

——吉林省大窑嘉宾饮品有限公司新春开工侧记

全媒体记者 高鸿

近日,吉林省大窑嘉宾饮品有限公司的全体职工以饱满的热情和昂扬的斗志,开启了新一年的征程。

走进大窑饮品的自动化工厂,生产线有序运作,发出持续而规律的声音,这是科技驱动生产的有力节奏。与此同时,开工宣言在厂房内回荡,声音激昂有力,彰显着员工们饱满的热情和昂扬的斗志。二者交织,奏响了新时代工厂蓬勃发展的奋进乐章,每一处角落都洋溢着无限生机与活力。公司生产负责人王科峰说:“自开工以来,24000瓶/小时的玻璃瓶饮品生产线与24000瓶/小时的PET饮品生产线全开,我们全力以赴抓项目、稳增长,目前生产效率已恢复至节前高水平,设备运行稳定,各生产环节紧密协作,无缝对接。”

崛起:扎根四平铸辉煌 北方饮料展锋芒

大窑饮品,始创于20世纪80年代,得名于旧石器时代遗址的“大窑文化”。历经40余年的精心耕耘,已发展成为一家集研发、生产、销售于一体的现代化饮品领军企业。

为更贴近市场、保障供应,大窑饮品分别在内蒙古、宁夏、辽宁、吉林、安徽、陕西、山东投资建设了七大智能生产基地,业务覆盖全国31个省、自治区和直辖市,拥有千余家经销商团队和百万余家终端渠道,产品远销蒙古国、韩国、越南、英国等海外市场。旗下“大窑嘉宾”“大窑橙诺”“大窑荔爱”“大窑冰畅”等经典产品深受消费者喜爱。发展中,凭借卓越的食品安全管理、先进的生产

技术、严格的质量管理,屡获“国家级绿色工厂”“数字化车间”“智能工厂”“专精特新”等数百项荣誉称号,知名度与影响力与日俱增。

2020年8月,吉林省大窑嘉宾饮品有限公司落地四平,作为当地重点招商引资项目,2021年1月开工建设,同年8月便建成投产。公司建筑面积3万平方米,拥有1条玻璃瓶包装饮品智能生产线和1条PET包装饮品智能生产线,年产能可达20万吨。王科峰介绍:“吉林大窑在建设与管理过程中,我们从工业生产安全、节能降耗、节水环保等七大方面入手,全力打造节能、环保、高效的绿色工厂与智能化车间。”



图为大窑饮品自动化工厂生产线

类,全方位满足消费者的多元需求。

同时,公司将食品安全视为生命线,秉持全员、全方位、全过程、全系列产品质量管理原则,推行“0471”四大维度质量管理战略,对供应链管理、原材料采购、运输仓储、环境卫生、生产工艺等各大流程进行严格品质管控。管理者可实时监控生产全过程,实现精准生产和柔性内控,从原材料到成品的每一个环节进行全方位把控,确保产品从原

材料到餐桌的全程可追溯,让消费者喝得安全放心。

凭借卓越的品质管控,吉林省大窑嘉宾饮品有限公司荣获多项殊荣。2022年12月被吉林省放心消费创建工作办公室认定为“四平市放心消费示范单位”;2023年7月被四平市工业和信息化局评定为“四平市专精特新中小企业”;2023年8月被吉林省工业和信息化厅评定为省级“绿色工厂”。

展望:品牌塑造展宏图 畅饮时代谱华章

公司成功塑造了“大汽水,喝大窑”的国民汽水品牌定位,彰显出“大气、豪迈、劲爽”的品牌个性,让这一历经沉淀的“老品牌”焕发出新的活力。多年来,大窑饮品构建起“线下+线上”的全方位传播矩阵,提升了大众的互动性和品牌认知。

