

新研发产品上市以来每月销售逾2万瓶——

米歌清酒引爆节日市场背后的密码

蛇年春节的步伐越来越近,当不少企业已经休假时,位于启东的江苏米歌酒庄有限公司却迎来了最繁忙的时刻:公司内的自动化生产线24小时不停歇生产,公司外前来拉货的汽车络绎不绝,一个个催着发货的电话成了公司销售人员甜蜜的烦恼。

“新研发酿造的大瓶清酒格外受消费者青睐,上市以来每月销售都在2万瓶以上。特别是进入1月份,每天出货2000瓶,为我们提供酒瓶的厂家都断货了。通州、启东几百家企业年会用酒都不约而同地选择了米歌清酒。”如此火爆的市场反馈让见惯大世面的公司董事长易昕也有些难抑激动之情,从破土动工到现在,米歌十年磨一剑,点燃了通城春节消费市场的一把火,这也让他对2025年的销售充满信心——米歌清酒系列产品全年销售突破100万瓶。

清酒新品引领“新食尚”

几天前,易昕收到了来自知名上市公司——欧普照明负责人发来的几张微信照片:在上海宝龙美术馆的一场文化活动现场,米歌大吟酿纯米清酒成为活动用酒。

事实上,这并非米歌清酒首次在上海引爆消费新场景。“在上海,新荣记、隆铭牛等高端餐饮店都与我们有深度合作,国产高

端清酒配上和牛等高档食材,成为餐饮界的一股‘新食尚’。”米歌酒庄常务副总经理卜睿告诉我们,紧紧把握市民的消费新趋势,他们推出的1.8升容量大瓶清酒,外观时尚抢眼,吸引了不少年轻消费者购买。

在南通本地消费市场,米歌清酒更是供不应求。“尤其是启东、通州两地的餐饮企业订购火爆,90%以上都是回头客。”卜睿透露,就在本月,武汉南通商会就一次性订购了20万瓶米歌系列清酒产品;无印良品南通分公司也将米歌清酒作为答谢客户的伴手礼。

“产品上市之初,是我们努力往外推介,现在是消费者主动回购,实现了双向奔赴。”易昕告诉记者,米歌清酒上市短短3个月销售已突破6万瓶。

一手创造了大富豪啤酒辉煌的易昕,对酿酒有着难以割舍的情怀。从精酿黄酒、橡木黄酒,再到现在火爆出圈的米歌清酒,躬身酒业30多年,易昕不断创新,从未停歇,持续书写着酒类企业发展的传奇。

业内人士分析,在市场消费趋于理性的当下,酒类品牌的竞争日益激烈,消费者的喜好也正在发生微妙的变化。而米歌清酒以高性价比、时尚大气、果味幽香、入口顺柔等诸多优势抢占了市场先机,吸引了一大批“米粉”,也培养了很多真正认识清酒的消费者。

火爆的背后有三张王牌

“米歌清酒的火爆,是偶然,也是必然。”易昕娓娓道出其背后的三张“王牌”:米歌酒庄是日本酿造协会唯一的海外会员单位,是日本清酒酵母唯一的海外采购商,也是国内首家拥有日本进口碾米机的企业。

以米歌系列清酒中的佼佼者“米歌大吟酿”为例,精米步合(也叫精米度,指的是磨过之后的白米占原本糙米的比例)仅有38%,堪称达到了国内清酒的金字塔尖

水平。“我们选用的是国内品质最好的东北五常大米,通过日本进口碾米机将其外层磨掉62%,去除大米外层中的蛋白质和脂肪,仅用剩余的38%的米芯酿酒,光这一道工序就需要耗费90多个小时。”易昕介绍,他们选用的是日本进口的9号清酒酵母,这也是高级清酒的专用酵母,其酿造出来的清酒具有特定的花香和果香。

