

## 2019 中国四川辣酱产业发展高峰论坛 3 月 15 日在南充嘉陵区举行



四川锦酱房味业有限公司董事长杨晓飞

## “锦酱房，要做最顶级健康的四川辣酱”

——四川锦酱房味业有限公司董事长杨晓飞访谈

■ 本报记者 何沙洲

2019年春节刚过，正月初九，记者从成都驱车赶往南充，在沪蓉高速南充嘉陵出口下高速，驾车行驶4.5公里就到了嘉陵工业园区，一大片中国红建筑群映入眼帘。这是锦酱房味业集团投资新建的调味品深加工基地，记者要探访的中国辣酱行业的传奇人物——杨晓飞先生，就是这片中国红的创始人。

虽然是春节，但是锦酱房的合作伙伴和经销商已陆续赶到了新工厂。记者粗略算了一下，来自郑州、天津、上海、南京、无锡、广州等地的客商不下二十人。

营销大师菲利普·科特勒认为：消费者在选择不同企业的产品时，首先考虑是否能够获取最大的顾客受让价值。对此，四川锦酱房味业有限公司董事长杨晓飞带领当天造访的客商参观了按GMP国际卫生标准设计建造的辣酱、火锅底料、复合调味料生产车间、现代化全自动流水线设备、技术研发中心、物流仓储中心、办公大楼、员工宿舍楼，获得客商的高度赞赏：“锦酱房高起点、高质量，站在了中国辣酱产业的前沿！”

无疑，当今的经销商和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，对于产品和服务的期望也越来越高。“好的产品和服务才能获得合作伙伴的支持，只有安全健康的好产品才能赢得经销商和消费者的信任。”在如今调味品市场鱼龙混杂的形势下，杨晓飞对此有清醒的认识。他说，即将于3月15日在锦酱房味业隆重举行的“2019中国四川辣酱产业发展高峰论坛”，就是锦酱房为响应第十届中国调味品行业发展高峰论坛，应“全球川菜产业发展促进会”、“四川调味品协会”要求在南充市嘉陵区主办的一项重大活动。其目的就是要向社会各界郑重承诺：锦酱房，从提升产品品质、服务品质、品牌价值多方面入手，只做安全健康的辣酱制品，做中国最好的“四川辣酱”，让消费者享受到不一样的味蕾之旅，为合作伙伴、经销商创造共赢发展、共享未来的机会。

## ●“锦酱房”这个品牌的辣酱是要为消费者的美好生活锦上添花的美味食品

记者：贵公司前身是郫县白鹤豆瓣厂，其历史可上溯到清康熙年间。据悉，是您到了该厂创立了“锦酱房”品牌，并确立了将四川辣酱作为公司主要的发展方向。这与您曾经担任“老干妈”食品生产厂长有关吗？

杨晓飞：白鹤豆瓣厂是郫县早期历史悠久的非公有制酱园厂之一，其历史可上溯到清康熙年间。解放后公私合营，以生产“鹃花”牌郫县豆瓣为主。2013年，我们响应南充市嘉陵区委、区政府招商引资政策，到嘉陵新建了占地50亩的锦酱房味业生产基地。一期建有六条全封闭式油辣椒、辣酱制品、火锅底料、复合调味料生产线及二条酱腌菜生产线，可年产辣椒制品、蔬菜制品10万吨。二期生产线规划全面投产则可达年产20万吨。

我的祖籍是重庆合川，20世纪60年代父母支援三线建设到了贵州，我本人也是在贵州长大的，“老三线”的拼搏精神从小就深深地烙在了我的心上。我先后在国企上班、停薪留职做商贸。1998年，贵阳南明老干妈风味食品公司第一次向社会公开招聘了13名大学生，我作为其中之一进厂。当时的“老干妈”生产、生活条件都非常艰苦，我从基层员工开始做起，针对生产现场管理，经常加班到深夜赶写生产车间管理制度和各工序关键控制点质量监控制度，时常得到陶华碧老太太关心。入职不到三个月，我被任命为公司云关老厂厂长，历任云关新厂厂长直至总厂厂长，其间开启了老干妈企业标准化管理和制度化管理的篇章。

2002年，我奉调至老干妈成都办事处负责四川的销售业务，深入接触了川菜、火锅等系列调味品，深深感受到了川菜文化的博大精深。川菜用料广博、味道多样，麻辣鲜香的配方工艺给我留下了深深的烙印。再与多年的工作经验对比，感觉贵州的辣酱在炒制和配方工艺上仍有一定的欠缺。如果加上四川得天独厚的资源优势 and 川菜独有的配方工艺，一定会做出一款口感、品质更佳辣酱。于是，我2003年从老干妈办理了离职，寻找



