

聚全球好盐 鲜百姓生活

浙资运营所属浙盐集团45周年“雪涛”品牌建设保障民生

钟悦 周洪福

杭州亚运会已进入筹备的最后冲刺阶段。近期，杭州亚运会官方食盐供应商——浙资运营所属浙盐集团在杭州地标钱江新城灯光秀和无人机机群秀中绝美亮相。通过从纯净盐田到餐桌的系列场景演绎，浙盐集团成立45周年以来的匠心之作依次呈现，并吸引了世界消费者的目光。

今年，是杭州亚运年，也适逢浙盐集团成立45周年。7月，国务院国资委发布了《2023国有企业品牌建设典型案例》，浙盐集团“构建雪涛传播矩阵 打造中国一流精品盐品牌”案例成功入选，实现了浙盐集团45周年老品牌的焕新发声。



浙盐集团食盐放心消费公益科普活动

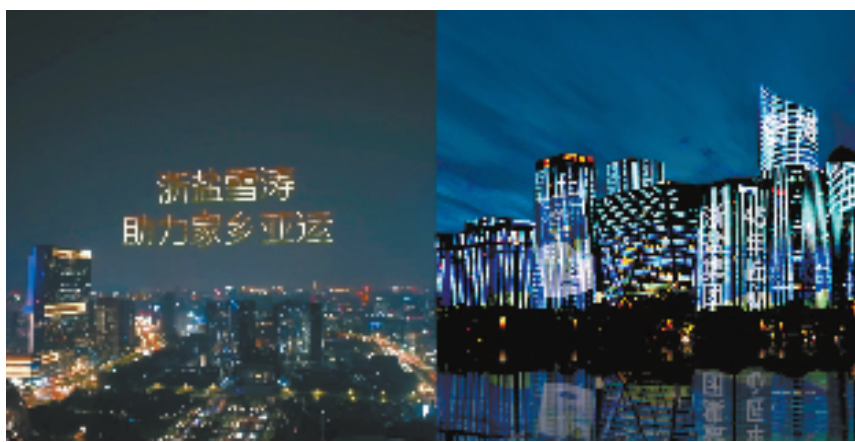
井矿盐……浙盐“雪涛”系列产品汇集全球高品质食盐原产地，从源头就保障了“雪涛”产品的高品质。

这段时间，来自各国的运动员已入驻亚运村。浙盐亚运系列食盐产品通过包装向国内外参会人员传递西湖断桥、雷峰塔等杭州特色文化的同时，也向普通人倡导了运动健康的生活方式：健康平衡盐，受到健身运动人群喜爱；低钠盐，用部分氯化钾替代了氯化钠，减少人体氯化钠的摄入；今年刚上市的0系列产品，内含青海湖盐、竹盐、低钠盐等消费者喜爱的6款产品，不加抗结剂和碘，不断满足消费者对美好盐品的追求。

据浙盐集团技术负责人介绍，“借助亚运东风，我们明确了‘全产品线分系列塑造’的核心思想，推出‘美学、平衡、自然’三方面的产品系列，创新生产技术和工艺设备等，拥有各类专利66项。”比如“减钠指数”概念产品，在“运动健康”系列食盐中加入不同比例的绿色食品添加剂氯化钾。在保持相同咸度的前提下，减少和控制“钠”的摄入量，满足身体健康平衡的需求，真正做到“减盐不减咸，低钠更健康”。

立体矩阵 讲好浙盐故事

浙盐高端、自然、健康、营养的品牌



无人机和灯光秀



浙盐集团“雪涛”品牌精品食盐形象背后，是其探索走出的一条具有浙盐特色的品牌引领提升之路。

面对盐业体制改革以来复杂的市场环境，2021年4月，浙盐集团全面启动“雪涛”品牌建设工程。在提升产品品质、丰富创新产品的基础上，通过涵盖官网、微信、视频、销售平台、内容传播平台等各类传播渠道和载体，打造了品牌形象传播、企业平台传播、产品理念传播等“八位一体”的立体式传播矩阵，不断提升“雪涛”品牌知名度和影响力。

今年春节前夕，“兔年到 如何选健康盐”这一话题登上微博热搜榜，受到热议和肯定；3月，一场“女性关怀月 优享健康盐”公益活动在杭州湖滨步行街举行，20万人次现场见证了这场活动，直播相册线上浏览人数达到17.5万人次；5月，浙盐专营公司与横店影视股份有限公司携手影片前广告合作，向

观众展示浙盐“雪涛”精品海盐的鲜活之美……

几场重大的“出圈”传播事件，让“雪涛”品牌在短短的两年多时间内迅速走入千家万户，通过文字、短视频等方式讲好浙盐故事、传播浙盐声音。

通过构建雪涛传播矩阵，浙盐“雪涛”品牌影响力得到持续提升。浙盐“雪涛”荣获“全国十大食盐品牌”“70年70品·美好生活品牌”“长三角名优食品”“浙江省名特优食品”荣誉称号，并先后成为G20杭州峰会选用盐和杭州亚运会官方指定食用盐。

全力守护 彰显国企担当

民生无小事，食盐总关情。全力保障我省食盐质量安全、供应安全和价格稳定，守护好人民群众的“盐罐子”，这是浙盐“雪涛”的一份责任担当。

有备而来，才能从容应对。一直以来，浙盐集团密切关注食盐市场动态，强化市场形势分析和研判工作，同时通过迭代升级的“数字浙盐”系统，实时监控全省食盐质量和供应安全情况。因

此一旦出现供应异常，集团可第一时间响应并快速进行调配，充分满足食盐市场供应需求。

一直以来，浙盐集团以满足人民群众日常基本生活需要、维护社会和谐稳定为己任，在各个环节提前布防、未雨绸缪，用实际行动筑牢保供防线，切实发挥了国企“顶梁柱”“压舱石”的关键作用，为全省提供稳定的食盐保障。

新起点，新使命，新征程。未来，浙盐“雪涛”将持续聚焦健康浙盐、科技浙盐、数字浙盐，加快实现资产证券化的“3+1”战略，从主业上不止于咸、产业上不止于盐、资本市场上不止于IPO“三个不止于”出发，最终实现“三大战略转型”，即由传统企业向现代企业转型、由区域性公司向全国性公司转型、由单一盐品企业向综合型调味品企业转型，力争将浙盐“雪涛”打造成服务民生、国人喜爱的民族品牌，力争将浙盐集团发展成为一家基业长青、受人尊敬的优秀企业。



“雪涛”盐源地之青海察尔汗盐湖



“雪涛”盐源地之澳洲鲨鱼湾

(图片由浙盐集团提供)

盛世中国 精彩亚运

相约杭州 你我同行

中国华融资产管理股份有限公司浙江省分公司预祝亚运健儿取得好成绩

精彩亚运
魅力浙江