

创新经营 | ChuangxinJingying

“泡”出来的奇迹 康师傅 跃过创新“龙门”

时间

很多的消费者都有一种感觉,现在方便面无论面饼还是汤料,味道都很到位,品种更是齐全;就这小小一包面饼含,也能翻出这么多花样来?

叶明坤也许是被动问过这个问题最多的人。作为康师傅控股有限公司方便面食品事业生产本部的副总经理,他深知在中国,每分钟就有2万人在享受热腾腾的康师傅方便面。“方便面虽然看似简单,但是我们整个行业却从未在这袋‘巴掌食品’身上停止过创新。不要小瞧这袋面,从盐水配料、面饼压制、调味包烹饪直到产品包装、入库,康师傅已经为它注入了19项全新技术工艺。”

百“味”争鸣 迈向口味创新主干道

在中国方便面行业内,大家的理想就是国人对方便面的消费能力能够赶上韩国与日本。而据统计,目前韩国人均消费约69余包,而中国目前的数字仅是31包。要完成量上的飞跃,产品特性也必然需要有大的提升。可以说方便面销量提升的一大核心产品就是口味。我们犹记10年前“全国一面”的景象,康师傅“红烧牛肉面”几乎就是方便面口味的代名词;现在,终于



可喜地看到国内方便面行业的百“味”争鸣之势。

在口味决胜的路线上,康师傅探索口味的路子尤其值得参考。卢宗庆,康师傅方便面品牌和产品策划的最终责任人,在过去15年中念兹在兹的事,就是如何摆脱对“红烧牛肉面”的依赖。为此,康师傅在中国各地派出研发人员,寻找各具特色可以转化成方便面产品的“中华美食”,形成康师傅所独有的系列产品组合,实现了产品口味从“一味”到“百味”的扩张。到目前为止,像香辣、香菇、鲜虾、酸菜、酸辣五个品类,已经发展成为可以媲美红烧牛肉面的产品,并与后者并称“六

经过20多年的快速发展,方便面行业逐步做大做强,新产品的不断上市及调味料产品的不断丰富,不仅显示了这个行业创新力度的加大,而且昭示了方便面行业的远大发展前景。中国方便面企业,已经跃过了技术创新的“龙门”,让国人的面碗中不断“泡”出新的奇迹。

关注的要点。但方便面行业最大的风险来自于各方对“方便面是垃圾食品、生产原料不卫生”等质疑。为此,方便面行业正在通过共同努力,改进方便面安全的风险与行业应对机制,关注方便面产品与人体健康、安全的关联,以更优良的产品品质,赢得消费者的信任。

康师傅控股有限公司中央研究所的所长杨乾辉所关注的重点就是产品的设计和安全问题,在他看来,用技术和管理创新扼杀一切风险,才能够在食品安全上运筹帷幄,决胜千里。康师傅食品安全的保障采取的是“内外兼修”的一条鞭式管理与技术保证。在外部,从供应商的原物料质量管理体系入手;在内部,康师傅透过生产规格一致化将数百条生产线按照相同的标准实现生产,以确保产品与消费者的期望一致。

中国食品科学技术学会副理事长兼秘书长孟素荷提到,康师傅这样的企业是一个带头人,在全行业对安全问题如此重视和加大投入之下,方便面已经是一个非常安全的产品了,近5年抽检合格率都达到了98%以上,主要品牌更是100%的合格率。

配套对接助推创新发展

在2011年,康师傅共有5条最新

的生产线引进完成。作为当今世界上速度最快的方便面生产线,由此带来生产效率和节能效率的提升,也是显而易见的。在康师傅的工厂,从原料到成品的几十道生产程序在生产线上快速流转,眨眼间完成了从面粉到整箱方便面的生产演变,并且这些都是生产线自动完成的,而一些厂房的管理工人只有六个。这就是技术改造提升带来的变化,以新建的天津厂为例,康师傅引进德国、日本高效能机器,一分钟可以生产500包,平均一天将有1600多万包,一年48亿包的高产能,成为全中国乃至亚洲最大的单一产能方便面厂。

【专家说道】

“方便面市场未来几年内仍会以5%至10%的速度增长。未来5年至10年,方便面行业将进入颇具深度的由量到质的转型与突围中。”孟素荷认为,在营养与健康需求的引导下,方便面行业的产业结构与产品结构将进入多元化的调整阶段。现在,中国企业在技术创新之路上已经开始大步前行,需要的则是进一步优化资源和明确发展目标。“中国方便面行业应把握机遇,努力创造由中华面引领世界的时代。”孟素荷不无期待地表示。毕竟,我们究竟能“泡”出多少的奇迹,方便面企业才是真正的决定者。

