

“只做最好”华英鸭血 小产品做成大产业
华英生物金牌经销商重点扶持计划启动

■ 本报记者 李代广

7月30日,以“只做最好”为主题的华英生物金牌经销商重点扶持计划(安徽站)启动仪式在合肥隆重举行,华英生物董事长胡奎、华英生物总经理任宏星、华禽网总经理许富贵等公司领导,以及来自安徽16个地市的120多名华英经销商代表、特邀嘉宾齐聚一堂,共商2016华英鸭血安徽区域发展大计。

只做最好
上市公司助力经销商发展

华英生物董事长胡奎在致辞中强调,鸭血行业是最好的细分市场之一。中国市场,每年有数十亿元的血制品需求量。华英农业(股票代码:002321)20多年来一直致力于构建禽类全产业链条,专注于禽肉产品的研发和创新,为国人提供安全放心的优质食材。

为此,华英农业构建起了中国禽类全产业链生态系统,使华英鸭血拥有了世界级产业链源头,先进的行业研发优势,为华英鸭血的规模化、现代化奠定了坚实基础。在市场表现上,华英鸭血也不负众望,树立了行业

内鸭血第一品牌的产品定位。

专业、专注,华英农业的稳健作风获得了在座经销商的一致好评。胡奎表示,作为国内鸭产业首家上市公司、国家农业产业化重点企业,此次推出金牌经销商重点扶持计划,正是为了细分产品品类、深耕终端市场,把“小产品”做成“大产业”,扩张品牌优势。

差异化竞争
华英打造潜力新品矩阵

现场,多位性感热辣的模特现场走秀,展示了华英2016年的最新单品:预蒸鸭血、麻辣烫鸭血等多款新品闪亮登场,收获诸多好评。

多年来,华英一直坚持差异化竞争,以鲜明的产品卖点迎合消费者需求,让经销商有的放矢,在更为广阔的市场上进行运作。此次华英生物一口气向市场推出了9款新品,据了解是在多年客户积累的基础上,进行精准研发的面向新型市场的产品。不仅采用了市场上领先的预蒸技术,在工艺上更是采用独家的四步净取、五步过滤工艺。在品类细分上,从毛血旺鸭血、麻辣烫专用鸭血、火锅鸭

血,还研发了新型凉菜——凉拌鸭血,从口感到工艺都进行了长期的实验和改良,显示了强大的研发实力及追求极致的企业精神。

金牌扶持
合作双赢是硬道理

华英生物总经理任宏星现场发布了金牌经销商扶持计划,优厚的政策让不少经销商现场签约。随着华英生物金牌经销商重点扶持计划的启动,华英生物将不断加强市场终端建设,以市场为导向,有效整合资源,创新营销模式,稳固老品类,培育新产品,拓展新品类;多频次促销活动支持,派出地推团队协助合作经销商进行区域内渠道下沉和新市场开发,辅助经销商建立区域内销售脉络,将华英鸭血产品送到千家万户。

华英农业旗下禽类全产业链电商平台华禽网渠道总监邹邦武讲到,华英在发展中一直在不断创新突破,华禽网将运用“互联网+”的模式,为广大经销商提供资讯行情、撮合交易、金融、物流等供应链服务,让经销商足不出户,玩转产业互联网。

另外,会议还邀请到了专家大咖——合

肥工业大学营销管理研究所所长、教授、硕士生导师、安徽省中小企业协会顾问李德明老师分享了《经销商的经营智慧》。食品行业迎来了一个全新的市场态势,如何改变我们的商业、如何面对新常态的挑战,是摆在每个企业面前的课题。现场感受到华英深耕市场、扶持经销商发展的雄心壮志,也让他由衷点赞。

行业交流、分享合作,会议还邀请了优秀经销商代表做精彩的经验分享。他们对华英在产品升级、品牌推广、服务支持等方面的表现给予肯定,并表示今后将继续跟着华英,一起共赢未来。

最后,安徽16地市的经销商代表进行了盛大的签约仪式,这也意味着华英生物开启了安徽区域市场的全面布局。

据了解,华英生物将陆续在合肥、南京、杭州三个城市推出金牌经销商重点扶植计划,制定金牌经销商扶持政策,在市场开发、渠道建设、新品推广、广告宣传等方面给予重点支持与扶持,为核心经销商量身定制支持方案,与经销商共享、共赢。从行业痛点及利益关注点进行切入,给予经销商正确的合作选择,推动行业终端建设变革与价值重塑。

“掘金”结构性行情
中银丰利混合基金发行

近期,A股经历小幅回暖后继续震荡格局,投资者风险偏好始终保持低位,结构性行情的市场预期成为主流。近日,中银基金旗下新产品中银丰利混合基金启动发行,采取0—95%的股票仓位,可在股债两市自由灵活地配置资产,帮助投资者在结构性行情下实现资产的长期稳健增值。

