



# 中國糖酒周刊

经理日报

THE MANAGER'S DAILY

责编:王萍 编辑:唐勃

版式:陈松 校对:梁英

2010年6月21日 星期一

协办:中国贵州茅台酒厂有限责任公司

品牌文化|PinPaiWenHua

## 培育品牌时不我待

# 四川食品业 改写“酒香不怕巷子深”历史

□ 陈志强 董世梅 周伟

四川食品业原来是“酒香不怕巷子深”，如今是“酒香”也要多靠品牌提升。近年来，四川省食品工业企业的品牌意识日益增强。6月11日，近百家食品工业企业齐聚内江，参加四川省食品工业品牌建设与保护现场会。边走边看，如何培育和保护好品牌成为与会者最为关心的话题。

### 名牌酱腌菜一件至少贵5元

成都市盈宇食品有限公司总经理助理潘亮说：“没有四川省著名商

标，一件酱腌菜的价格起码就贵5元钱，这就是品牌给我们最直接的感受。”“品牌建设的作用和品牌企业的贡献，是四川省食品工业发展步履加快的一个重要原因。”四川省食品工业协会会长崔兆全说，以白酒产业为例，去年，全省232户规模以上白酒企业的主营业务收入795亿元，其中“六朵金花”贡献了540个亿。今年前4月，“六朵金花”占全省白酒工业的比重达65.14%。“品牌的效应由此可见。”

### 培育大品牌要提速

“产量在全国数一数二的川茶，

至今没有一线市场品牌，四川省生产的大量优质茶叶以原料形式销往外地，稍加整理换成品牌包装后，每公斤的价格就翻五六倍。”四川省质监局副局长郭春英举例直指该省食品工业品牌发展的不足。

当前，四川省食品工业企业品牌总数已达542个，尽管拥有65个中国驰名商标、12个中国名牌产品，但总数较沿海各省特别是广东、浙江少近1/3。“品牌少，大品牌在全国乃至全世界更是寥寥无几。”崔兆全认为，全省要实现从食品工业大省到食品工业强省转变，培育品牌，尤其是大品牌要加速进行。事实上，不少食品工业企业已经有了这

样的认识。已拥有2个中国驰名商标和1个四川省著名商标的自贡市天味食品有限公司表示，已在谋划品牌建设的新突破。

四川省远达集团富顺县美乐食品有限公司相关负责人描绘了美乐香辣酱的“三步走”：打造国内知名品牌；上市，完成品牌化、产业化、规模化、资本化发展；打造国际化品牌。四川徽记食品公司相关负责人表示，将打破“四川造”小食品上市空白，引进风投公司，争取2012年前上市。

四川省食品工业协会负责人称，协会将积极引导企业上市融资，做强品牌。

### 加速品牌打造“雨点急”

打造和保护品牌，食品安全要“一票否决”。郭春英表示，将对“中国白酒金三角”、眉山泡菜等产品申报国家地理标志保护。今年下半年，将围绕川猪、川茶、川酒、川菜等特色优势产业，新建省级以上农业标准化精品示范基地10个、农产品专项标准体系40个，并加大打击假冒伪劣产品力度。

据悉，今年四川省还将启动四川名牌评价工作，计划培育四川名牌300个。

## 黑龙江将全面推广乳品企业诚信管理制度

黑龙江省人民政府副秘书长陈长湧在第二届(2010)中国食品安全高层论坛上表示，黑龙江省现已形成乳制品企业诚信建设管理制度汇编。现在正在组织专家论证，论证后将在全省乳制品企业全面推广应用。黑龙江省人民政府副秘书长陈长湧在第二届(2010)中国食品安全高层论坛上表示，黑龙江省现已形成乳制品企业诚信建设管理制度汇编。现在正在组织专家论证，论证后将在全省乳制品企业全面推广应用。

陈长湧表示，黑龙江省选择了完达山、牛栏、龙丹乳业为重点，依据国家乳制品生产企业诚信体系建设制度要求，邀请专业的信用服务机构，帮助企业查找诚信风险点，梳理并完善各项诚信管理制度，目前已梳理出涉及乳制品安全的文件控制、记录控制、运行控制、信息控制、人力资源风险预警以及应对措施、检查改进和评价等八类30项诚信管理制度。形成了乳制品企业诚信建设管理制度汇编。现在正在组织专家论证，论证后将在全省乳制品企业全面推广应用。