2001年老干妈新厂建成杨晓飞和同事合影留念

合伙人来做一款真正能代表四川的辣酱。

记者：您作为“锦酱房”品牌的创始人，回想一下您当初取这个品牌名有什么特殊意义吗？

杨晓飞：食品行业是服务行业，服务工作永远无止境。我在辣酱这个行业已经有二十多年了，我要一辈子做下去，在这个行业做到极致，按照我们四川人自己的思路来创立一个四川辣酱品牌。正是秉承着这种理念，我创立了“锦酱房”。记得当年想这个品牌名字的时候，我在成都杜甫草堂、浣花溪一连转了三天。“锦”字代表了成都锦官城，“酱”字自然代表了我要做的辣酱，“房”字联想当年诗圣杜甫避乱锦官城写出了千古诗句“安得广厦千万间，大庇天下寒士俱欢颜”，不正是我们对美好生活的向往吗！锦酱房，就是要为广大消费者的美好生活锦上添花，为员工、客户、消费者打造快乐幸福的平台。

因此，在锦酱房，每一位新员工进入企业都要举行庄严的宣誓仪式：“我将致力于做好每一件事，善待每一个人；以细致成就极致，用执念突破局限，只为做到更好；以工匠精神，超越自我、精益求精。”目的就是让“锦酱房”为消费者创造满意的产品和服务，打造极具竞争力并赢得社会尊重的企业。

记者：郫县是中国“豆瓣之乡”，“锦酱房”在郫县可以“借势”发展吧，怎么想到到南充投资建设新的调味品深加工基地呢？

杨晓飞：郫县豆瓣是中国优秀调味料之一，但豆瓣酱与辣椒酱还是有本质区别的，豆瓣酱是由辣椒、蚕豆经过“日晒夜露”的自然发酵酿造而成的。辣酱则是由辣椒、豆豉等系列产品原辅料通过专业的高温炒制工艺制作而成的。2017年在美国麦当劳发生的疯抢“四川辣酱”事件，就已经充分证明了四川辣酱的独特魅力，这也是四川文化文化的一种延伸。所以这次“锦酱房”视觉识别系统也做了全面的提升，以国宝熊猫、川剧变脸、传统工艺典型的四川元素作为锦酱房商标的三大要素，向世人庄严宣告：四川味道，硬是霸道！

食在中国，味在四川。贵州辣酱的领军品牌，我的老东家“老干妈”已风靡全球。锦酱房必须沉下心来认真向“老干妈”学习。在这个不进则退的新时代，只有急起直追，不断超越自己，才能保证企业的长足发展、基业长青。锦酱房现在和未来说只做一件事：聚焦优势资源，打造让天下人都离不开的“四川辣酱”！

好辣酱，首先要有好辣椒、好豆豉、好原料。2013年，锦酱房到“世界长寿之乡”南充嘉陵新建调味品生产基地，这里不仅有得天独厚的自然条件和交通物流优势，更重要的是有资源优势：南充是“二荆条辣椒”的发源地，荣获“中国国家地理标志保护产品”称号。南



锦酱房新起点

充二荆条辣椒皮薄肉厚、色艳籽少、油份含量高、营养丰富，是四川辣酱、郫县豆瓣、重庆火锅底料等产品的主要原料。且南充还盛产菜籽油、大豆、花椒、羊肚菌等系列原辅料，更是让锦酱房从源头上保证了原料资源优势。锦酱房将沿着“公司+基地+农户”的农业产业化道路，建立自己的辣椒、菜籽、羊肚菌种植基地，依托锦酱房现代化工厂的先进科技设备以及特有的炒制、配方工艺，打造锦酱房四川辣酱世界品牌之路，使锦酱房成为集种植、基地、研发、生产、销售一体的农业产业化龙头企业。

## ●锦酱房一直把及时准确理解和尊重客户需求放在第一位

记者：目前锦酱房味业主要开发了哪些产品，市场是如何定位的？

杨晓飞：锦酱房味业目前已经形成了以“锦酱房”为品牌的风味豆豉、蒸鱼豆豉、冬菜牛肉酱、牦牛肉酱、拍黄瓜酱、蘑菇酱、辣子鸡、油辣椒、深海虾酱等系列辣椒制品的餐桌、厨房供应链条；以“酱小妹”为品牌的辣椒制品、酱腌菜、蔬菜制品的电商、旅游、特殊渠道供应链条；以“百年鹃花”为品牌的郫县豆瓣、火锅豆瓣、红油豆瓣系列以及香脆椒、火锅底料、鱼调料等系列复合调味料的中央厨房餐料供应链条。已经开发出50多种规格近100只单品，

