

第十六届中国(漯河)食品博览会隆重举行 双汇携6大类300多种产品精彩亮相

■ 本报记者 李代广

5月16日上午,第十六届中国(漯河)食品博览会正式隆重开幕,沙澧大地迎来四海宾朋。

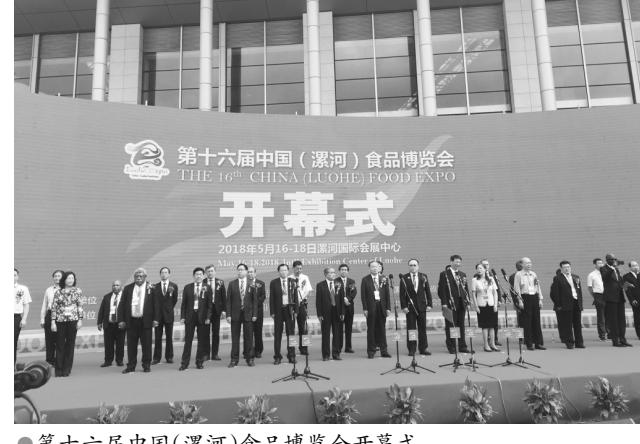
本届食博会由中国食品工业协会、中国商业联合会、中国食品和包装机械工业协会主办,漯河市人民政府承办,河南省商务厅、省工信委、省食品工业协会支持。5月16日至18日在漯河市会展中心举行,规划展览面积4.5万平方米,共设国际标准展位2300个,10000多名客商参会,食博会的专业化、国际化、信息化、品牌化程度得到进一步提升。

共有来自全国22个省、市、自治区和25个境外展团的868家企业报名参展,其中包括中粮、双汇、百岁山、北大荒、二锅头、阿尔卑斯、维维、王老吉、三元、达利园、完达山、君乐宝、汇源、优乐美、多家北京老字号(京粮集团、吴裕泰、百花蜂业、红螺食品、信远斋)等82家国内食品百强和知名品牌企业。

本届食博会“一带一路”特色明显,法国、意大利、俄罗斯、德国、丹麦、墨西哥、白俄罗斯、韩国、马来西亚、香港、台湾等25个国家和地区的78家企业参展。马来西亚还应邀成为本届食博会主宾国,并于5月16日上午举行了主宾国推广专场活动。

5月16日,漯河市情说明暨项目签约仪式举行,记者了解到,本届食博会共签约项目50个,投资总额221.5亿元。

企业总部位于漯河市的双汇集团充分利用天时、地利、人和的优势,经过精心组织,携6大类300多种产品精彩亮相,受到了广大消费者的喜爱和欢迎。



●第十六届中国(漯河)食品博览会开幕式



●双汇发展总裁马相杰接受记者采访

双汇发展总裁马相杰在接受记者采访时介绍说,本次参展,双汇分主、副两个展厅,主要展示美式、西式、中式、休闲肉制品、餐饮食材和电商渠道等六大类300多种产品,主展厅设置六个展示模块,分别是主题展示区、美式西式展区、中式工业化展区、肉制品综合展区、生鲜及调料综合展区、新品品尝体验区,在展示企业转型升级成果的同时兼顾传统经典产品。副展厅主要举办“双汇熟食节”系列活动。

5月16日上午,记者在现场看到,双汇集团的展位人山人海,真的是人潮人、人挤人,咨询洽谈、品评品鉴、游戏互动、拍照合影,热闹非凡,众多从全国各地赶来参会的客商,正仔细考察着展出的商品。

“我从陕西咸阳来,在当地开办了一家农贸批发市场,双汇这个牌子摆在那里,很多人都愿意购买双汇的产品。”今年首次参加食博会的彭丽告诉记者,目前他们在当地

主要销售双汇的冷鲜肉,产品过于单一,这次参加食博会是想要引进一些熟食、调料等更多种类的商品,丰富当地群众的选择。

更吸引人眼球的,还是展位前摆放的试吃台,双汇集团研发的众多新产品逐一亮相,供参会客商免费品尝。漯河市民徐传芳正带着3岁的女儿,在展台前试吃培根,“这培根可真不赖!女儿吃了还想吃,真是吃不够。”徐传芳对记者说,双汇的产品不仅美味,吃着也更放心,孩子们都喜欢吃。