“整个清酒的研发周期长达3年,前后需要经过81道复杂的工序,无论是原料的选择还是生产流程的控制,都做到了精益求精。”米歌是国内第一家生产出大吟酿清酒的企业,用“极致的考究”来形容米歌清酒酿造过程一点也不为过。

由于品质出众,米歌连续两年荣获国际葡萄酒(中国)大奖赛金奖,去年又顺利进驻南通中心枫叶小镇奥特莱斯南通名品店,并成功亮相第七届中国国际进口博览会。但这些都是易昕所看重的,“金杯银杯不如消费者口碑,这也是米歌清酒可持续发展的保障。”易昕透露,针对启东毗邻上海的区位优势,地处启东的米歌酒庄即将开启一项新计划:针对来启旅游的沪上游客,利用“五一”、国庆等假期,推出米歌艺术节、樱花节、桂花节等系列文旅活动,让更多游客带着手机来米歌酒庄打卡、品酒。

一群年轻人 为梦想奋斗

线下销售市场持续升温,线上销售平台也火爆开启。“我们在京东、抖音都有官方旗舰店,会定期推出一些原创视频,用好玩有趣的表达方式,吸引更多消费者成为忠实的‘米粉’。”毕业于美国纽约大学的“95后”硕士顾晓目前负责米歌电商平台的运营和外语工作,她说,能够利用所学知识,全身心地投入到一个国产原创清酒品牌的打造,令她非常自豪。

在米歌酒庄,一群有梦想的年轻人在各自不同的岗位上,为打造一款具有南通本土DNA的知名清酒品牌而奋斗。

自米歌清酒开启研发以来,毕业于江南大学发酵工程专业的王郁杨都没有回过几趟家,“我家在通州,公司在启东,为了节省时间,我一般吃住都在公司。”三年来,王郁杨用实际行动诠释了“匠心”二字的真正内涵。

三十出头的张富君是米歌酒庄连续多年的销售冠军。“每天都在跑销售,有时忙得连饭都顾不上吃。虽然很累,但很有成就感。”这位北漂南上籍南通人开心地说,大学毕业后自己最成功的两件事,一是为了爱情落户启东,二是和米歌共同成长,他今年的目标是个人销售10万箱,在“第二故乡”打拼出一番事业。

为了冲刺春节前的销售高峰,米歌酒庄推出“全员销售”策略,技师顾鹏成为积极的响应者之一。“我在公司负责电气机械等方面的维修,这次我向同学朋友推荐了米歌清酒,没想到一下子就销出了几百箱,让我的干劲更足了。”

公司副总经理王建勇早已事业有成,他依然坚持带头奋战在开拓上海市场的第一线。

“这群充满激情、坚守岗位、追逐梦想的年轻人是我们公司发展的最大财富。”也正是这群敢打敢拼的年轻人给了易昕打造一个打响全国的消费品牌,再创一个新时代“大富豪”的底气,“我们计划再投资5000万元,开发小瓶气泡清酒等更适合年轻消费群体的特色产品,让更多中国人喝得起国产高性价比的品质清酒。”

本报记者 叶国 冯启裕



三越中药成功入围首批“数字三品”应用场景典型案例——

“慢郎中”搭上数字化“快车道”



“如果没有特殊要求,您可以先回家,预计下午5点前就能收到熬好的汤药。”23日上午,患者陈女士在南通中医院间完诊疗开具药方后,留下地址、电话。当天下午,顺丰快递就将煎制好的一大袋中药液配送到陈女士家里。谈起取药新体验,陈女士说:“就跟网购一样方便快捷。”

随着中医养生的流行,中药调理正在被越来越多人接受,然而如今快节奏的生活,医生开药、药房抓药、浸泡药材、一轮又一轮煎药……传统印象里,一剂治病的中药良方,总需要“急不得、慢慢熬”,这无疑又让很多想用中药调理的人望而却步。可如今,借助互联网、物联网等技术,昔日的“慢郎中”搭上了数字化“快车道”,跑出中医药“加速度”。