2025年,大窑饮品开启年轻化 and 潮流化战略,推出的“态度宣言”系列新春贺岁视频,采用AI制作,巧妙融入流行文化、社交元素和网络语言,生动传递

大窑大汽水的“劲爽大气”,倡导一种松弛自信的人生态度;春节前上线的“新年嘴替”系列故事视频,成功引发年轻群体的情感共鸣。

展望未来,2025年公司将继续紧密对接市场需求,持续深耕餐饮渠道,以“大汽水喝大窑”为品牌口号,打造国民汽水引领品牌,全力开创中国汽水的“大”时代,让每一位国民都能畅享大窑大汽水带来的劲爽、大气与欢愉体验。

经济资讯

2025年铁路春运收官 客货运量均创历史新高

记者2月23日从中国国家铁路集团有限公司获悉,2月22日,为期40天的2025年铁路春运圆满收官,运输安全平稳有序,全国铁路累计发送旅客5.13亿人次,同比增长6.1%;国家铁路累计发送货物4.15亿吨,同比增长5.4%,客货运量均创春运同期历史新高。

春运期间,铁路部门用好世界最大高速铁路网和先进铁路网的优势,特别是充分利用去年新开通运营的沪苏湖、集大原高铁等新线能力及春运前投入185组新造的时速350公里复兴号动车组,加大运力投放,客座能力同比增长8.4%,客运能力投放创春运历史新高。在跨境旅客运输组织方面,春运期间广深港高铁发送跨境旅客361万人次,同比增长14.2%,中老铁路发送跨境旅客4.1万人次,同比增长54%。

春运期间,铁路部门全面提升服务品质,助力旅客平安有序温馨出行。国铁武汉局集团公司武汉、汉口等车站积极协调当地公交集团等市政交通部门,统筹安排公共交通运力,方便旅客出行;国铁郑州局集团有限公司在洛阳车站推出一键扫码听历史服务,设计制作《天中春秋》巨幅唐三彩

壁画语音讲解二维码,让旅客沉浸式感受历史文化魅力;国铁广州局集团公司与南方电网广东电网公司密切联动,对管内高铁站、火车站等交通运输重点场所及高铁线路沿线供电设施强化安全检查,确保出行供电安全可靠;国铁南昌局集团公司福州客运段工作人员自制闽闽旅游攻略图,在列车运行途中向乘客介绍沿线地区的特色景点和地道美食。

与此同时,铁路加大货运保供力度,充分利用大秦、瓦日、浩吉、兰新等主要货运通道能力,全力保障电煤、粮食、化肥、春耕和节日重点物资运输,做到优先保障、应装尽装,国家铁路日均装车17.16万车,全国371家铁路直供电厂存煤平均可耗天数持续稳定在20天以上,为国民经济平稳运行和人民群众温暖过冬提供了有力支撑。春运期间,中欧(亚)班列累计开行3230列,同比增长0.7%;西部陆海新通道班列发送货物10.3万标箱,同比增长24.1%;中老铁路发送跨境货物64.2万吨,同比增长8.1%,有力维护了国际产业链供应链稳定畅通。

(新华社)

京杭大运河2025年 全线贯通补水全面启动

记者从水利部获悉,京杭大运河2025年全线贯通补水全面启动。

2月10日,南水北调东线一期工程山东段六五河节制闸开启,南水北调东线一期应急北延工程向小运河实施补水;2月20日,密云水库、怀柔水库水源通过京密引水渠经温榆河向北运河实施补水。

水利部相关负责人介绍,2025年补水计划持续至6月底,以京杭大运河黄河以北河段作为主要贯通线路,北起北京市东便门,经通惠河、北运河至天津市三岔河口,南起山东省聊城市穿黄工程出口闸,经小运河、卫运河、南运河至天津市三岔河口,涉及北京、天津、

河北、山东四省市,流经8个地级行政区、31个县级行政区。通过优化配置调度南水北调东线一期北延应急供水工程供水、京津冀鲁四省市本地水、引黄水、引滦水、再生水及雨洪水等水源,预计提供补水量5.56亿立方米,其中入京杭大运河水量5.29亿立方米,补水线路总长1274公里,置换深层地下水灌溉面积46万亩。