双汇发展总裁马相杰告诉记者,双汇品牌建设经历了几十年的市场沉淀,2017年双汇品牌价值首次突破600亿。

目前,双汇在中国市场推行的是双品牌运作,冷鲜肉和中西式肉制品使用双汇品牌,美式培根、火腿、香肠启用Smithfield品牌。

据马相杰总裁介绍,双汇冷鲜肉有200多个品种,中式、西式、休闲、大健康肉制品

有1000多个品种规格,双汇在全国18个省市建设有30个现代化肉类加工和物流配送基地,除新疆、西藏外双汇产品都可以做到朝发夕至。

据介绍,双汇十分注重技术创新和产品推广,拥有10个专业技术中心和海外研发机构,每年推出新产品销量占总销量的10%以上,双汇在全国建立有完善的销售网络,有300多个销售机构,100多万个销售终端,双汇在天猫、京东等国内知名电商平台均建设有官方旗舰店,双汇自己的专属电商平台正在有序推进。

据了解,双汇作为央视国家品牌计划唯一肉类食品成员单位,今年正围绕高温、低温、中式工业化、餐饮、休闲、大健康六大产品战略,推出系列新产品投放市场,进家庭上餐桌,满足百姓一日三餐,让消费者饮食生活更美好。

2018杨梅采摘节将在成都青白江区清泉镇盛大举行

“筠笼带雨摘初残,粟粟生寒鹤顶殷。众口但便甜似蜜,宁知奇处是微酸”,南宋诗人方岳《咏杨梅诗》写出杨梅果的妙处。从古至今,杨梅都是我国特产水果之一,素有“初疑一颗值千金”之美誉,深受百姓的喜爱。今夏成都杨梅果已缀满枝头,等你来采摘。笔者获悉,2018年6月1日至20日,2018年杨梅采摘节将在成都市青白江区清泉镇花园村杨梅基地拉开帷幕,届时游客可进园体验采摘乐趣,品尝优质可口的杨梅。而杨梅节是杨梅产地开展的联谊、经贸活动,意在以节日促进旅游业等产业的发展。

时值炎炎夏日,高温让人口干舌燥,此时望梅止渴可能只能缓解一时的“渴望”。如果能够直接品尝到香甜甘美、能生津止渴的杨梅,无疑是一件赏心乐事。这一心愿即将变成现实,因为成都市青白江区清泉镇花园村的千亩杨梅即将成熟,可让人大饱口福。

为此,笔者近日为您打探了杨梅果实成熟的最新信息,在位于青白江区清泉镇杨梅基地笔者看到,虽然园内的杨梅还没完全成熟,但已有一些“性急”的果子鲜红地挂在枝头,散发阵阵诱人的香气。据介绍,该基地内的东魁、小乌梅、野杨梅等多个品种已经基本成熟。游客入园后可尽情品尝园内杨梅等水果。

清泉镇花园村党总支书记肖文英告诉笔者:“我们做这个杨梅节主要是为了增加村民的收入。我们这边主产业就是杨梅、梨子、桃子还有枇杷,村民依靠这个来增收。我们想大力宣传杨梅节,把宣传做出去以后能够让外人都知道,打开花园村的水果销路,同时提高农民收入。在乡村振兴战略引导下,吸引更多的游客来我们这里采摘。”

据了解,2009年,5000亩杨梅基地落户青白江。成都喜来登实业发展有限公司总投资1亿元的杨梅基地建设项目落户青白江区清泉镇花园村,用了两至三年时间建5000亩杨梅基地,一期规模达1500至2000亩。这是青白江区实施龙泉山脉植被恢复工程中积极引入社会资本的项目之一,如今已经硕果累累,等你来品尝鉴赏。