产品畅销全国各地并出口海外市场。

市场需求是在不断变化的，市场的竞争尤为激烈。比如，目前“老干妈”已经把风味豆豉做成了代名词。风味豆豉广泛应用于中餐、火锅配料之中，尤其是传统川菜的“回锅肉”，据悉90%以上的厨师都不再用豆瓣，选择了风味豆豉作为首选调料。而市面上，能够进入餐厨系统的风味豆豉是凤毛麟角。而锦酱房自主研发的“餐饮装”风味豆豉，有效地解决了风味豆豉在餐饮、火锅系统中“便捷使用”、“成本控制”、“风险管控”等诸多瓶颈，产品有效填补了风味豆豉在餐饮、火锅系统应用中的短板，国内大型的餐饮连锁系统、火锅、老婆大虾系统，即纷纷采用锦酱房大包装风味豆豉作为其主要的配料系统。

随着人们对高尚生活品质的追求，越来越多消费者已抛弃那些仍添加有“山梨酸钾、苯甲酸钠”等防腐剂的豆瓣火锅。锦酱房风味豆豉，从豆豉发酵的源头就禁止了防腐剂的添加，是真正称得上安全健康的四川辣酱。为了切合餐厨系统的实际需求，锦酱房已经陆续开发出“火锅底料专用油辣椒”、“餐厨专用红油”等系列产品，为餐厨系统提供全方位的味觉、视觉效果，引发餐厨系统革命性变革，锦酱房在行动。



客商们提前到锦酱房新生产基地参观

记者：那么，“锦酱房”是如何做到持续拿出更好的产品来满足经销商、消费者的需求？

杨晓飞：对于做调味品，用一句英语“*There is no best, only better!*”翻译的话来说，没有最好，只有更好。只有不断努力做得更好，才能接近最好。这个“好”体现在一系列的细节上，包括完整产业链的质量监督、对经销商和消费者的尊重等。锦酱房时刻把握质量关键点，坚持实行“从田间地头到餐桌”的全程质量管理体系，从生产设备、原料采购、现场管理、售后服务等各个环节，都坚持了高起点、高标准的全程质量控制手段，以及完善的安全追溯体系；同时，在公司已建立的HACCP国际食品安全管理体系认证的保证下，努力将自身的技术优势与市场需求紧密地结合，持续将产品和服务的价值进行增值。

比如每个客户都有自己不同的需求，锦酱房一直把及时准确理解和尊重客户需求放在第一位；建立了“锦酱房味业技术中心”，专门负责产品的技术提升和研发创新，在将企业与客户共同利益最大化的同时，使企业的核心价值得以提升和超越。

## ●诚信是锦酱房味业服务的守则，诚信共赢才能赢得锦酱房的未来

记者：公司“2019中国四川辣酱产业发展高峰论坛+四川锦酱房味业有限公司成立5周年庆典+锦酱房味业全国经销商大会”的召开时间放在了消费者权益保护日的“3·15”，就是体现锦酱房的一种企业价值吗？

杨晓飞：是的。诚信是锦酱房味业服务的准则，诚信共赢才能赢得锦酱房的未来。一个优秀的企业不仅要携手合作伙伴让广大消费者享受到优质的产品还有价值理念服务，同时还要以自身更好的发展去践行企业公民责任。党的十九大提出了“实施健康中国战略”方针，这说明食品企业不仅要确保人民群众“舌尖上的安全”，更要依靠诚信经营和负责任的经营管理，不断延伸和提高自己服务能力，主动为全国人民送健康，为中国的消费升级服务。

锦酱房多年的发展都有众多客户一路相助，“3·15”隆重邀请和欢迎参加第100届成都全国春季糖酒会的老朋友以及调味品行业专家团队到新工厂进行考察，坦诚和客商交流，其目的就是要更好地了解经销商和消费者的真实诉求，优化资源，确保锦酱房研发产品的销售和享受价值，为合作伙伴、经销商获取投资回报率的最大化努力。“食品安全是

关乎人人的重大基本民生问题”的这一特性，决定了优良信用是食品企业的生命线。锦酱房始终坚守着自己的“道德底线”，坚持高标准、高质量、工艺不自己、材料不减、标准不降，坚持用优质食材，拒绝添加。



好产品离不开好食材

要获得合作伙伴、经销商长期的支持，就一定不能有短期行为，一定要坚持以“诚信服务，质量第一”的经营原则做好食品，这是企业实现持续发展的基础，是和与合作伙伴、经销商实现共赢发展共享未来的保证。

记者：锦酱房欢迎什么样的合作伙伴一起来共赢发展共享未来？

杨晓飞：锦酱房将在“3·15”那天举行“携手聚力共赢”、“遇见四川辣酱”为主题的盛会，只为与志同道合的企业、客户携手合作，聚焦资源，共同打造一个安全健康的四川辣酱品牌，同时还要努力更好的发展去推动行业共同的良好发展。

只有诚信共赢才能持久合作。锦酱房将尽快地建立起合伙人股权激励的现代企业管理制度，为员工提供良好的福利和打造快乐幸福的平台；为合作伙伴、经销商创造良好的投资回报；为消费者创造满意的产品和服务，打造极具竞争力并赢得社会尊重的企业，带动辣椒制品农业产业化道路，带动更多群众发展特色产业增收致富。