

## 企业家日报

ENTREPRENEURS' DAILY

Chinese brand  
weekly

东裕·汉中仙毫协办

今日 4 版 第 066 期 总第 10046 期 企业家日报社出版 值班副总编辑:肖方林 主编:赵敏 责编:袁红兵 版式:黄健 全年定价:450 元 零售价:2.00 元

2021 年 3 月 21 日 星期日 辛丑年 二月初九

吉林省农业品牌建设  
成绩斐然

冯超

据吉林日报报道,2020 年底,吉林省农业品牌体系基本形成,围绕农业的“五张名片”,该省在加强统筹推进和规划引领的同时,构建区域公用品牌、企业品牌、产品品牌相协调的品牌矩阵,重点培育出 98 个区域公用品牌、180 个企业品牌、200 个产品品牌。

目前,吉林省白金(大米)、黄金(玉米)、彩金(杂粮杂豆)、铂金(人参)、黑金(黑木耳)五张名片品牌影响力显著增强。梅河大米等 4 个区域公用品牌被中国农交会授予“中国百强农产品区域公用品牌”称号。“吉林农嫂”鲜食玉米、“德乐圆”鲜食玉米、扶余四粒红花生、查干湖黄小米等 25 个农产品品牌获得全国农交会金奖产品称号。抚松人参、汪清黑木耳、舒兰大米、九台贡米、榆树大米等 11 个区域公用品牌入选全国 300 个农业区域公用品牌名录。省内 48 家农业企业入选全国名特优新产品目录,493 家省级农业产业化龙头企业品牌录入中国农业品牌公共服务平台。

**品牌质量日益提高。**“十三五”期间,有效使用绿色食品、有机食品和地理标志农产品标志的产品达 1382 个。创建全国绿色食品原料标准化生产基地 23 个,制修订人参国际标准 1 项、国家标准 14 项、地方标准 46 项。纳入省级追溯平台管理的生产主体 800 多家,纳入国家级的 728 家,纳入国家追溯平台管理的检验检测等机构 189 家。

**品牌价值不断提升。**“吉林大米”入选 2016 年 G20 峰会和里约奥运会中国女排指定用米;“长白山人参”以 190.48 亿元的品牌价值荣登“2017 中国农产品区域公用品牌价值全国百强品牌”榜首,“双阳梅花鹿”以 46.79 亿元位列第 23 名;“长白山人参”获泰国曼谷亚洲国际农业博览会“2018 亚太知名特产”“2018 中华品牌商标博览会金奖”、2019 年农产品区域公用品牌“神农奖”“2019 中华品牌商标博览会金奖”、中国农业品牌“十佳品牌案例奖”及“品牌声誉十强”等殊荣,注册获得马德里联盟 82 个缔约国及 10 个特定国家和地区国际商标保护。

**品牌带动作用效果明显。**品牌建设促进了农产品增值、生产企业提质增效和农民增收。人参、木耳、梅花鹿等品牌产品已成为优势产区所在县主导产业,有效拉动了地方经济增长,带动乡村产业振兴。全省人参产业综合产值约 570 亿元,成为东部山区农村经济的支柱产业,人参种植的主要来源,黄松甸黑木耳市场年吞吐量 3 万多吨,交易额达 21 亿元;汪清县天桥岭黑木耳大市场年销售达 1.5 万吨,交易额 16 亿元。双阳梅花鹿年产业产值达 60 亿元,占双阳区经济总量的 21.7%。结合特优区创建,带动参与生产农民人均增收 800 元。

品牌展会经济收效明显。借助全国农交会、长春农博会以及浙江省杭州市举办“吉林优质农产品宣传周”等活动等平台,以会展经济提升品牌产品市场占有率。2019 年首次举办全国百户农业企业进吉林活动,协调中国农产品市场协会,邀请全国 100 多个农产品批发市场、大型商贸流通企业代表来我省开展产销对接,达成一批合作项目,现场签约额 9.3 亿元。2020 年依托开梨网等线上平台,建设吉林省农产品产销对接平台,并于 5 月 14 日与省商务厅联合下发《关于加强吉林省农产品产销对接平台应用完善农产品预警机制的通知》。目前,农产品产销对接平台已经有 93 家商家入驻,200 多个品牌农产品上线。有 23 家采购商、5 家服务商入驻,20 个农业农村部门、7 个商务部门应用此平台。

## 本报监督公告

凡本报工作人员必须持有有效证件。本报人员个人不得以新闻舆论监督之名向企事业单位和社会各方面收取任何费用;本报任何个人不得以任何理由向企事业单位和社会各方面收取现金,广告等宣传需正式签订本报合同并通过银行汇款到报社账号,不得以任何理由收取现金或转付到与报社无关的其他账号。