据悉,在今年的“颁奖季”中,中银基金第四次荣膺极具含金量的大奖——五年持续回报明星基金公司奖,并成为2013年以来行业唯一一家连续四年夺得此大奖的基金公司。

(徐军)



中国最大旅游央企
挂牌成立

中国港中旅集团公司与中国国旅集团有限公司3日召开重组大会,挂牌成立中国旅游集团公司。重组后的中国旅游集团公司将成为产业链更完整、业务协同优势更明显的中国最大旅游央企。

“港中旅的优势业务集中在‘食住行’,国旅的优势业务则是‘购’”,中国港中旅集团公司总经理助理郑江说,两者的业务重合度不高、互补性强,重组后的中国旅游集团公司价值链会更大,重组是引领中国旅游产业发展的需要。

新的公司挂牌后,业务、人才、公司架构等方面的详细重组方案仍没有确定。郑江说,目前只是确定了重组方向,预计旅游主业会在半年到一年内完成重组方案,除旅游主业之外的业务重组将在3年到5年内完成。

目前港中旅集团公司在中国占有2%左右的旅游市场份额,国旅集团与此相当,“重组后的中国旅游集团公司短板还在于海外拓展,港中旅虽然走出去较早,但在国际化人才、国际化运营等方面,都还有较长的路要走。”郑江说。

他表示,中国旅游集团公司将努力实现旅游主业“中国第一、亚洲前茅、世界一流”的战略目标,短期是要在未来2年内实现1千亿元销售收入,未来5年实现1800亿元左右的销售收入,进入世界“500强”企业名单。

据了解,港中旅集团成立于1928年,业务涵盖旅行社、酒店、景区、地产、金融、物流、资产等多个领域;中国国旅集团主业则涵盖旅行服务、免税品经销、旅游综合项目开发与管理、交通运输、电子商务等领域,其中免税业务在国内首屈一指。两家公司都是国务院国资委监管的央企。

(许晨)



中铁八局海外分公司金沙萨630大道涵洞修复工程顺利开工

近日,由中铁八局海外分公司承建的630大道涵洞修复工程顺利开工,出席开工现场的有刚果(金)基础工程重建部、国家大型工程局、国家市政道路局、国家公路局等刚方政府官员。国家大型工程局局长CCharlem Medard ILUNGA MWAMBA代表发言,热烈祝贺中铁八局海外分公司630涵洞修复工程开工建设,同时指出,开展城市道路修复工程,让出行更便捷,让城市更美好,是金沙萨市人民的热切盼望和共同追求,祝愿工程建设取得圆满成功。

开工现场会上,刚果(金)项目部经理谢建益代表承建方发言,表示将和刚方一道加强配合协作,克服工程建设中的各种困难,尽最大的努力,用最快的速度,以最好的质量建成该项工程。

该项目中标后,公司领导高度重视,为全力确保项目的顺利开工亲赴一线指导,制定了切实可行的施工预案。项目的顺利开工将为公司在刚果金自主经营奠定有利的基础。

(张召博)

7月29日上午,张家港联合铜业电解车间的两名工人师傅正在冒着酷暑进行出铜操作,身上的工作服已经完全湿透。进入7月中旬以来,连日持续的高温天气“烤”验着张家港联合铜业公司。在该公司电解车间,电解槽面温度达到42℃。面对高温天气,员工们为了确保正常生产,他们发扬有色产业工人特别能吃苦、特别能战斗、特别能奉献的精神,始终坚守在高温生产第一线,不仅体现出一种敬业精神,更体现新时代有色产业工人的一种责任与担当。

(杨学文 宋腊英)



一壶老习酒 不负赤水河
——茅台集团习酒公司60年发展纪实报道之三

■ 本报记者 樊瑛 张建忠
通讯员 程万松 王静思

当地人多以酿酒为生。据钟方达介绍,他的外公从十几岁起就开始在酒坊做工,在解放前酒已经是当地小有名气的“酒仙”。在钟方达的记忆中,外公酒量惊人。外公的酒量有多大?钟方达回忆说,外公到了七八十岁的时候,每天还可以喝一斤半酒。“他是在93岁去世的。去世是9月份,而6月份还喝了20多斤酒。”钟方达每提及此,都面露愧色:“我们家的酒量一代不如一代,我舅舅不如外公,我更比舅舅差远了。”

尽管在酿酒世家长大,但钟方达的科班却不是酿酒,而是学中文出身,1985年大学毕业后,回乡做了一名教书匠。当时习酒厂的厂长陈星国找到他,希望他能到酒厂上班。“我们送你出去进修一下,学一点酿酒的科学技术,回来就可以做技术员。”求贤若渴的陈星国压根儿不在意他是文科生还是理工生,只要是大学生就行。就这样,他先后在华南理工学了分子化学,在天津理工大学学了酿造,回厂以后,学以致用,从车间技术员做起,当过技术科副科长、科长,当过厂长助理、总调度长,1994年习酒厂改制为股份公司,钟方达任副总。

