

中国食品周刊

协办:中国贵州茅台酒厂(集团)有限责任公司 辽宁道光廿五酒业集团 汾酒集团

值班主编:张建忠 责编:戴琳 编辑:陈倩 版式:张彤 校对:阳红 2012年11月5日 星期一 广告热线:028-68551386 新闻热线:13408092872 电子邮箱:spzkdw@qq.com

管理日报 C1

以20年庆典为契机 榆林普惠酒业集团“酒银行”隆重开业

□ 赵敏

在100米深的山洞里给自己存上一坛好酒,随时可以取出来小酌,这是“酒银行”为储蓄户提供的便利。

10月23日,榆林普惠酒业集团有限公司举行20周年庆典暨老榆林酒文化展览馆落成仪式,同时,首家“酒银行”正式成立。翌日,在陕西榆林普惠酒业集团20周年庆典拍卖会上,一坛“老榆林”20年原浆酒拍卖出了14万元的天价。

如今,酒类已从单纯消费品向消费、收藏与投资等“多功能”转变。榆林普惠酒业集团公司在建厂20周年之际,推出了一项由公证处公证的老榆林“酒银行”,旨在让顾客像存钱一样存酒,随时可支取;也像买股票一样,通过交易可获得收益,而且无损只益。



据介绍,消费者买酒后,就会获得一个存折,存折上清楚地记载着其买酒的时间、年份、数量、贮酒的山洞和坛号;并为消费者建立一个台账,台账上会记录其中途取酒的时间和数量,以及本人签字。购酒后,由本人对所属酒坛加锁,但所存窖洞门锁由“酒银行”保管人员管理,存酒中途可

通过保管人员按量取酒享用,保管人员在消费者存折和台账上对酒的数量变更进行登记。前3年购买者,容器和存折是免费的,3年后购买者,容器和贮存要收取一定的费用,消费者因种种原因想将酒变现,如果未滿3年,“酒银行”以每年增加原价10%的价格回收,如果已经滿3年且不足5

年,“酒银行”以每年增加原价的15%的价格回收,如果已经滿5年,酒银行以每年增加原价的20%的价格回收,变现时以实际存量计数。

2012年,榆林普惠酒业集团有限公司开始在酒厂建起了“老榆林酒文化展览馆”,旨在充分展示榆林的风貌人情,更主要地展示老榆林系列酒和展示该集团20年来发展历程,这是普惠集团企业文化建设的里程碑。

榆林市普惠酒业集团有限公司董事长李瑜在致辞中介绍,20年来,普惠酒业集团承载着创业者的梦想,始终遵循“用心做事,诚信天下”的经营理念,用真心、真情、真意做真酒。目前,已发展成为集白酒、金融、房地产、陶瓷、包装、酒店、旅游、物业管理等多元化、规模化、品牌化的集团公司,拥有资产32亿元,年产白酒

9000吨,核心品牌“老榆林酒”畅销西北地区。

据悉,在今后一个时期,普惠酒业将打造三个基地:即榆林普惠老榆林原浆酒生产基地、北京龙凤酒业基地、贵州茅台镇酱酒生产基地,通过扩大产量,提高质量来寻求差异化竞争,不断彰显优势。酿造浓香型、清香型、酱香型三种白酒,突出“人无我有”,追求风格典型性,走精专之路,优化两大品牌——老榆林和凤酱系列。

陕西榆林普惠酒业集团开办“酒银行”有三个方面可圈点。一是在投资市场上增加了一个新品种,二是通过存酒回购使储酒户获得了高于银行的利息,三是企业大大减少了储酒的资金占用,可谓一举三得。

俗话说“美酒飘香惹人醉”,老榆林洞藏酒或许会醉了饮者,醉了存钱者,醉了投资者。

第八届中国食品博览会规模创历届之最

□本报记者 张建忠

金秋时节,在喜迎党的十八大胜利召开之际,第八届中国食品博览会(以下简称“食博会”)于10月26日—29日在成都成功举办。

记者了解到,本届食博会以区域规划和重点行业规划相结合,展览面积达8万平方米,比上届增长33%,规模创历届之最。共有来自境外35个国家和地区、境内31个省(区、市)的3042家企业参展,参展国家、地区