举报电话:028-87344621  
企业家日报社

新闻热线:028-87319500  
投稿邮箱:cjb490@sina.com



## 陕茶在资本市场又有大动作

## 东裕茗茶引进4430.4万元战略投资



东裕生物科技总经理张为国

陕西茶叶看陕南,陕南茶叶看汉中,汉中茶叶看西乡。日前,西乡茶企在资本市场又有大动作。

3 月 17 日陕西东裕生物科技股份有限公司、陕西太白山秦岭旅游股份有限公司、陕西汉江药业集团股份有限公司三方在西乡东裕茗茶签订战略合作协议,东裕茗茶引进投资 4430.4 万元,注册资本由人民币 5850 万元增加到 7000 万元。

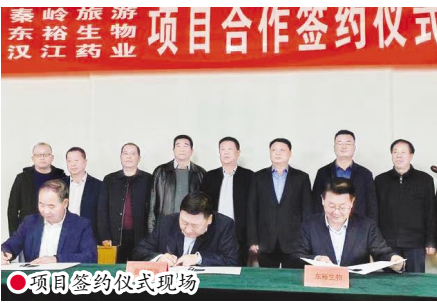
2021 年是乡村振兴开局之年,茶产业作为陕西 3+“x”特色产业之一,是脱贫攻坚和乡村振兴的主导产业。正是新茶上市之际,东裕茗茶在资本市场的动作对陕西茶产业发展无疑是注入了一剂强心针,也为陕西乡村振兴开好头,起好步。

近几年,陕西茶叶企业在资本市场鲜有动作,此次千万元级别的投资让各界看到陕西茶叶发展的市场潜力,也为东裕茗茶提供了大量的流动资金,必将会在茶旅、深加工等领域再做突破。

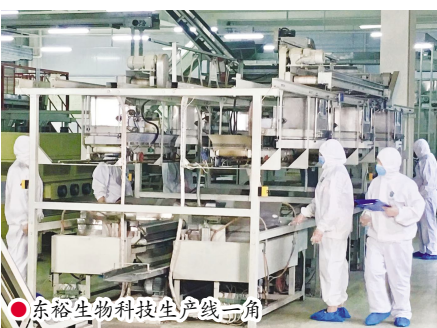
茶产业是一个大健康产业,也是一个三产融合的产业,从茶叶的种植、采摘、加工、包装到绿茶、红茶、白茶、黑茶、抹茶、茶多酚等加工产品再到门店、茶艺、茶点、茶餐、茶馆等消费端,涵盖了一产、二产、三产。茶产业的快速发展,也带动了茶食品、茶饮料、茶保健品以及茶贸易、休闲观光、文化交流等相关产业的发展。

笔者从陕西省园艺站了解到,截至 2020 年底,陕西省茶园面积达到 296.4 万亩,干毛茶总产量 11.3 万吨,一产产值 183.3 亿元。业内估算时,茶叶一产产值到三产综合产值的比例为 1:4 以上,按照目前陕西茶叶一产产值 183 亿估算,茶叶综合产值至少在 700 亿元以上,而随着消费升级,茶叶在商品、茶饮、大健康等领域还有大有可为。

“农业没有工商资本的介入,很难做大做强。”东裕生物科技、东裕茗茶总经理张为国认为,茶园基地建设投资大、见效慢、周期长,银行贷款可以为企业补充流动资金,但作为



项目签约仪式现场



东裕生物科技生产线一角

长期资金来源未必合适。

2011 年 11 月下旬,东裕茶业公司就在陕西茶企中率先进行股权融资,引入汉江药业进行股改。汉江药业先后两次共投资 3000 万元,为东裕在流动资金和产业升级上提供了充分的发展资金,也让东裕从产值不足千万发展到了现在的公司资产、品牌价值、产值三过亿。

张为国回顾,过去十年来,汉江药业与东裕生物携手合作,深耕健康大产业,通过体制创新和加强管理,围绕经营目标,狠抓品牌建设和市场销售渠道建设,东裕生物从茶叶种植、基本茶类精制加工、向茶多酚提取、茶食品开发、茶园观光旅游领域推进,构建了从生态种植、清洁加工、成分提取、茶食研发、市场营销、茶旅融合的全产业链,成为陕西茶叶产业的标杆企。

此次增资,新引进的陕西太白山秦岭旅游股份有限公司是一家集旅游观光、索道建设运营、旅游客运、传统文化产业开发为一体的陕

西著名企业,是陕西旅游业的一张靓丽名片。

作为一家深耕旅游市场的企业,投资茶产业,必将为东裕的发展带来新的理念、新的管理,新的机遇,特别是在东裕汉茶养生谷等茶旅融合项目上,带来全新的推动和发展方向。

东裕茗茶早年提出的汉茶养生谷茶旅项目涵盖了“食、住、游、乐、购、养”等各个方面,意图打造集茶园观光休闲、园林山水艺术、汉茶历史文化展示、绿茶的安全、清洁、现代化加工示范为一体的农业综合园区,但因资金投入问题一直搁浅。此次增资,势必会推动该项目的快速落地和实施。