10年时间,钟方达就从技术员做到公司副总,可谓平步青云、一帆风顺。而习酒厂也在10年间突飞猛进地发展。在钟方达进厂的时候,习酒厂已经是当地的明星企业,而且在业内屡屡折桂。但当时习酒厂的生产只有1000多吨,职工1000多人,限制企业发展的因素还比较多,尤其当时交通条件极差,从酒厂到省城贵阳要花两天的时间,头天先赶到遵义,然后第二天乘车到贵阳。即使要到泸州去,也同样要花两天的时间。而当时习酒镇上酒厂林立,规模不等,良莠不齐。

而就在10年内,习酒厂很快实现了浓、酱大曲双3000吨,继而向万吨产能快速挺进,成为当时产能最大的酿酒企业之一。先后并购了镇上许多酒厂和作坊,净化了市场环境。企业大兴土木,建起了花园式的工厂,还盖起了办公大楼。酒行业的老人们都了解,当年酿酒行业最像样的酒厂只有两家,一家是汾酒,一家是习酒。

然而钟方达履新公司副总伊始,酒厂就遭遇了困难,市场下滑,车间减产,一辆飞奔的快车也在剧烈的颠簸中开始变得岌岌可危。当时公司决定抽调年轻、有干劲儿的干部到市场一线去,希望酒厂能尽快脱离困境。就这样,钟方达到华东市场去负责销售,一干就是三年。

到了华东以后,钟方达带领销售团队深入市场一线,经过多次调研和深入研究,按照人口、收入、需求这市场的三大要素分析认为,江苏不仅经济发达、人口众多,而且好喝酒、酒量大,于是把江苏作为重点市场进行突破。习酒的品质是市场的王牌,但由于他懂生产,能够深入浅出地将产品优势很清晰地讲给客户和消费者听。所以,他在华东市场的工作开展非常顺利,短短三年时间,销售业绩做到了数千万元,在公司不到1亿元的大盘中,贡献了半壁江山。

数千万的销售业绩在当时的市场上是个什么概念?当时习酒每瓶售价在20元左右,也算中高档产品,一共销售几百万瓶。如果按今天的市场价格换算,那就是数亿元的业绩。“遗憾的是我们只在扬州实现了重点突破,如果当时努把劲儿把整个江苏市场拿下就好了。”钟方达介绍说,尽管江苏市场大浪淘沙,许多品牌逐渐被淘汰,但习酒至今仍然是江苏的畅销品牌之一,江苏也一直是习酒的重点市场之一。

1998年,习酒厂并入茅台酒厂之后,钟方达回到公司继续负责生产技术,从此再也没有离开总部。钟方达认为他最惬意的,正式回到总部至今的工作经历。有了对市场充分接触的一线经历,深谙消费者对于优质产品的需求才是真正的市场刚需,使他对公司的生产管理更加得心应手,更加重视对产品质量的管控。而随着他的职位升迁,他的这一理念渐渐与习酒厂的经营管理融为一体,也成为今天“东方习酒,君子之品”的品牌基因中“内外兼修”传统的来源之一。

十年前笔者第一次采访习酒,就恰逢时任常务副总的钟方达在包装车间劳动。这是习酒厂的惯例:所有的领导都必须轮班到各个一线去劳动,而不是视察,目的是通过和工人们一起劳动,才能掌握企业的实际情况,所

有的销售人员都要定期到生产一线去体验,这样才能真正了解产品优势,把品牌和信息很清晰地传递给经销商和消费者。

并入茅台之后,习酒对于质量管理的重视日渐提高,因为历史的原因,茅台酒历来把质量管理提高到政治问题的高度,这句话也经常挂在茅台集团名誉董事长季克良的嘴边。钟方达师尊季老,对质量的管控也是一丝不苟、精益求精。

关于习酒厂的质量管理,钟方达给笔者分享了两个故事。

2013年,有一家拍卖公司送来一瓶1990年代的习水大曲,请求鉴定。因为酒质优良,习酒很早就被老酒收藏家所青睐。这瓶酒当年的售价不过几元钱,这家拍卖公司准备800元/瓶从一位藏家手里收购,大约几百瓶,总价数十万元。习酒厂很快就给出了鉴定意见:就是老酒,但是假的。