陈长湧具体介绍了黑龙江省推进试点工作情况。一是迅速启动。对企业诚信体系建设进行全面部署。指导意见发布以后迅速行动，在工信部的指导下，制定了《黑龙江省食品工业企业诚信体系建设工作方案》和《黑龙江省乳制品企业诚信建设工作实施要点》。并于今年年初组织召开了由地市政府、行业主管部门和全省规模以上乳制品企业和行业协会参加的“黑龙江省食品工业企业诚信体系建设的动员大会”。

二是开展培训，明确企业在诚信建设中的主体责任。全省动员大会以后，举办了乳制品企业负责人诚信体系建设培训班，深入宣讲了指导意见和乳制品生产企业诚信体系建设意见和实施指南。通过培训，进一步明确了全省食品工业企业诚信体系建设的指导思想、主要任务、实施步骤，以及企业在诚信体系建设中的主体作用。

三是征集信息，推进诚信信息平台建设。黑龙江省企业信用信息公共平台于2007年开通运行，到目前为止已经征集了全省36万户企业的信息。下一步将继续增进产品质量检测检验信息，建成乳制品企业诚信体系服务平台。

四是营造氛围，广泛开展企业诚信规划建设活动。为营造社会广泛关注，公共积极参与的社会舆论氛围，推进企业诚信体系建设。

(梁梦晓)

## 营养、文化是王牌 专家为国粹黄酒“把脉开方”

□ 衣大鹏

近年来，黄酒行业发展迅速，但也面临着全国化发展的“瓶颈”。在6月11日举行的“首届京派国粹红曲酒高峰论坛”上，中国食品科技学会黄酒学会理事长毛照显、江南大学生物工程学院教授赵光鳌、中国酿酒工业协会黄酒分会秘书长沈振昌、黄酒专家王存厚等对黄酒行业发展中的相关问题进行了解读。

### 国粹黄酒低价形象待革新

中国酿酒工业协会黄酒分会秘书长沈振昌指出，2009年，全国黄酒总产量270万千升，但是地域性很强，70%—80%的消费集中于长三角地区，而这种区域性差异也体现在南北方黄酒企业的数量和生产规模上。而实际上，正是这种现象让黄酒行业发展面临着众多的衍生问题，例如，江浙等传统的黄酒消费大区，由于家家户户都能自酿黄酒，因此，价格十分透明。一方面，黄酒低价的形象让企业难以提升品牌形象；另一方面，依赖这个大市场而产生了众多的黄酒企业，竞争十分激烈，利润也难以提高。

而随着黄酒行业的发展，人才缺失等众多问题也对行业发展造成

了阻碍，国家级黄酒专家和国家级黄酒评委严重不足。例如，由于黄酒行业对传统工艺比较依赖，不少从事黄酒行业的人员离开大公司后，自主创业，这都不利于大中型企业规模化发展，产业集中度也不高。

### “人文、科技、健康”是优势

江南大学生物工程学院教授赵光鳌则认为，与其他酒种相比，黄酒行业有着巨大的优势。

他建议黄酒行业要打出“人文、科技、健康”的概念，既要体现黄酒在人文、科技、健康三方面的优势，又要做足这三方面的工作，让消费者满意。同时，黄酒生产工艺历史悠久，要传承和创新，工艺、口感、宣传工作都可以创新，也值得创新。

黄酒专家王存厚则认为，黄酒是国粹，又有着很好的保健功能，黄酒行业尤其是红曲黄酒有着很好的发展潜力，企业要尊重消费者，提出有地方特色的黄酒概念，要向消费者宣传黄酒的营养，要做好黄酒的功能研究，推动黄酒的贸易营销。