近日,工信部公示了首批2024年“数

字三品”应用场景典型案例名单,南通三越中药饮片有限公司申报的“智慧中药煎配中心质检追溯”成功入围典型案例,这是南通唯一入选的企业。

上传处方、无须等待、配送到家……新春佳节前夕,记者深入南通三越中药饮片有限公司,探访智慧煎配中心,在这里,一场“智改数转”革命正悄然改变这家传统中药制药企业的面貌,为制造业的转型升级注入新的活力。

走进宽敞明亮的智能车间,配药、泡药、煎药、包装……现场一片忙碌,电子大屏上滚动着多个合作医疗机构转来的中药处方。

“智慧煎配中心通过医院专网与煎药系统连接,处方在云端传送后,会由专业中药师人工审核复核处方,以保障合理用

药。”总经理吴慧峰介绍道,复核后,煎配中心会按序泡药、煎煮、包装、成品复核、发货,整个流程约三个小时。

“像这份中药处方,患者需每日服用一剂,一剂分两次服用。通常情况下,同城患者上午就诊,当天下午5点左右即可收到煎制好的中药,异地患者第二天就能收到煎制好的中药。”吴慧峰说,公司将传统中药煎药与现代信息技术结合,看中医也能享受到“最多跑一趟”的服务。患者无须在医院轮候取药或在家煎药,节省了大量时间和精力。

“滴滴、滴滴……”来到煎药中心,浓郁的中药气息扑面而来,300台智能煎药机正在运转。“这些智能煎药机每天能处理超2000人次的煎药需求,相较于传统的人工煎药方式,效率提升了10倍。”吴慧峰告诉记者。

车间里,此起彼伏的提示音从智能煎药机里发出。“这台机器负责浸泡和煎煮。”顺着吴慧峰的手指看去,智能煎药机将煎煮好的药液送至贴标包装一体机,一袋袋包装好的中药汤剂陆续从生产线上“走”下来。

智慧让煎药过程更规范,标准更统一。

吴慧峰介绍,以煎药的加水量为例,以往主要靠药师估算,根据药物质地和个人经验加水,导致药液存在色差或浓度差异。信息化管理不仅提升了工作效率,还确保了中药调配的准确性和稳定性。

与此同时,一名工作人员正在核对患者“订单”。来自各医院的电子处方,在这里均会生成专属身份条码,一码一方,扫码即可查验处方“身份信息”。每一张共享处方单上,都有对应的配药条形码、发药二维码和配送单号等信息。从接方到送出,工作人员会使用扫描设备对每一个环节进行扫码录入,实时、精确捕捉生产过程中的各种数据。

“患者可通过公众号或小程序实时查询订单状态、详细了解煎药的每个步骤,无须前往医疗机构询问。”吴慧峰说。

“以前‘人等药’,如今‘药等人’。”追溯系统”不仅让群众看中医、用中药更便捷,还可对煎煮所使用的各味药材全程溯源,“一药一码”让患者吃上“放心药”。市民陈女士深有感触,智慧煎配中心给群众带来实实在在的便利。 本报记者 陈璟 吕雪琦

创新推进生态损害赔偿改革

市生态环境局获生态环境部表扬

本报讯(记者彭军君)近日,南通市生态环境局收到来自生态环境部法规与标准司的《表扬信》。信中,生态环境部对南通市生态环境局率先开展生态环境损害赔偿地方立法探索,创新推进执法过程中同步启动生态环境损害赔偿,推动属地相关部门共同落实生态环境损害赔偿等工作予以肯定,对南通市生态环境局及全市生态环境系统的5名工作人员予以表扬。

近年来,为破解“企业污染、群众受害、政府埋单”的困局,南通市生态环境局积极推进生态环境损害赔偿制度改革,在细化案件办理范围、拓展赔偿实施主体、创新损害评估方法、创新修复实施方式、完善资金管理模式、健全工作推进机制等方面进行积极探索,推动生态环境损害赔偿制度改革工作走上法治化轨道,先后打造五山滨江片区、通州长江生态修复基地等修复样板,生态环境损害赔偿工作取得显著成效。