持续创新 成就中国方便面产业

赵晶

5月19日至21日,第八届世界方便面峰会将在天津举行。届时,全球方便面行业代表将集聚中国天津,为世界方便面行业谋求新发展。两年一届的世界方便面峰会是“全球方便面行业的奥斯卡”,今年在中国举办,是对中国方便面行业快速发展及在全球行业内地位显著提升的肯定。

据中国食品科学技术学会面制品分会统计,2011年中国方便面行业总产量为483.83亿包,销售额达到557.76亿元,中国已成为世界方便面第一大产销国,开始担当起越来越重要的角色。

除了方便快捷、救急充饥,作为方便食品之首的方便面,更追求安全、营养和美味。正是这种理念的改变,使得行业发生了深刻变化,并朝此方向不懈努力

1958年,日本日清食品公司的创始人安藤百福发明了全球第一袋方便面。上世纪70年代初,方便面被引入中国;1988年,国家制定了方便面质量标准。上世纪90年代初,康师傅、统一等台资企业进入内地,并率先引进先进的方便面生产设备、口味研发技术,经营管理理念与营销创意策略,带动了中国方便面行业的提升,行业迎来了高速发展期。随后,今麦郎、白象、亚特兰、锦丰、宏发、斯美特等数百家企业陆续进入方便面行业,逐步提升了方便面的市场普及率。

一些优秀方便面企业及时而敏锐地发现了消费者需求的变化,由此带领行业理念作出调整。方便面行业要长远发展,就必须改变思路、勇于创新,要在产品的安全、营养和美味上狠下功夫,做足文章。

经过近10多年的发展,方便面的创新已经经历了三个阶段:一是面饼创新阶段;二是料包创新阶段;三是产品附加值阶段。方便面产品逐步走向差异化,弹面、拌面、干吃面、非油炸面等新品种方便面相继出现,树立起整个行业创新发展的大旗,让方便面种类得到极大丰富。

与此同时,随着产业的提升和发展,方便面行业也步入资源整合阶段,一批优秀方便面企业稳步发展起来。有关数据表明,2000年至2010年的10年间,中国方便面生产企业由800余家减至80多家,行业迅速朝规模化发展。目前,整个行业形成了以康师傅为首,今麦郎、统一、白象紧随其后的格局。这四家企业的市场占有率达到80%以上,且行业仍在高度集中进程中。

与此同时,依托中华博大精深的饮食文化,中国方便面企业努力创新产品,百味齐集的多类产品,不仅大大开拓了中国方便面市场,更是丰富和提升了世界方便面行业的发展,确立了中国方便面产业在世界行业内的地位

一包18克的酸菜能创造多少价值?统一“老坛酸菜”给出的答案是近30亿元。

在2009年推出“老坛酸菜”之前,统一单品方便面的最高销售额不到2亿元,而2011年仅“老坛酸菜”一个单品的销售额就近30亿元。除了统一,康师傅随后开发出的“陈坛酸菜面”的单品销售额也达到了10亿元,白象集团的“老坛酸菜”面也近5亿元。

青海盐湖: 技术创新 打造“世界之最”

骆晓飞 张曦

西部大开发战略实施以来,国内最大钾肥生产企业——青海盐湖工业股份有限公司通过技术创新,近年来不仅实现了钾资源可采量和钾肥生产装置规模的成倍增加,而且逐步搭建起了以“三大工业基地”和“五大产业群”为核心的世界最大盐化工产业架构。

“目前,青海盐湖工业股份有限公司的钾肥实际产量已经突破240万吨,产能规划也已经由原来国家规划的100万吨发展到了350万吨,可以满足国内钾肥市场需求的1/3。”青海盐湖工业股份有限公司研发中心副主任、总地质师王石军说。

青海盐湖工业股份有限公司是我国最早进行盐湖钾肥开采的企业之一,自1958起,其前身青海钾肥厂就开始在柴达木盆地察尔汗盐湖开发钾资源,但是,受技术条件和开发理念的限制,直到本世纪初,这里的钾肥产能只有40万吨。

随着“青海100万吨钾肥项目”列入国家西部大开发首批十大重点工程,以及青海盐湖工业股份有限公司在生产设备技术、反浮选结晶开采工艺技术上取得突破,察尔汗盐湖资源开发焕发出前所未有的活力。

“没有科技创新就不可能实现产业做大做强,就不可能打造盐湖循环经济。”王石军说。反浮选结晶技术的突破极大地提高了钾肥开采效率,固体钾矿溶解转化工艺“再造了一个察尔汗盐湖”,产业链设计创新让盐湖资源开发从单一的钾肥生产走向钾、钠、镁、锂等资源的综合利用。