### 黄酒发展任重而道远

近年来，受经济增长，消费者对具有保健功能产品需求增加等一系



列积极因素的影响，黄酒行业呈现出结构性变化，产销量不断增加，海外市场也有所突破。

然而，在其他酒种的冲击下，黄酒业的全国化之路仍然艰难。由于南方消费者喜欢饮用黄酒，而北方消费者则喜欢饮用白酒，因此，形成了“南黄北白”的格局。

消费习惯的不同是黄酒行业在全国普及的羁绊之一，沈振昌认为，北方消费者对黄酒并不了解，按照北方的酒类消费习惯，往往一次性喝入大量的黄酒，但黄酒后劲比较大，这让北方消费者不适应，从而觉得黄酒不好喝，进而产生排斥感。

相比较而言，派系的出现对黄酒行业发展具有一定的推动作用。随着黄酒行业的不断发展，部分企业开始注重地理特性，与白酒强调产地相似，提出了“派系”概念，先后衍生了海派、闽派、浙派、徽

派、湘派等派系。

### 打好营养和文化王牌

针对当前黄酒发展的众多问题，毛照显将黄酒行业的发展缓慢归结为两点：一方面黄酒行业宣传不够，消费者尤其是北方人并不了解黄酒，对黄酒营养、保健和文化渊源了解不多；另一方面，黄酒酒性中性，比较温和，宣传中没有突出这一特点。

对黄酒企业如何做好企业宣传工作，毛照显建议，黄酒行业的宣传要侧重于黄酒的营养，侧重于黄酒相关的传统文化和传统节日。

而赵光鳌建议，黄酒行业要学习葡萄酒通过健康概念的宣传而带动营销的经验，提高消费者对黄酒保健功能的认识，推动黄酒营销工作的开展。

## 四特董事长廖昶：白酒业容不得半点闪失

在第二届(2010)中国食品安全高层论坛上，四特酒有限责任公司董事长廖昶先生表示，白酒行业作为一个传统的老行业，在食品安全控制上是比较牢固的，白酒行业容不得出现半点食品安全方面的闪失和纰漏。

谈到白酒行业如何推进《食品安全法》，廖昶表示，白酒行业作为一个传统的老行业，在食品安全和流程控制上的历史基础是比较牢固的。整个白酒的制造过程是自然发酵的过程，采用的原料也都是来自田地里种植的一些粮食，如大米等。另外，“比如我们四特酒，在每个生产环节上都是采取数字化的控制，确保生产出来的白酒百分之百的安全。”廖昶向记者谈到，规模化的白酒企业是容不得有任何食品安全方面的闪失和纰漏的。实际上，白酒行业在食品安全的监管方面还是比较完善的，“因为我们有国家质监局、协会以及食品药品监督管理局等同步对白酒行业进行监督管理，另外在流通方面也实施了立体式的监管机制，这些都确保了白酒行业的食品安全。目前，白酒行业关键是要进一步完善产品一线操作的执行力度，每一个白酒生产企业尤其是小型的企业都要加强自律的能力。”廖昶说。

(钟 经)

## 国家级 哈尔滨国际啤酒节 将清凉登场

记者6月17日从哈夏啤酒节组委会获悉，由中国轻工业联合会、哈尔滨市政府主办的2010哈尔滨之夏国际啤酒节定于7月1日至7月12日在冰雪大世界原址举办。除规模比去年更大外，本届啤酒节将上升为“国家级”。

据了解，本届啤酒节较以往有重大突破发展，国家轻工业联合会成为哈夏啤酒节主办单位，啤酒节成为国家级活动，是我国青岛啤酒节、大连啤酒节、哈尔滨啤酒节等三大啤酒节之一。啤酒节规模也随之变大，有哈啤、雪花、青岛、金伯士、百威、喜力、嘉士伯等近百个品牌、200多个品种进驻，设置有十余个超千平方米的啤酒大棚，还有5个啤酒花园。据了解，本届啤酒节突出打造以“文化啤酒节”为主题的主题性公园，园区设置休息区，啤酒文化长廊和游览区。

(东北网)



郑远东认为，公司的愿景是“让民生进入每一个人的生活。”

□ 本报记者 何沙洲 文/图

在国内泡菜食品行业，位于蓉城之南水城新津西郊的成都民生食品有限公司既是一个“老”企业，又是一个“年轻”企业。

近些年，面对世界泡菜、韩国泡菜、中国泡菜在国内市场群雄争霸的形势，守住过去的辉煌只能是不进则退。因此，1998年，新的经营团队，开始用新的理念把上世纪的辉煌重新包装，仅2008年技改项目投资即达5000万，广泛采用新技术新设备，从一开始即立足于行业前沿，立志以高起点再造辉煌。