采摘节期间,基地每天8:00-20:00对外开放。游客须购票入园。行车路线为:成南高速清泉出口下高速,右转进入清泉镇,沿途就都会有明确的标示标牌。据了解,成都青白江区清泉镇花园村,是青白江区18个统筹城乡综合配套示范村之一,是四川省省级新农村建设的示范村。清泉镇花园村地处龙泉山脉中段,紧邻清泉镇场镇,距成南高速清泉出口1公里,距成都市区、青白江区、周边金堂县城、龙泉城区都在半小时车程内,是青白江、金堂与成南高速公路、龙泉驿区联系的中枢门户。

清泉镇花园村是成都市龙泉山脉旅游资源天府怡都休闲走廊的重要组成部分。境内花园沟果园面积达3000亩以上,四季花果飘香、景色宜人,迄今已举办数届“桃花诗会”具有极高的知名度和影响力;目前已探明有温泉地质点,极具开发价值,将打造集赏花、品果、休闲为一体的农业观光与乡村休闲度假旅游地。这里不止有酸甜可口的杨梅,还有桃树、李树、枇杷等水果,景色宜人,硕果累累,浓香四溢,适合人们前来观光旅游,不仅让人大快朵颐,还可以满载而归,把水果带回家和家人一同分享,不亦乐乎!

(唐波)

产品定位对路 品牌建设有力 浙江力普粉碎设备获评名牌产品

国家高新技术企业,中国粉体技术的领航者——浙江力普粉碎设备有限公司新年传喜讯。绍兴名牌产品正式公告,经过资料评价、专业评价、满意度调查、综合评价、评审表决和媒体公示,绍兴名牌战略推进委员会最终确定159家企业申报的170个产品(其中复评91个)为2014年绍兴名牌产品,并颁发绍兴名牌产品证书,证书有效期为三年。浙江力普的“力普高科”粉碎设备榜上有名,跻身成为我国粉碎设备行业屈指可数的名牌产品之一。

浙江力普铸造名牌的秘诀在于:

一是产品定位对路。该公司专门为上市公司、世界500强等高端客户精心设计、量身定做,以此作为企业的战略突破点,有力拓展了产品在国内外市场的品牌影响。同时,借力国家重点扶持的新材料、新能源等战略性新兴产业,瞄准纳米碳酸钙、石墨球化粉碎、精制棉粉碎制备纤维素醚三大细分市场,成功抢占其高端粉碎设备领域制高点,助推产业转型升级。

二是品牌建设有力。力普在品牌价值塑造层面用产品说话,注重技术驱动,品质取胜,以高品质的产品成功抢占行业高地。目前,浙江力普已成为国内知名的的专业生产各类型超细粉碎、精细分级成套粉体设备的浙江省优秀创新型企业。拥有多项国家专利产品,是绍兴市专利示范企业;研发的多款粉碎设备新品进入省市科研项目,成为浙江省新产品,评为浙江省重点科技产品。

浙江力普咨询热线:13806745288

13606577969

传真:0575-83152666

力普网站:www.zjleap.com

E-mail:zjleap@163.com



仰韶酒业作为受邀豫酒企业 参加第十六届中国(漯河)食品博览会

■ 本报记者 李代广

5月16日,第十六届中国(漯河)食品博览会在河南省漯河市国际会展中心举行开幕式,仰韶酒业作为受邀豫酒企业参展。

本届展会,仰韶文化浓郁的风格特色成为一大亮点,在汇集了俄罗斯、法国、匈牙利、意大利、马来西亚、泰国、德国、澳大利亚、南非、韩国、我国香港、台湾等31个国家和地区的参展参会国(境)外企业中,强有力地吸引了国际视野对中国文化的关注,彩陶坊再度代表河南推介仰韶文化出彩世界。

700多家国内外企业参展海南农博会



图为外国展商推销商品。 骆云飞 摄

(紧接5版)