截至2024年12月底,南通市累计签订损害赔偿协议2100余份,办理了全国首例长江非法采砂生态环境损害赔偿案、长三角首例长江船舶大气污染生态环境损害赔偿磋商案等一系列典型案例,“江苏省南通市:领先探索完善生态环境损害赔偿制度”入选第二批全国法治政府建设示范项目;反映南通生态环境损害赔偿工作的故事入选生态环境部评选的《十年——新时代中国生态环境保护故事》,“环境有价、损害担责”的理念日渐深入人心。

颗粒归仓 点粮成金

我市首笔“粮仓保”产品落地

本报讯(记者张水兰 通讯员袁钱林)23日,由南通市科创融资担保有限公司承保的首笔980万元“粮仓保”产品贷款,在交通银行南通港闸支行成功投放,涉农贷款利率低至2.5%。

“粮仓保”产品是由南通众和融资担保集团有限公司、南通市科创融资担保有限公司联合南通粮食集团旗下金穗仓储经营公司共同打造,旨在为粮食种植和贸易企业提供全面金融服务与风险管理解决方案。通过构建“仓储+担保”的创新模式,有效帮助粮食企业盘活库存资产,积极破解融资难题,将黄澄澄的稻子、麦子变成白花花的银子,实现“颗粒归仓、点粮成金”。

我市一家颇具规模的粮食种植企业在秋粮丰收后,库存规模较大,影响资金周转。“粮仓保”产品的出现,不仅让企业吃下粮食安全仓储的“定心丸”,还能通过仓单质押获得低成本贷款,极大缓解资金压力,使企业能够更灵活地开展生产经营活动。

展销9天销售额达350万元

新春年货供销大集提振消费活力

本报讯(记者陆薇)25日,由市供销合作总社、市农业农村局、市商务局联合举办的2025南通新春年货供销大集圆满落幕,9天时间约8万人次逛大集、购年货,现场销售额总计达350万元。

此次活动共有近160家企业、家庭农场、专业合作社参加展示销售,汇集南通各地近千种名特优农副产品、中华老字号、非遗产品,还广邀长三角地区、对口协作地区企业“供”聚大集,让南通市民感受浓郁年味,一站式服务让广大市民采购年货有了更多选择。

活动以“助农销售、便民消费”为主题,海安麻虾蟹、如皋黑塌菜、如东狼山鸡、通州石港年糕、海门山羊肉、启东海鲜、崇川卤肉等南通土特产深受市民喜爱。四川果冻橙、宁波汤圆、安徽六安腊味、新疆葡萄干、贵州老鹅等全国各地特色农产品也销售喜人,“本来就是想买点年糕,结果买了一大堆。”市民郭女士说,大集上物资品种丰富,为采购年货提供了很大的便利。

“这次大集我们带来了6—8款产品,其中南通传统大糕卖得最好。9天摊位总销售额近5万元,销售额最高的一天有9000元左右。”南通原绿农产品有限公司经理陆培培说,供销大集的举办对公司拓展销路很有帮助,不仅吸引了许多回头客前来复购,还与不少商超、饭店打开了未来合作的空间。

“此次新春年货供销大集是2025南通名优农产品推广年的第一站。”市供销合作总社党组书记、理事会主任张蓉蓉介绍,下一步供销社还将在上海、南京、南通各县(市、区)开展南通名优农产品推广活动,不断提升南通名优农产品的知名度和美誉度,助农增收、促进消费。

我市推出春节稳岗留工六项举措

(上接A1版)

同时,鼓励人力资源机构开展劳动力供给,“春风行动”期间为企业新引进5名以上员工且办理社会保险参保缴费满3个月的,按每人不低于500元的标准给予机构推荐就业奖励;实施“点对点”送工返岗,对本市企业或人力资源机构组织5人以上外地员工来通就业或返岗就业,省外劳务协作基地输送外地员工来通就业或返岗就业的,按不低于包车费用的50%给予交通费补贴。