“我们这样努力，是相信，要在当今的全球化经济中求生存，就一定要

## 为客户创造价值 ——访成都民生食品有限公司总经理郑远东

向顾客提供优质的、具有竞争性价格的产品或服务。只有真正为客户创造价值的企业才能持续发展。”民生食品公司总经理郑远东对记者如是说。

### 做好经营管理，关系生存更关系着民生

记者：据悉，贵公司的名称是在新的经营管理团队上任后变更的，为何取“民生”之名？

郑远东：我们公司主要从事酱腌菜和调味品的生产加工，这些产品都是川人和国内许多地方人民日常生活中不可或缺的佐餐和调味的佳品，因此，做好产品，做好经营管理，不仅关系企业的生存发展，更关系着民生这个大事。这几年，四川省委、省政府大力推行泡菜产业发展，发展特色效应农业，也是为了更好地提高菜农的收入和让更多人享受到健康美味的“四川泡菜”。

从这个角度出发，“民生食品”只要更好地贴近民生、依托民生、服务民生，就能实现和谐共赢。正如公司

董事长李宪先生所表示：企业存在和发展的目的是为客户、员工、股东和社会创造价值，公司的目标是“建设一个高效、快乐、受人尊敬的民生企业，每一位员工物质期望得以实现，个人价值得以体现，民生产品进入每一个人的生活。”

记者：我在来贵公司的路上，看到沿途是清澈的河流、翠绿的树林，进入现代园林式的生产办公区，感觉到公司的生产生态环境很不错。

郑远东：公司位于成蓉城之南水城之称的新津县，占地200多亩，临岷江上游，五河环绕而过。公司8000亩试行GAP规范管理的无公害蔬菜基地也在这片风光迤逦的岷江上游地方。这不仅从食品源头上构筑了强大的安全屏障，更是打通了具有广泛辐射带动能力的产业化链条。民生食品打造的是绿色健康食品，“生态、安全、发展，保障稳定持续的产业质量”是做好“民生”事业的永恒主题。

公司建起了GAP规范管理的蔬菜基地和GMP现代化无菌车间，建起

了程控自动化流水生产线，生产经营严格执行ISO9001:2000国际质量管理体系及HACCP食品安全管理体系，实现标准化、规范化管理，设立了相关的质管部门，制定了按国家食品原料卫生要求的采购、检验标准，以及可接收准则，强化了从原辅料种植、进货、生产、包装和销售全过程质量监督。

### 不断地为客户提供价值才能发展

记者：民生食品如何保证不断向客户提供做得更好的产品和服务？

郑远东：食品生产企业的成长、发展和存在的根本因素在于尽我们所掌握的技术以最大努力去创造顾客价值，按照顾客现实需求和潜在需求开发更多更好的新产品以满足市场需要。只有源源不断地为客户提供价值，企业才能得到成长、得到发展。而体现源源不断价值的载体首先是产品。民生和客户是一种商业交换关系，民生是用优良产品和优质服务

客户进行交换，达到发展的结果。

民生产品，是秘方与科技的结晶。我们在承袭地道的四川泡菜和辣酱的风味口感基础上，又根据重点市场客户的不同需求进行配方等科技创新。民生食品有二十多年技术沉淀，四川素以美食天府著称，食品研究学风甚浓，民生公司与川内多家大学及科研院所建立了合作关系，在食品研发与食品安全检测领域保持着雄厚基础。

记者：我看到贵公司提出的民生愿景：“让民生进入每一个人的生活”你认为，民生如何才能实现这个愿景？

郑远东：为实现这个愿景，我们需要做到：永远向客户提供满足其需要的产品和良好的服务；崇尚“追求卓越”之人文精神；树立品牌，成为业内最知名和最值得信赖的企业。而且，只有全体员工团结起来，群策群力，才能达成公司的目标，实现自我的价值。最终实现董事长李宪提出的“员工、公司、客户以及其他利益相关者的共赢。”