CCTV“国家品牌计划”理事会组织 近30家品牌企业聚首茅台共商品牌发展大计

我认为这就是在座各位优秀企业家携手并肩推动中国品牌走向世界的具体行动。会议放到茅台来开,是大家对茅台的关心,对茅台这一民族品牌的厚爱。品牌强则企业强,企业强则国家强。在实现我国经济由高速增长向高质量发展阶段转换的新动能建设方面,品牌发挥着重大作用,加强新时期品牌建设、发展品牌经济,对我们把握新时代、新机遇加快发展至关重要。因有众多企业及传媒重量人物到场,交流会上的思想碰撞非常出彩。

赵书跃评价道,与会者紧紧围绕中国自主品牌未来发展,坦诚交流,共谋发展,分享经验,畅叙友情,形成了很多共识,最核心的就是努力提升中国自主品牌质量与品牌形象,坚定不移深化改革,不断激发企业内生活力和发展动力,成功实现中国品牌向中国国家品牌晋级。

央视广告中心主任任学安在交流中指出,“服务于企业、服务于企业家、服务于品

牌,怎么服务都不过分。因为,没有企业、没有企业家的国家,是不可能强大的。未来各国的竞争,根本上来说其实质就是经济实力的较量,就是我们企业实力的较量。”

“我是带着一种崇敬的心情走进茅台的,虽然我不喝酒,但是茅台这两个字或者茅台这个企业已经是深深的烙印在心里”,云南白药集团股份有限公司党委书记王锦长期分管销售,她对此行的观察更多聚焦于品牌:“我想茅台不仅仅是茅台人自己的茅台,或者说贵州人的茅台了,它其实是中华民族的瑰宝,也是民族品牌的骄傲。”

王锦表示,“走进茅台,特别是上午实地参观之后,我感受很深。一个企业可以有那么多年的传承,而且在新的消费形态下,不断的在进行创新,然后持续保持增长和好的业绩,真的非常不容易。”

郎酒集团董事长汪俊林在发言中,谈得更多的是茅台的胸襟。“如果没有茅台的带动,我想酱香酒的发展不会那么快。我记得非

常清楚,前两年,保芳书记带着茅台班子和习酒的张德芹董事长一起到郎酒,我们一起探讨怎么把酱香酒做大做强。这个会议以后,我们共同发力,这几年发展确实非常好的。”

“我们一直在想,酱香酒为什么发展会这样快?是有茅台这个老大哥带着我们行业一起发展,这是起到很大作用的,所以我们要感谢茅台这种老大哥的风范,感谢茅台人的情怀。”

郎酒,也是央视的广告大户。他们有一句广告词最近流传甚广,“中国两大酱香白酒,一个是郎酒。”

同在茅台镇的国台酒,则打出了“国台,酱香新领袖”的广告语。

有人担心,这种并列式广告创意,会不会导致茅台的反感。

“我们的两个邻居到处打广告,飞机上、楼宇里、高速公路上,到处都是‘中国两大酱香白酒,一个是郎酒’。还怕茅台生气。”正在发言的李保芳干脆放下稿子脱稿表达。“怎

么看这个事?我们认为我们的邻居有两点,一个是快,所谓快,这两家企业的眼光与速度,并没有局限于今天的水平;一个是好,就是这两家企业的产品质量好、经营效益好。”

“几年前,国台不赚钱,今天你看张春新脸上漾满了笑容,说明他们能赚钱了,这是好事。我特别希望,在赤水河这个区域,能够形成更大的酱香酒产能,因为现在酱香酒供需缺口太大,如果我们能共同把这个需求的缺口拉小一点,让更多百姓享受到酱香白酒,共同把酱香酒的市场做大。”李保芳笑着说,“所以,这个广告不要考虑茅台的感受。茅台支持你们这样做。如果这个广告,能让你们把企业做大,何乐而不为?”

“十年树企业,百年树品牌。打造国家品牌是一个长期过程,我们愿与在座各位一道,抓住新时代的新机遇,打造‘国家品牌命运共同体’,为中国品牌傲立于世界而努力奋斗。”李保芳的一番话,引起来往企业家的广泛共鸣。(本报记者樊瑛 张建忠 组稿)

浙江力普咨询热线:13806745288

13606577969

传真:0575-83152666

力普网站:www.zjleap.com

E-mail:zjleap@163.com