

[迎接中华人民共和国建国七十周年——名优企业在行动]



乔恩天赐藏享董事长乔琼接受本报记者采访表示：未来天赐藏享要做的仍然是用感恩之心做好产品和服务

用感恩之心做好天赐藏享健康事业

——乔恩天赐藏享董事长乔琼谈不忘初心践行责任

■ 本报记者 何沙洲

“宝剑锋从磨砺出，梅花香自苦寒来”。乔恩天赐藏享贸易有限公司几经历练，从一个甘肃藏区卓尼县的商贸公司，发展到今天已在甘肃省内及省外建立起稳定的销售渠道（省内兰州、合作、定西等，省外云贵川、深圳、西安、天津、北京、郑州等），并与国内知名渠道“欧尚、人人乐、永辉、盒马鲜生”及川渝地区30多家连锁商超、餐饮达成合作，市场的占有率和产品创新、研发力都已有一定的优势。特别是在致力于做成西南最大的家庭牛排生产供应商上，其成绩堪称业内“黑马”！

“乔恩天赐藏享创业3年了，成长历程是几多起伏，我要用最真诚的心来感谢大家，凭借着大家的热心、爱护和培育，一起和乔恩天赐藏享走到今天！”乔恩天赐藏享公司董事长乔琼在2018年12月28日举行的“感恩、奋进、成长”乔恩天赐藏享2018年度年会暨2019年迎新会上感叹，“正是由于每一位天赐藏享人的齐心协力、开拓进取，正是由于每一位合作伙伴的信任和支持，为天赐藏享的发展聚进了激情和活力，我们才能克服困难、力争向上。”

乔恩天赐藏享公司董事长乔琼、四川乔恩天赐藏享食品有限公司总经理罗成带领员工在年会上表演《感恩的心》手语舞，以此真诚感谢长期以来支持和信任天赐藏享的各位合作伙伴、经销商和消费者。

“感恩是天赐藏享企业文化的精髓，用感恩之心做好健康事业是天赐藏享一如既往的初心。”乔琼在接受本报记者采访时说，“羊有跪乳之恩，鸦有反哺之义”，是大家的支持，天赐藏享才有不畏前行的勇气，未来天赐藏享要做的仍然是用感恩之心做好产品和服务，用感恩之心继续加大与经销商伙伴之间的合作，在服务健康中国的建设中携手共赢，共赴新征程，开创更辉煌的明天。

幸福感从享受“天赐藏享”开始

记者：我在年会上听见您谈起乔恩天赐藏享创业三年发出的感叹，看到您谈起乔恩天赐藏享创业三年流下的眼泪，您的感叹、眼泪要表达的是什么？

乔琼：我情不自禁的感叹、眼泪是感谢经过三年磨难，让自己拥有了一个对天赐藏享不离不弃的团队，让自己拥有了一批信任和支持天赐藏享的经销商。实际上，在乔恩天赐藏享之前我已创业多年，我在英国本科和硕士分别读了国际贸易和科学管理，回国后因为喜欢英语，在成都一家培训学校做了半年英语教师后，就到乐山创办了乔恩教育做英语培训。有了一定资金积累后，我就想把教育资源带回家乡，2012年在卓尼又开了英语培训校，我要让更多家乡的青少年走出藏区，去开阔眼界，去提升生活质量和报效社会的能力。

三年前创建“天赐藏享”，目的是要将甘南藏区的最天然、最生态、最绿色、最安全的土特食品送到全国各大城市千家万户的餐桌，也是要将甘南藏区的资源优势转化为经济优势。因为甘南藏区的土特食品品牌知名

度还不是很高，开始推广起来很辛苦，是依靠甘南“天赐藏享”食品的珍稀品质和我们用心做事感恩服务，赢得了经销商和消费者的“口碑传播”，市场销售2018年度已呈现100%以上增长。