“规模小、分布散、实力弱”,是目前整个国内茶产业的基本格局,业内就有“中国七万家茶企不敌一家立顿”的说法。据汉中市农业农村局数据显示,仅东裕茗茶所在的汉中市,茶叶产销企业就达 1842 家,但其中只有东裕 1 家国家级龙头企业。而全省除了东裕外,也只有陕西苍山秦茶集团有限公司、平利县女娲峡茶叶有限公司两家国家级龙头企业。

作为陕西茶企中为数不多的几家国家级农业产业化龙头企业之一,此番一系列在资本市场的操作也让外界看到了东裕茗茶打造陕茶典范的决心和实力,以及东裕公司不断创新的多元化发展理念。

“龙头企业的快速崛起将引领和带动陕西茶产业的提质增效和高质量发展,也必将在乡村振兴中写下浓墨重彩的一笔。”在张为国看来,中国茶产业经过这么多年发展,整个行业正在从“分”走向“合”的时代,这就要求陕西的茶企有更大的思维格局。陕西的茶企需要进一步解放思想,充分借助现代企业经营理念和各类金融工具,主动参与到行业转型升级大趋势中,实现企业进一步做大做强。

张为国表示,今后,东裕茗茶坚持以质量效益为导向,以打造绿色为核心,以科技创新为驱动,完善产业布局,加大市场开发,加快培育“独角兽”产品,不断扩大西乡茶在全国的知名度、美誉度,为县域经济的高质量发展,加速乡村振兴展现东裕担当。(东文)

## 发力自有品牌 本土新零售企业打造“白领食堂”

张钰芸

手工制作的咸蛋黄芋泥青团结合传统与创新,四种咖啡豆拼配的澳白带来浓郁香味,结合当下时令,鲜笋菜心成为春季便当的首选……伴随消费者对于商品需求的升级迭代,刚刚迎来两周岁的逸刻,正在发力自有品牌,逐步完成从零售商向创新自研型零售生产商的转变。

据新民晚报报道,上海被视为中国便利店发展最成熟城市之一,但大街小巷的店铺中,外资品牌依旧占据主流。以“线上线下全渠道数字化布局”的新零售姿态切入这一赛道,逸刻作为上海本土品牌,将在创业两年之后有哪些新作为?强化供应链,开发自有品牌



逸刻正在发力自有品牌

商品,成为其攻克重点。

“2019 年 3 月 11 日,逸刻的首家门店落地上海静安,如今有近 130 家网点遍布上海大街小巷,累计服务超过 800 万人次顾客,逐

渐成为 CBD 上班族的‘白领食堂’、社区居民的‘家庭厨房’。”逸刻相关负责人表示,到今年年底,逸刻将力争突破 500 店,并计划进军长三角地区,形成以上海为中心,辐射覆盖周边的发展规模。

记者了解到,依托 2019 年 8 月建成的占地 2 万平方米的鲜食工厂,引进亚洲顶尖生产线,逸刻已实现中央厨房产品日产 50 吨,冷餐膳食日产 15 万份的产能。而其自研团队通过用户大数据沉淀调研,内部新品试吃会试调,洞察分析客群定位、购买习惯等,针对 CBD 店型和社区店型的不同需求,不断优化调整商品,实现每两周快速上新,以满足新消费时代下居民对于品质升级的新需求。

“下一步,逸刻将以打造差异化、特色化、

品牌化自研自产商品为目标,依托自有鲜食工厂加码供应链建设,推出旗下系列自主研发子品牌。”该负责人表示,这些子品牌包括逸匠、逸焙、逸烤、逸焙、咖啡、逸亩田,涵盖熟食卤味、便当鲜食、咖啡烘焙、蔬菜生鲜等品类,充分满足上班族、社区居民对于“一日三餐”丰富多样、新鲜健康、方便快捷的需求。

“此次周年庆活动是我们今年参与上海五五购物节提振消费刺激经济的第一波预热。”他表示,随着网点规模扩张,逸刻将持续完善自有品牌矩阵,借助数字化创新驱动,源源不断地为千家万户提供高品质、高性价比的商品和便捷服务,打响上海本土新零售“金字招牌”,让城市生活的每个角落都因逸刻而更具烟火气和人情味。

民族医药的核心品牌 始创于 1696 年

源古承新 甘露众生

西藏甘露藏药股份有限公司  
Tibet Ganlu Tibetan Medicine Co., Ltd

电话: 0891-6522710 邮箱: info@glzy.cn  
西藏自治区拉萨市经济开发区林琼岗路 15 号

東 東裕茗茶  
DONGYU TEA  
陕 | 西 | 心 | 意

東 漢 中 仙 毫  
CHINESE GREEN TEA

『东裕汉中仙毫』获第31届巴拿马国际博览会金奖

陕西东裕生物科技股份有限公司  
招商热线: 029-87809659

双汇熟食  
SHUANGHUI DELI

三重卤·更入味

剑南春酒厂出品

劍南紅

全国运营中心: 四川 劍南紅 酒业有限公司  
服务电话: 028-83388900  
地址: 成都市科华北路62号力宝大厦北塔21楼