

# CTO亮相,“天目蓝云”暨应用场景发布,技术生态联盟成立 传播大脑举行首次产品发布会

本报记者 金春华

3月28日,传播大脑科技(浙江)股份有限公司(以下简称“传播大脑”)在杭举行首次产品发布会。由中共浙江省委宣传部指导、浙江日报报业集团和浙江广电集团合力打造的省级融媒体云“天目蓝云”亮相,全省媒体融合“一张网”建设启动。

传播大脑成立于今年1月18日,是浙江“传媒舰队”的技术底座和动力引擎。它在挂牌两个多月后发布的首张“成绩单”,标志着浙江全省媒体技术一体化发展、省市县三级媒体融合“一朵云一张网”迈出第一步。

去年12月,传播大脑以百万年薪面向全球招聘CTO,应聘火爆。昨日,这位CTO正式亮相。他叫张健,是一名准90后,清华大学硕士、中科大电子信息博士在读,曾在百度负责媒体行业产品研发管理

工作,担任过人民日报新媒体首席技术官、人民网产品总监。

张健现场发布“天目蓝云”。以浙报“天目云”和浙江广电“新蓝云”为基础整合推出的“天目蓝云”,是浙江全省统一的新型智能化融媒体技术平台。它以“建设一张网、聚焦移动端、做强主阵地、拥抱新智能”为目标,一改浙江省内各级融媒体平台各自为战的旧格局,通过打造引领媒体变革的技术集成中心、数据交互中台、融合传播中枢,形成省域媒体融合的技术底座,为全省“一张网”提供强有力的技术支撑。

“天目蓝云”发布了“融媒通”“智岛”“洪泽”三大应用场景。

“融媒通”致力于成为内容创作者的“首席助手”。“融媒通”将依托11家市级党报、90家县媒、1700余家机构共建的浙江融媒共享联盟,通过体制机制创新与业务流程重塑,构建起一个“用户共享、

内容共享”的一体化传播体系。

“智岛”,用数字感知品牌。在政府品牌领域,“智岛”可通过辅助决策系统、宣传内容多级共享平台与案例沉淀知识库构建品牌连结,以图文、视频、H5等全形态能力参与策划、制作、发布、传播全流程工作;在企业品牌领域,“智岛”能以品宣内容管理及风险筛查平台实现品牌资产统一化管理,以舆论场安全巡查平台护航品牌安全;在城市品牌领域,“智岛”通过构建城市形象感知系统、地方特色资源库以及队伍统一管理系统,以一键智能向海内外分发城市品牌内容,提升城市品牌价值。

“洪泽”是全国首个省市县一体化数字营销平台,拥有聚合省域主流媒体流量、沉淀挖掘用户数据价值、激发媒体品牌商业潜能三大能力。

同日,传播大脑技术生态联盟成立,传播大脑分别与阿里、百度两家“大厂”现场签订合作书。



3年前的西湖啤酒

## 29元一瓶的新“西湖啤酒”上线 你记忆中的西啤什么味

景区文创店等处能买到,后续还将开发龙井味、桂花味、荷香味

本报讯 “瓶体设计,采取了西湖的天、山、水三种元素,上面标明醉西湖品牌,瓶体后面有亚运会官方标志。”

3月28日,杭州楼外楼,方桌上这些黄绿相间的瓶子告诉人们:这次亮相的西湖啤酒,不一般。

当天上午,西湖消费提振创新模式成果展暨杭州2022年第19届亚运会官方制定啤酒上市发布会在楼外楼孤山总店举行。

“西湖啤酒·醉西湖”作为亚运会官方指定啤酒,由杭州西湖风景名胜区政府管委会与华润雪花啤酒浙江区域公司联合推出。鲜明的颜色、铝制的瓶身、流畅的曲线、亚运的标识,都展现了新产品的创新,代表着杭城韵味。

### 29元一瓶 可在景区文创店、餐饮店等买到

据主办方介绍,这次新推出的“西湖啤酒·醉西湖”将三潭作为设计的主要元素与产品结合,同时加入雨水滴入湖面的波纹体现雨水概念,“尽显西子风韵”。

整体包装以断桥为雏形,化繁为简用线稿勾勒大致形象,增强其视觉冲击力,与“西湖”主题紧密结合。

“这款‘醉西湖’选精制小麦,85度3小时麦芽焙香,用两次煮出法糖化,再用数小时分步升温,缓速萃取麦芽精华,整体喝起来味道比较绵韵醇厚。”工作人员说,这款啤酒比较适合搭配杭帮菜,售价29元一瓶,可以在杭州西湖景区的文创商店、餐饮、游船等地方买到:“西湖啤酒作为长线品牌,后续还会推出五六个口味,比如龙井茶、桂花、荷香味道的啤酒,价格也会更加亲民。”

### 西湖啤酒20年前曾风靡一时 办过啤酒节、请过摇滚乐队

在老杭州心里,西湖啤酒的名号那可是响当当的。

杭州御西湖酒业有限公司啤酒事业部总经理秦琦伟,曾是老底子西湖啤酒厂的销售员,他是1996年进厂的。“当时,杭州有三个啤酒厂,钱江啤酒、西湖啤酒和麦饭石啤酒厂。”秦琦伟告诉记者,那时西湖啤酒在杭州市场上所占的份额最大。

在杭州,西湖啤酒曾火到什么程度?

每到夏天,杭州就会举行热热闹闹的西湖啤酒节,有一年是在太子湾公园里举办了这场盛事。

啤酒节上,年轻人聚集在一起,不仅可以畅饮啤酒,还能感受音乐。主办方曾请来崔健、黑豹乐队等摇滚明星到场,让大家在音乐和啤酒中欢度盛夏时光。

不少杭州人的青春,都和西湖啤酒联系在一起。

一周的啤酒节,流量能达到万人。

西湖啤酒的兴盛,不仅仅是革新的工艺,更是从理念上强调“杭州人自己的啤酒”。

西湖啤酒前身为杭州桃园岭啤酒厂,1958年建厂,是浙江省第一家啤酒厂。

“当时厂址在西溪路上,天然泉眼的水源甘甜清澈,堪比虎跑泉水,我们每日限量取用20吨左右,酿造出西湖啤酒。酒瓶包装上,也处处体现出西湖风味,比如一个扇形logo,加上西湖杭州话(siwu)的拼音缩写,杭州人一拿起来,就知道是西湖,特别贴近杭州人的心理。”

2000年至2008年,西湖啤酒进入发展全盛时

期,在杭州的市场占有率一直非常稳定,最高曾达到79%。

“西湖啤酒分了很多门类,专供餐饮的纸箱啤酒,零售的塑框啤酒,夜场的小只330毫升啤酒。”大街小巷的店内、朋友聚餐的餐桌都能看到西湖啤酒的身影。

2011年,西湖啤酒被华润雪花收购,开辟了一部分的线口,生产“御西湖”品牌产品。

“现在又开辟了醉西湖西湖啤酒,酒体选用最好的,一方面复兴传统,发扬地方特色酒,另外一方面,也是对外展示的需要。”秦琦伟表示,后续会全面铺开西湖啤酒的销售渠道,希望能够再创辉煌。

本报记者 章然  
通讯员 斯金叶