和省(区、市)数量均超历届。

展会汇集了境内外重点品牌的系列产品,参展品种多达万余种。中粮集团、茅台、泸州老窖、郎酒、北京二商集团、双汇、雨润、加多宝、王老吉、安琪食品、蒙牛乳业、通威集团、红塔集团、福元多多、四海集团、环太集团等多家食品龙头企业纷纷参展。四川特色食品展区内,凉山州展馆成为最大赢家,68家参展企业带来的凉山绿色食品得到专业观众和社会观众的青睐,订单与现场体验消费两

旺。台湾地区组织了60余家企业在现场进行美食推介。

食博会是商务部重点培育的食品行业专业展会,自2004年起分别在武汉、宁波成功举办七届,已成为商务系统推进产销对接、拉动食品消费、促进食品市场繁荣的重要平台。本届食博会为进一步做好采供对接,搭建高效的贸易交流平台,组委会与160多家中国驻境外使领馆商参处、500多家境外商协会、1200余家国际食品企业建立了直接联系。

本届展会集中展示境外参展食品企业的产品和技术,充分体现食博会的国际性和专业性。展会还精心策划了中国食品产业发展高峰论坛、南菜北运、肉菜可追溯等成效展示、优质食品推介与采购洽谈会、肉品质量安全快速检测大比武、大型流通企业采购说明会暨对接洽谈会等多项经贸活动。

本届食博会为专业买家搭建了采购平台,为参展商提供了丰富的营销手段和贸易良机,仅凉山代表团就

实现贸易成交1963亿元,可以说,凉山绿色产品通过食博会走向了全国,走出了国门。四川福元肉类食品有限公司、康美现代农牧业产业集团有限公司、寰信集团(香港)有限公司、四川彝家山寨黑苦荞食品有限公司、深圳市晨光乳业有限公司、伊顿农业有限公司等一大批食品生产企业在展会上拿到了大额订单,实现了购销两旺。截止到10月29日下午,本届食博会现场签约和意向项目成交额达到125亿元,比上届增长17.3%。

□本报记者 王建蓉

10月26日至28日,第八届中国食博会在成都成功举办。来自境外30多个国家和地区、境内31个省(区、市)的3000余家企业参展。据记者了解,这次中国食博会是首次落户西部地区,其阔达8万平方米的主展场面积,均创下历届食博会之最。以久负盛名忠记品牌塑造的当代养生保健新锐养津堂,在养生业界大放异彩的同时,也给本届食博会增添了亮色。

打造全球一体化 养生滋补产业链的企业

从事药品与滋补品产业的忠记集团,起源于一个拥有百年行医历史的传统中医世家,早在1921年便创立了第一家“忠记药铺”。据介绍,忠记创始人陈朝谋董事长秉承祖、父辈悬壶济世的传统和“调制无人知,天地存良心”的家训,以“诚信、正气、医德”为核心价值观、“厚德载物,正气长存”和“卓越品质,正气品格”的情操塑造责任文化,将中医养生文化通过标准化、规模化、品质化的企业运作去更好地服务社会。

经过汇聚全球高端天然滋补品,实施种植、养殖、采收、生产、研发、加工、销售、服务的全球一体化运作模式,忠记集团致力于构建国际产业平台的大手笔开拓,至今已拥有国内外众多著名药品、保健品的供应商和战略合作伙伴,在中国大陆、香港、东南亚、美国、加拿大等地建立了10多个全资、控股子公司,成为了规模化、市场化、国际化发展的大型跨国企业。

以天然的养生美食 造福社会的品牌

忠记凭借全球一体化的产业链,创建养津堂品牌,可谓是百年磨一剑。养津堂是忠记入主中国养生市场建树的重磅级品牌,以养生美食为亮点,以守护健康、享受成功为品牌使命,开创了一种独特的

养津堂:天然养身美食文化的引领者



董事长 陈朝谋

养生滋补文化。

正如忠记集团创始人陈朝谋董事长在养津堂品牌创立时所言:“一个世纪岁月如歌,20年如一日风雨兼程,如今,时代在变,市场在变,企业在变。忠记迎来了新一轮的跨越式发展,我们把握变化大势,合上时代节拍,抓紧战略步伐,做强实力,做优企业,做大品牌,以强者的姿态开启崭新的事业征程。”

养津堂的成功的实践,犹如一场核爆,在业界造成极大影响,也意味着中国养生滋补行业格局将改变,天然养生美食的产品、服务与理念将逐步引领健康产业发展步伐及养生市场的未来。