据悉,补水期间,水利部将组织有关单位、沿线地方政府加强河道清理整治,抓好水量联合调度,实施水源置换和地下水回补,强化水污染防治,加强动态跟踪监测,加大管水护水力度,确保补水有序实施。

(新华社)



近日,随着气温的逐步回升,各种时令蔬菜新鲜上市,种类繁多,吸引不少消费者驻足购买。这是在铁西区一家生鲜超市内,市民正在挑选西红柿。

全媒体记者 王明纯 摄

期待情绪消费服务更专业更有价值

经济论坛

购买潮玩盲盒、好运绿植,给自己带来好心情;挑选心仪的“谷子”和“手办”,让动漫角色陪伴左右;把富有文化特色的新潮文创产品作为送给朋友的礼物……近年来,随着年轻人情感需求不断丰富,围绕“情绪价值”的商品服务应运而生,孕育出巨大的消费市场。

新经济新业态回应了社会和市场的需求,成为年轻人缓解压力获得慰藉的重要途径,但该行也出现进入门槛过低、商家参差不齐、服务缺乏规范等状况。新业态呼唤更个性化、更具针对性服务的同时,也亟需更规范的管理和引导。

情绪消费市场空间广阔。有调查

显示,八成以上大学生曾有情绪消费经历,内容涉及“树洞”“情感倾听”“倾听排忧”等。面对学业、工作、情感等多重压力时,年轻群体对减压、情感陪伴、自我认同、社交表达、价值认同等情感诉求不断增加,并且愿意为此消费。对消费者来说,情绪消费能够满足兴趣爱好、丰富精神世界、提升幸福感;也能够放松解压、满足社交需求、增加对生活的积极性等等。这是年轻人对情绪服务的态度,也折射出市场对有情绪服务的迫切需求。

市场呼唤更专业更有价值的情绪消费服务。近年来,情绪消费服务如雨后天春笋般快速发展,大量从业者涌入,出现了价格低、靠走量、效果不明等难以真正满足消费者需求的产品服务。如倾听只是听,排忧解难就是“喂鸡汤”,宣泄就是放纵等,导致消费市场鱼龙混杂。事实上,情绪价值

的服务应有更高更明确要求,个性化服务不仅要有针对性地提供契合消费者心理需求和个人情况的建议,还应保护消费者隐私。这都迫切需要行业内厘划分清界限,产品价值具备一定的专业性。

情绪价值消费不同于传统消费,更强调在体验消费中产生的精神层面的意义价值,即:能否满足当下的情感需求。2023年,一款“爱因斯坦的脑子”走红,商家宣称“拍下后自动长到你的脑子上,买过的都说好……”。该产品并无实体也几乎无后续服务,仅提供即时情绪,“买了我就变聪明了”。想赢得青年消费群体的市场认可,商家不能只在营销上下功夫,更应根据年轻人的情感需求,提供性价比高的产品和服务。事实证明,围绕年轻消费者的心理、审美、性格特点,提供易触达、差异化、个性化、即时满足

的服务,更能在市场竞争中获得成功。事实上,情绪消费对行业监管提出了新课题,如虚拟型情绪消费如何保护隐私和财产安全,如何界定并防止借情绪消费之名,行擦边服务之实,文化体验型消费的加价套路、夸大宣传、产品质量问题等。市场监管部门应尽快推动虚拟情绪服务规范化标准化,依法打击虚假宣传、诱导消费等违法违规行为,同时压实相关部门和平台的管理和审核责任,引导消费者审慎选择理性消费。

作为一个新的消费热点,情绪消费贴近生活,将消费者的情感与产品、服务联系起来,满足多元化多层次的情感需求。因此,在拓展消费新业态的同时,监管更要及时跟上消费新趋势,才能实现行业可持续健康良性发展,更好地提振消费潜力,带动经济活力。

(人民网)

释放压力
追逐梦想

创建文明城市
让生活更美好

开展未成年人思想道德建设提升行动