

三元：乳品加工的保鲜秘方

“喝了几十年，还是认三元。”这句北京老百姓朴实的话，看似平淡，却有力地证明了三元在市场上的品牌公信力。对于北京三元食品股份有限公司（以下简称“三元”）而言，经过70年的发展，三元经典的玻璃瓶鲜牛奶陪伴了一代又一代人健康成长。



企业供图

6月26日，世界品牌大会权威发布了2019年《中国500最具价值品牌》榜单，三元以251.39亿元的品牌价值再次进入榜单。在奶业监管趋严的当下，严格执行合规给了推动中国奶业高质量发展的窗口，面对市场从消费的生存型需求转向改善型需求，品牌价值也体现了乳企究竟对品质智造投入的真金白银是否坚守初心。

提到品质，对于三元食品来说，有许多值得颂扬的故事。从北京牛奶总站开始，三元无时无刻不在为品质加码。

三元董事长常毅对北京奶业的深厚感情可以追溯到儿时，作为土生土长的北京人，小时候拿着奶证去奶站

取奶是一段难以忘却的记忆，可以说，这么多年来是一直与三元奶相伴成长。后来机缘使然，从奶制品消费者，成为了一名奶业的工作者，十多年来，作为奶牛养殖业、乳品加工业的企业管理者，常毅一直秉持用“非凡匠心”做“极致”产品的初心和精益求精、不断追求卓越的精神。

实际上，巴氏杀菌法是国际上通用的一种消毒方法。这种杀菌工艺通常采用72-85度左右的低温杀菌技术。既可杀灭牛奶中有害菌群，又能最大限度地保存牛奶中的营养物质与纯正口感。但是巴氏杀菌的牛奶受保存与运输等要求的严格限制，并不能满足

各个地方人群所需。对于一家企业发展来说，扩张的步伐将受之羁绊。

即便如此，为了恪守对产品的品质，三元成为国内首家实现超低温72度杀菌工艺生产巴氏鲜奶的乳企。通过国家专利的陶瓷膜微滤除菌技术和72度低温杀菌工艺的完美结合，最大程度保留了活性免疫蛋白和活性乳铁蛋白等营养成分，是普通牛奶的1800倍。

乳品的一大世界难题是牛奶在离开奶牛乳房后不会变得更好。换言之，奶源的质量决定了产品的质量。为此，三元建立了从奶牛育种、养殖到加工与物流等一整套完整的产业链，以保证牛奶生产全过程的可控性，打造出

一条乳品全产业链模式。这种模式不断被同行效仿。

正是因为对品质持之以恒的态度，三元创新亦可谓“星罗棋布”：从中国第一杯工业化生产的酸奶、第一包早餐奶、第一款通过临床喂养验证的爱力优婴幼儿配方奶粉、三元极致A2-酪蛋白纯牛奶，再到重磅推出的衡安堂166优效复合益生菌风味发酵乳，三元通过不断提升产品科技含量，持续为消费者提供安全、营养、健康的乳制品。

常毅将三元的“工匠精神”概括为“时间、极致和文化”。“时间”是指传承。好牛是产好奶的关键。一头种公牛=一辆奔驰车，三元企业文化展示长廊中，这幅宣传画最能引起人们的兴趣，也把三元对奶源的极高重视生动形象地传达出来。

值得关注的是，7月2日，三元全新包装正式上市，此次包装的全面换新是顺应新时代奶业以消费者需求为中心的升级。如今，在新中国成立70周年之际，通过三元产品包装换新、与故宫合作的“文创”牛奶上市、与国际接轨的极致A2β-酪蛋白梦幻盖牛奶崭新亮相……标志着三元品牌在年轻化、时尚化方面有了新的突破。

北京商报记者 蓝朝晖

WoW! 全新CT5快来了……



上汽通用汽车凯迪拉克品牌近日宣布，将于四季度推出全新后驱豪华轿车——凯迪拉克CT5，并首次公布外观官图。作为凯迪拉克采用全新命名规则下的第二款后驱轿车产品，全新CT5基于全新一代轻量化豪华后驱平台打造，首次搭载通用汽车全新一代电子架构，将惊艳突破的造型设计、细腻精妙的座舱布局、卓越精准的驾控感受以及革命性的移动互联新体验完美融合，成为凯迪拉克布局中型豪华轿车市场的全新力作。据悉，全新凯迪拉克CT5有望在9月5日开幕的2019成都车展上首次公开亮相。

凭借全新一代轻量化豪华后驱平台带来的50:50完美车身比例，全新CT5的整车外观设计堪称凯迪拉克轿车造型的风向标，不拘一格的优雅造型与灵动流畅的车身姿态完美融合，配合以

ESCALA概念车前瞻设计语言为灵感的溜背式轮廓，及全车四周极具雕塑感的特征线，呈现令人惊艳的整车设计视觉效果。凯迪拉克CT5也将延续品牌双外观设计策略，推出风尚版和运动版车型，为生活精英带来“新美式豪华”的品位之选。

正如凯迪拉克总裁史蒂夫·卡莱尔所言：“全新CT5充分展现凯迪拉克打造豪华后驱轿车的深厚底蕴和品位格调，丰富的细节和层次，创造出令人愉悦的感官享受，更带来无与伦比的驾乘体验”。

作为凯迪拉克品牌轿车型谱上的重磅产品，全新CT5将刷新豪华后驱轿车定义，并进一步夯实凯迪拉克产品矩阵，成为引领凯迪拉克品牌持续进击中型豪华轿车市场的一股新生力量。