天然养生美食产品 业界首屈一指

企业在于发展,品牌重于沉淀,产品奇于独特。养津堂的产品,以天然滋补品为核心,以家族五代从医对自然养生和食补有近百年的经验沉淀为基础,将“中医养生、滋补品、顶级美食”三种结合起来,高薪聘请中医大师、现代养生专家、世界知名的香港美食大厨,按照“四季食补、阴阳调和”的养生理念,首创独家秘制配方,研制出粤港潮汕特色的养生滋补美食。

养津堂的养生美食产品分为10大品类60多款产品,涵盖了鲍鱼、鱼翅、海参、花胶、虫草、燕窝、鹿茸、野山参等多种高端食材和药材,主推的“大盆菜”、“佛跳墙”、“鲍参刺肚羹”等产品,均蕴含了极有特点的文化内涵和养生功效。

养生美食属于低温保存的速冻食品,产品质量从产地源头抓起,确保原材料纯天然高标准,且生产全程无任何添加剂,由30万级的无菌“中央厨房”按照GMP制药标准进行规范生产,“特别是在汤料配制上,由12种天然原料、36种养生汤料配方,经48个小时人工熬制,仅取其中心20%的浓缩精华,味道鲜美又养生,填补了高端养生滋补美食的市场空白。”养津堂企划部郑经理介绍说。

除养生美食产品之外,养津堂还提供近百款的各类滋补礼盒产品,满足各种家庭养生、朋友宴会、美食品鉴、节日送礼等各种需求。

诠释“滋身养心” 健康时尚生活方式

当代中国经济发展秀甲全球,工作压力和健康问题也越来越惊人,养身保健成为了广大民众尤其是成功人士最为关注的大问题。忠记养津堂定位于中高端群体,力行

“滋身养心”的养生文化和方式,竭力满足人们的健康需求,让每一位消费者都能获得独特的身体活力与心灵愉悦。

常言道“药补不如食补”,忠记养津堂品牌个性就来源于其独特的养生理念、天然品味和尊崇格调、文化内涵,并引领消费者实现从市场选择到消费价值取向的转变。养津堂不仅销售滋补产品,而且将中医养生、滋补品、顶级食品三者结合,赋予消费者高品质的养生美食。据记者了解,养津堂品牌经过近一年的运作,已集成了“品牌旗舰店”与“尚食养生会所”两大模式,在江南、华南、华中片区已拥有了相当的市场份额。

养津堂品牌旗舰店。准确定位市场需求,专注于高端滋补产品的销售,为商务礼品、生活礼品、家庭养生提供高品质保障。养津堂瞄准了养生这款巨大市场,将满足高端政务、商务成功人士的养生消费需求。

养津堂尚食养生会所,为成功人士提供一个自然、智慧而充满诗意的养生膳食空间,以高品质美味滋补炖品、悠然闲适的环境、用心关怀的服务展现一种养生的境界,品鉴美味可口的滋补品,以全方位诠释“滋身养心”的健康、时尚生活方式。

据介绍,在构建高效的营销管理系统,养津堂建立了拥有品牌管理、通路运营、渠道管理、后勤保障等部门的现代组织架构,以打造专业的运营团队,加强对重点市场、核心消费群体的直接渗透、销售和管控,并培训指导各区域市场的营销管理与终端建设。

特别在高端养生滋补品牌塑造上,针对重点市场实施体验营销等战略,通过一些高端养生滋补品鉴会、媒体公关和营销结合起来,在消费群体中快速营造良好口碑,以多种形式达到了快速启动市场。



大盆菜美食图

愿景

期盼有识之士加盟养津堂共图大业

随着经济的发展,在社会中高收入以上群体中,有70%的人处于亚健康状态,且数量呈上升的趋势。越来越多的人追求原滋原味的滋补品保健养生,对绿色滋补产品的需求以每年30%急速增长。

经济学家预测:健康养生产业必将成为我国下一个十年的“黄金产业”,13.7亿人民对健康的渴望需求,养生市场潜力巨大!