为鼓励失业人员积极求职,我市将在“春风行动”期间,对在本市进行了失业登记的人员,给予一次性话费充值30元的求职补贴。此外,阶段性降低失业保险费率至1%、稳岗返还等稳岗政策,也将延续实施,支持用人单位稳定岗位、吸纳就业。

据介绍,为切实开展好“春风行动”,我市人社部门已在全市范围内组织开展了2025年度企业用工需求调查,覆盖1.2万余家各类企业。在此期间,全市将通过现场招聘、网络招聘、直播招聘等形式,举办约230场招聘对接活动,发布约12万个就业岗位,加强人力资源引进,保障我市企业全年用工需求。其中,仅正月就会有百余场招聘,确保天天有岗位、周周有招聘。

安全用妆,点“靓”美好生活

市场监管部门提醒:选购化妆品,记住这些要点!

爱美之心,人皆有之。化妆品已经成为人们扮靓自己必不可少的物品,种类也越来越令人眼花缭乱。但因选购、使用不当,导致“美颜”变“毁脸”的“翻车事故”层出不穷。

化妆品是指以涂擦、喷洒或者其他类似方法,施用于皮肤、毛发、指甲、口唇等人体表面,以清洁、保护、美化、修饰为目的的日用化学工业产品。我国《化妆品监督管理条例》将化妆品分为特殊化妆品和普通化妆品,其中,用于染发、烫发、祛斑美白、防晒、防脱发的化妆品以及宣称新功效的化妆品为特殊化妆品。

俗话说“一白遮三丑”,美白类化妆品在市面上种类繁多。一些不法厂家可能在美白类化妆品中违规添加汞、铅、砷等《化妆品安全技术规范》中规定的有害成分或是糖皮质激素、抗生

素等药用成分,以追求提升美白效果,迷惑消费者,谋求不正当利益。添加这些物质虽然可能会具有“立竿见影”的美白效果,但是使用后很可能危害消费者健康安全。例如,激素可能引起严重的过敏反应或使皮肤产生白斑;糖皮质激素可能导致依赖性皮炎;汞、铅等重金属物质可能引起器官功能损伤等。

因此,消费者在选购化妆品前,首先应该对自己的肌肤有一定了解,从实际情况和需求出发,选择适合自己的化妆品。选购化妆品时,要选择正规渠道购买,确认产品合法。化妆品应经注册或备案后方可上市销售,消费者需核对产品销售包装上标注的特殊化妆品“注册证编号”或普通化妆品“产品执行的标准编号”,必要时可登录国家药品监督管理局网站查询产品注册或备案信息。购买产品时,应要求商家提供发票或电脑小

票,并在上面注明购买化妆品的名称、生产厂家和生产批号等信息。

一些化妆品使用后可能出现水疱、红斑、丘疹、红肿等不良反应。市市场监管局建议,消费者在购买前先试用,取少量产品涂抹在耳朵后面或前臂内侧处,确定没有刺激或过敏后再购买。使用时应当仔细阅读化妆品标签,严格按照储存要求存放化妆品。如果发生化妆品不良反应,要牢记“一停二清三就治四报告”:一要立即停用所使用的化妆品;二要立即清理使用部位上的残留物;三是必要时应及时就诊;四要在就诊时带上所使用的化妆品及外包装,必要时做皮肤斑贴试验等辅助检查,同时配合医生上报化妆品不良反应报告。

特别提醒:化妆品不是药品,主要发挥清洁、保护、美化等

功能,其作用较为缓和,一般不可能速显成效。人体皮肤的生理代谢周期是28天,消费者要遵循科学,警惕虚假夸大宣传,不要轻信短期迅速美肤的“神话”,以免使肌肤变得敏感和脆弱。如果发现未注册或备案化妆品,应及时向当地药品监督管理部门投诉举报。