更重要的是天赐藏享走过了3年的生存期！目前，国内的一项权威研究表明：中国民营企业的平均寿命为2.9年。在藏族佛教文化中，数字“3”是很奥秘的，比如，用“3”来标志日、月、星三光；用“3”来标志天上、地上和地下；用“3”表明无量寿佛、尊胜佛母和白度母，是谓“长命三尊”等，“3”是表达吉祥的。天赐藏享经过3年风雨成长迈过了2.9年这个“坎”，从2019年进入发展期。只要我们不忘初心感恩做事，一定会到达理想的彼岸。

记者：您将品牌商标取名为“天赐藏享”，是缘于您与藏区的情怀？

乔琼：可以这么说。我是从小生活在青藏高原的甘南藏族。青藏高原以高亢的地势、寒冷的气候，被称为“世界屋脊”，大自然使雪域

本的服务，让享受天赐美食的每一个人因此获得喜悦的感受，体会到幸福感从享受“天赐藏享”开始。这也是天赐藏享牛排等产品迅速进入国内知名渠道“欧尚、人人乐、永辉、盒马鲜生”及川渝地区三十多家连锁商超、餐饮被消费者喜爱的原因。

为全国人民送健康，为中国的消费升级服务

记者：据了解，乔恩天赐藏享在致力于将甘南藏区的最天然、最生态、最绿色、最安全的土特食品送到城市千家万户餐桌的同时，还在成都建造基地生产家庭牛排，为什么将西餐家庭牛排作为主打产品？

乔琼：乔恩天赐藏享是一家以西餐家庭牛排冷冻食品、牛肉干、卤牛肉等休闲食品为主营业务的公司，专注于高原生态肉食品开发、加工、贸易于一体，主要产品有原切调理牛排、牦牛、藏羊、土鸡、野猪、野生菌等天然珍稀生

一句经典的名言：“企业的唯一目的就是创造顾客。”随着全社会生产能力的提高及信息传播环境的改善，消费者选择的余地越来越大；今日的消费者已变得更加理性，甚至更加挑剔，大家都将产品品质和企业品牌作为选择的重要条件之一，企业能够准确地满足或创造顾客的需求已越来越难。我们就在做产品上用“心”，将产品质量和服务水平持续改进，把满足经销商和消费者的现有和潜在地需求作为对彼得·德鲁克先生这句话的诠释。

大多数人将牛排看作高端饮食代表，印象中牛排价格也是比较昂贵，而天赐藏享目前根据市场的需求开发的沙朗牛排、西冷牛排、菲力牛排、儿童牛排等八款家庭牛排产品，与高档西餐厅牛排是同样的口味，且都是选用肉质鲜美的优质牛肉，然而亲民价格，以价值营销取代价格营销，目的是让广大牛排喜爱者在家里就能品尝风味独特的西餐美食，提供更舒适、自在、温馨快乐的消费方式，利用产品的功能或者利用服务来满足更多客

是合作伙伴，始终贯彻诚信经营，感恩服务，在牛肉原材料价格暴涨、疯涨、狂涨的情况下，我们始终坚守着自己的“道德底线”，坚持高标准、高质量，工艺不少、材料不减、标准不降，坚持用原切牛排，不做任何添加，几乎百分百保留优质牛肉的天然口感与外观，感恩服务每一位顾客。

更重要的是，天赐藏享将在“大趋势”中良好发展。中国迎来了改革开放40周年，2019年又是中华人民共和国建国70周年，天赐藏享将在党的十九大提出的“实施健康中国战略”方针指导下，主动向高端、优质、绿色领域进军，为全国人民送健康，为中国的消费升级服务，这是天赐藏享要做大做响义不容辞践行的责任。