为了向拍卖公司详细说明,钟方达让公司质检部把当年的收录档案和实物档案翻出来。两个产品从外观上看,区别并不明显,只是当时酒厂在生产日期的标记上专门做了设计,与这瓶假酒上的不一致。但从品相上看,这个仿品确实产自1990年代。在征得对方同意后,习酒厂分别打开了这瓶老假酒,与当年收录的样品酒进行对比。样品酒经过20多年的时光打磨,依然很醇厚,沉香更好,口感绵甜舒适。而这瓶老假酒尽管也经历了20多年的时光,但有很明显的油味儿,喝起来不太舒服。

当时他们给这批假酒定义为“老假酒”,就是指当年仿造,然后一直存到了今天的假酒。“后来拍卖公司说‘老假酒’这个词还是我发明的。”钟方达戏称。

这次鉴定,使得习酒厂数十年心血建立起来的产品质量追溯体系得以浮出水面,并为外人所知。原来,从1980年代起,习酒厂就开始建立这个追溯体系。习酒厂的生产以10吨为一个批次,每个批次都有记录,并抽取4~6瓶作为样品,建立实物档案。经年累月,这个储存量越来越大,既是习酒厂产品谱系的博物馆,也成为习酒厂发展史上最宝贵的文物。

因为民间收藏习酒的比较多,习酒厂与拍卖公司交际也越来越频繁,钟方达开始在



习酒厂区 十里酒城

老酒收藏鉴定领域的名气越来越大,慕名咨询的人也越来越多,他每次都会耐心地讲解。有人问他,传统工艺的老酒和新工艺的老酒有什么区别?他会跟人讲,传统工艺酿造的酒是经得起时间考验的,自然发酵,香气自然协调,陈放时间越长,酒体越平衡。相反,新工艺白酒有调香的工序,存放时间一长,酸、脂不平衡,香气也不稳定,就失去了收藏的价值。

但他也会经常强调,只有质量上乘的酒才真正值得收藏。经常会有消费者问他,茅台王子酒、迎宾酒存放几年是不是就变成了茅台酒?他说不会的,酒的基础不同,收藏的价值也会不同,时间再长也不会改变酒的基础,所以,收藏老酒一定要选基础好的酒。

有一位广东的老酒收藏爱好者专门租了一个防空洞,从茅台镇购买了几百吨酱香型原酒,今年元旦期间请他去鉴定。藏家很自豪,这批酒用陶坛贮存,因为已经有十年以上,所以洞里面和陶坛上长了许多霉菌,一看是下了大本钱,也花了许多心血精心打理。“当时我真的很心疼。”钟方达说,这些酒品质不高,存放再多年也是徒劳无益的:“是铁,存放再多年依然是铁,不会变成金子。”

“这正是我们习酒厂最值得自豪的地方。”钟方达介绍说,习酒厂的生产不是根据市场需求的淡旺季来设计的,而是按照酿酒规律潜心酿造。所以在供给市场之后,经常会剩余一些品质优良的基础酒。经年累月,习酒厂优质陈年老酒的储存量已经高达十几万吨。

“生产高性价比的产品,我们的实力是相当突出的。”钟方达因此对公司制定的中长期目标充满信心。他分析说,现在国家供给侧结构性改革,核心在于“结构”,换言之,就是以需求侧倒逼供给侧的结构性改革。对于酿

酒行业而言,就是要弘扬工匠精神,用品质优良的好酒来满足消费者的需求,并通过市场竞争淘汰品质低劣的产品。而习酒早就做好了准备,也在市场上逐步被消费者所认可。

钟方达认为,尽管近三年来习酒一直在艰难调整,但生产上丝毫没有懈怠,企业管理、营销战略也在不断优化,加上资金链也很充裕,而且目前市场基本面已经调整到向好的状态,“几年内恢复到30亿元的年销售额的峰值,问题不大。”

而在谈到作为茅台集团第二大酿酒企业成员,酱香酒市场份额越来越大,是否会与茅台系列酒产生竞争?钟方达回应说,不但不会形成竞争,相反是一种竞合。

他从两方面解析。

一方面,白酒是地域资源型产业,生态环境不同,所酿的酒自然存在差异。茅台酒与习酒的酿造工艺一脉相承、基本一致,尽管同处赤水河,但生态环境的差异还是比较明显。如果全国有足够多的企业能酿出优质酱香酒,这是对酱香酒这一品类的丰富和补充。“所以不能简单地说茅台酒的质量一定比习酒强,习酒的品质一定比茅台差,而是各有风味。二者的差距主要是在品牌价值和影响力等方面。”

另一方面,酱香酒的市场占比依然很小,只有所有酱香酒企业联合起来,在竞争中发展,在发展中竞合,共同将酱香酒的市场蛋糕做大,习酒才会有更大的发展空间。

“所以我们不能光是‘被赐怀玉’,还要学会更好地包装自己、推销自己,不断强化市场意识,加大营销推广力度,让更多的人了解习酒,品味习酒,体验习酒的君品文化。”钟方达如是说。