忠记养津堂虽为“阳春白雪”,却不希望“曲高和寡”,愿意与乐于此道的人士共图大业,携手发展,为此已建树起了有利于加盟商的多种优势——独有的品牌特色优势;走高端养生路线,附加值高,利润丰厚;无需配备大厨,开店节省成本,无后顾之忧;产品不用泡发,加工简便,10—15分钟加热即食,顾客即点即做;产品线丰富,美食和干货品种多样,销售覆盖更宽广;港粤潮汕口味,产品只取20%浓缩精华,GMP制药标准,无任何添加剂;产品质量高标准,原材料从产地直达“中央厨房”……

养津堂以“共创、共享、共赢”和“用忠诚赢取信任,用信义开拓市场”经营理念,真诚期待有识之士的关注与加盟。坚持以现有区域保护、价格优惠、广告支持、促销支持、激励销售、运作支持、开业扶持、系统培训支持、人员支持和退换货支持等十大政策,支持加盟商以单店加盟模式、区域代理模式和酒楼餐厅、团购方式等加盟养津堂。养津堂将从开业前的筹备到开业后的扶持、引导、保护、激励,以各种方式为加盟商的顺利运营铺路架桥,扶持加盟商快速发展,以实现互利共赢,共同做大做强前途无量的养津堂品牌。

国务院食安办在宜昌召开 基层食品安全管理工作体系 建设研讨会

10月24—25日,国务院食品安全办在湖北宜昌召开基层食品安全管理工作体系建设研讨会,国务院食安办副主任刘佩智出席会议并作重要讲话。并就进一步加强基层食品安全管理工作体系建设提出了要求:一是要充分认识到强化基层食品安全管理工作体系建设的重要性和紧迫性。二是强化基层食品安全管理工作体系建设,要做到“三个到位”。三是要切实加强基层食品安全管理工作体系建设的组织领导。(王娟)

质检总局提醒 谨慎邮寄新西兰婴儿奶粉

国家质检总局10月31日提醒国内消费者,谨慎邮寄入境新西兰婴儿配方奶粉。日前,新西兰初级产业部向国家质检总局通报,并在官方网站发表声明称,将与新西兰海关联合开展行动,打击非法输出婴儿配方奶粉的行为。

据新方称,依据1999年颁布的新西兰动物产品法案规定,一切将奶制品带离新西兰本土的行为都被视为输出,而只有在初级产业部注册备案的出口商才有资格输出包括婴儿配方奶粉在内的奶制品。新西兰初级产业部将对非法输出婴儿配方奶粉的公司和个人处以最高30万新西兰元和5万新西兰元的处罚,并酌情决定是否对其提出控。(陈劲松)

总产值或近10万亿 我国食品工业再创新高

近日在“2012中国食品产业发展论坛”上,中国食品工业协会对2012年食品工业整体运营情况做出总结。总体来说:2012年食品产业运行稳定,食品产业总产值快速增长,工业利润持续增长,受外部环境影响较小。

据资料显示,2012年前三季度,食品工业增加值以工业类最快的增速,带动整个工业增长1.3个百分点,上半年完成食品工业总产值41467亿元,同比增长222%,预计全年总产值接近10万亿元。(陈继)

北京将食品安全 列入中小学课程

10月31日上午,北京市政府发布最新一期的政府公报中发布“贯彻落实国务院关于加强食品安全工作的意见”。按照意见的要求,3年左右的时间,本市食品安全治理整顿将取得明显成效。年底前,北京将实现本市大型乳制品生产企业和大型畜禽产品生产企业的原料奶、婴幼儿配方乳粉、鲜肉产品可追溯。同时,将食品安全列入国民素质教育内容和中小学相关课程。(李岩)

思念食品证实退市传言 股市低迷融资难系主因

据报道,国内速冻食品巨头郑州思念食品公司正在酝酿退市私有化。10月15日思念食品发布一份联合声明,宣布拟从新加坡证券交易所退市。按照新加坡证券市场交易所的规则,思念食品将在大约100天内完成私有化退市程序。

对于退市原因,思念食品董事长大股东李伟表示,市场交投清淡,流动性差再加上融资困难,在这种情况下,维持上市公司成本比较高昂,没有意义。李伟认为站在资本市场的角度上,低买高卖是一件很自然的决策,现在股市比较低迷,思念食品的价值也被低估,逢低吸纳比较合算。而从另一方面来说,新加坡股市流动性比较差,再融资能力丧失,这个时候再付出高昂的成本维持上市公司地位已经没有实质的意义。有业内人士表示,大股东通过此举套利颇丰。(周林林)