记者：是的，企业一定要审时度势，顺势而为，才能良好发展。展望未来大健康产业的发展趋势，我相信天赐藏享会有好的发展前景。关键是天赐藏享接下来要怎么做？

乔琼：天赐藏享目前和下一步最紧要的



乔琼希望更多甘南藏区生态食品走进城市家庭



年会上为天赐藏享优秀员工颁奖合影



深圳商务考察团到天赐藏享对接特色资源



乔琼在成都为甘南巧手妇女骨干培训



客商们与喜爱的天赐藏享松茸牦牛排合影



乔琼深入贫困街了解帮扶工作



打造智慧牧场新模式



消费者在超市购买天赐藏享牛排



消费者在超市购买天赐藏享牛排

态制品。公司在成都温江工业园建成了高标准肉食品精深加工厂。将拳头产品定位为进入家庭的西式牛排，与我在藏区从小就吃牛肉和在英国留学几年喜欢吃牛排有关，更主要是我们经过观察分析市场和行业发展，看到随着消费者对健康的日益重视和对生活品质的追求，牛排这道源自欧洲的经典美食备受大家的欢迎；而且牛排的营养价值还非常高，中国很多人已有吃牛排的习惯，这几年双十一、双十二生鲜产品销售，牛排位居前三，且不断超前，看得到牛肉相关产品，牛排搜索量最高，市场需求广，那么多忙于工作的人没有时间去西餐厅享用牛排，而且现在市面上的牛排西餐品牌泛滥和口感同质化的问题，消费者不知道怎么选择。对此，天赐藏享通过对市场和消费者深刻的理解，发现许多人就想购买高品质的西式牛排带回家煎，在家里放上自己喜欢的音乐，配上一杯红酒吃牛排，享受家的温馨浪漫。我们就这样决定做行走的西餐厅，把美味牛排送进千家万户。

记者：食品安全和性价比始终是消费者的首选，您认为怎样才能打造好天赐藏享这个行走的西餐厅？

乔琼：美国著名管理学家彼得·德鲁克有

户的需求。同时，2018年我们研发了全国的首款松茸牦牛牛排，让消费者在享受中也感觉到这是一种身份、地位的象征。

记者：无疑，随着市场竞争日趋激烈，单纯靠产品说话的时代正在被取代，市场的理性化发展使得品牌服务被更多的消费者所关注。“天赐藏享”的目标要做西南最大的家庭牛排生产供应商，如何才能将这个品牌做大做强呢？

乔琼：“天赐藏享”不是要挂在墙上的品牌，而是将“顾客至上 诚信为本 以质取胜”的理念落实到生产和销售每一个环节的执行力中。这些就是企业做优保持常青最重要的要素。“天赐藏享”的目标要做西南最大的家庭牛排生产供应商，如何才能将这个品牌做大做强呢？

很多企业都在创造品牌上急功近利，但常青的产品和品牌，决不仅仅是靠营销、促销所决定的，真正留住消费者心智，从感知、接受到忠诚，一定需要良好的、一贯的产品品质领先和卓越作保障。天赐藏享不论对消费者还

还是练好内功，提升企业软实力，更好地传播天赐藏享健康消费理念，使更多人去关注自己和家人的健康和生活品质。当然，当今的消费者已不再是产品与服务的被动接受者，他们比以往掌握更多的知识、信息与技能，传播天赐藏享健康消费理念的基础是做好产品和服务。通过政企服务大数据平台，我们会更好地将雪域高原牧场得天独厚的自然优势与国内外消费者分享，也将更好地在产业扶贫上做出更大贡献。

这几年，乔恩天赐藏享将卓尼全县乃至甘南全州特色资源输出至成都、深圳等大城市，以及助力产业扶贫致富上都得到了州、县及成都、深圳等地肯定。天赐藏享下一步还要做很多事，在2018年度的年会上，就启动了天赐牧场APP和甘南州政企服务大数据平台项目，我们将通过建设智慧牧场，通过互联网让顾客吃到的每一口肉都能追溯到源头，每个产品上面可以制作一个二维码，二维码里面的内容可以让客户知道，他的这块牛排来自哪头牛，哪个部位，以此来升级产品本身及产品服务。通过政企服务大数据平台，我们会更好地将雪域高原牧场得天独厚的自然优势与国内外消费者分享，也将更好地在产业扶贫上做出更大贡献。