从“借船出海”到“造船出海” ——中铁一局斐济公司推进国际化战略

齐中熙 张筱璇

在南太平洋岛国斐济建筑市场,中铁一局斐济公司在4年间实现了业务规模“三级跳”,凭借由“借船出海”到“造船出海”的海外经营之路转变,探索出了中国建筑行业海外公司化经营的新模式。

从2008年中铁一局首次进入南太平洋岛国斐济建筑市场,承建纳嘎里大桥项目,到2009年4月中铁一局在斐济国注册成立中铁一局斐济公司,至今年中铁一局在斐济市场已顺利完工的项目有3个,在建项目6个,另有3个项目已经与斐济政府签署了协议,项目总金额近16亿元人民币。

在斐济,建筑行业竞争十分激烈,

仅中国建筑施工企业就有17家。中铁一局斐济公司依靠公司化经营、本土化管理,一边做项目,一边经营开发,在众多竞争者中脱颖而出。

中铁一局海外事业部副总经理、斐济公司现任总经理乔勇认为,在斐济的经营开发工作首先要从现汇项目入手,这是打入一个新市场的必要手段;其次,要重点追踪中国政府的优惠贷款项目,这是公司上规模、抓效益的重点;还要重视自主运作的投融资项目,这是境外公司长期、持续经营的最佳选择。

为了在斐济扎根、实现可持续发展,中铁一局斐济公司坚持“以现场保市场”,珍惜每一次机会,精心干好每一项工程,赢得了良好的信誉。“我们在斐济干了这么多项目,没有哪一个

项目业主不表扬的。”乔勇说。

此外,中铁一局斐济公司改变了“游击队式”的单纯做项目的方式,实现海外经营公司化,确立公司化的主体地位。公司还着力分析目标国家的政治等其他潜在风险,根据东道国的法律法规、民风民俗、风土人情,研判目标国家经济发展的趋势和基础设施建设的投资动态,持续跟踪国家外交政策以及援助和优惠贷款项目的立项和实施。

截至目前,中铁一局先后在斐济中标12个项目,包括公路改造、河道疏浚、桥梁架设以及住房建造等各种建筑项目。经过4年发展,斐济公司已经具备了以工程施工为主,多领域参与斐济国家基础设施建设的实力。

富士康上海建总部 大陆台企瞄准内需谋划转型

潘清

“1988年我第一次来上海,就有一个梦想,要在这里拥有自己的办公大楼。现在,我的梦想就要实现了。”站在浦东陆家嘴的一处工地上,鸿海-富士康科技集团董事长郭台铭说。

10日,郭台铭为上海富士康总部大厦打下了第一锹土。未来,这座高95米、总建筑面积逾8万平方米的智能节能建筑,将成为富士康集团大陆地区总部,以及长三角地区研发中心。

不过,对于郭台铭而言,新大楼奠基并不仅仅是“逐梦”的开始,更是富士康从外销出口导向型企业,向科技内销服务型企

业转向的标志。作为全球最大的电脑、通讯、消费性电子等产品代工企业集团,富士康集团名列2011年“财富全球企业500强”的第60位,并连续9年居大陆出口200强榜首。2011年,集团进出口总额高达2147亿美元,约占大陆出口总额的5.9%。

在全球金融危机阴影尚未消退的背景下,外需不振令以代工为主要经营模式的富士康面临转型挑战。

在深入研究大陆“十二五”规划



©上海 富士康总部大厦效果图。

“稳增长、调结构、扩内需、促民生”战略的基础上,郭台铭和富士康集团将目光对准了魅力日增的大陆消费市场。

郭台铭说,利用浦东具备的人才流、物流、资金流、信息流优势,未来的上海总部大厦将成为富士康“新世代商业模式演进的试验场”。此外,集团还将在上海闵行区闵北工业区华漕镇设立富士康电子商务总部。

“继‘制造富士康’和‘技术富士康’之后,依托庞大的内需市场,我们正走向‘商贸富士康’。”郭台铭说。

值得注意的是,富士康并非唯一

看好大陆内需市场的台资企业。有数据显示,截至去年末,已有10家台资企业在上海设立了总部,另有数十家台企设立了地区性投资公司或研发中心。

台企经营策略的转变,与正在践行“创新驱动、转型发展”的上海不谋而合。一个月前,上海工商管理部门出台一系列支持外商投资企业发展的创新政策,将“鼓励外资跨国公司设立地区总部及销售中心、采购中心、结算中心、研发中心、资金管理中心、物流分拨中心、共享服务中心、数据中心等功能性机构”纳入其中。