



浙江省副省长梁黎明一行调研康奈

重视管理与创新 品牌与特色



◎郑秀康(左二)和郑莱毅(左一)向梁黎明(中)介绍康奈皮鞋。

■ 本报记者 何沙洲
特约记者 王滨 朱和敏

“今后的发展,要更加重视管理与规划 创新品牌与特色 。”浙江省副省长梁黎明一行不久前在温州市委副书记、市长陈金彪,市委常委、鹿城区委书记王立彤,副市长陈浩等陪同下,来到康奈集团参观调研后表示,希望康奈做到全省乃至全国领先。

梁黎明一行在康奈集团董事长郑秀康、总经理郑莱毅等陪同下,首先参观了康奈形象展示厅,在康奈产品展示台前,郑秀康向梁黎明一行介绍了康奈制鞋工艺与先进技术,梁黎明表示康奈的工艺和科技非常好,质量与国际水平看齐。

在座谈会上,郑秀康向梁黎明一行介绍了康奈集团的发展历程、工作开展情况和转型升级的作法。为了走好转型升级之路,康奈根据当前的形势,主要举措是继续实施品牌战略、高端市场战略,继续提高制造能力、质量管理水平和研发能力,为下一个冲刺做好准备。

在听取了工作情况汇报后,梁黎明对康奈取得的成绩予以肯定。她表示,今后的发展,要更加重视管理理念与创新发展,重视规划与战略,做强、做大、做精,创新品牌,做出特色。康奈的做鞋工作,做出非常非常全面,代表了民营企业在这方面的跨越性发展。希望康奈不仅要做到温州领先,也做到浙江全省乃至全国领先。



中国酒市营销俱乐部在西南城成立

西南城倡导发起,经众多酒企酒商联合协议,5月中旬,中国酒市场营销俱乐部在成都北青白江区西南城成立,并举办首期酒文化沙龙活动。业内人士表示,西南城酒市场营销俱乐部的成立,标志着酒营销进入行业联盟新时代。

据介绍,西南城酒市营销俱乐部的创意,诞生于全国春季葡萄酒会永久落户于成都之际。位于成都北青白江区的西南城,是一家依托酒食品产业白区的产业投资综合性营运机构,并致力于打造永不落幕的糖酒食品交易会。目前,西南城一期中国酒市已完成来自五粮液、泸州老窖等全国各地的主力厂商,及文化包装创意组团的签约入驻,一个集会展、交易、创意、商务、娱乐等多功能于一体的产业模式已亮相城北,并与南会展形成呼应。在此基础上,西南城酒市场营销俱乐部应运而生。

新成立的西南城酒市场营销俱乐部,已有酒产业成员近百家,俱乐部已组织举办“财智精英沙龙”、“酒文化论坛”、“酒市市场营销论坛”、“联盟商家签约”、“西客会”等许多场具有影响力的活动,深入研讨“白酒进入新拐点”下的创新营销、文化挖掘、食品安全保障等课题,以信息共享、资源共建、优势互补的抱团协作方式,应对酒产业的机遇和挑战,受到业内外的广泛好评。

据悉,除每周周末举办不同主题的沙龙活动外,西南城酒市场营销俱乐部还与《华夏酒报》《神州酒文化》等文化、智业机构合作,以专栏、专版的形式展示和记录酒企酒商以及酒产业的发展 and 思考。同时,西南城电子商务系统、自主媒体也将与近期陆续跟进,为酒市场营销俱乐部成员提供多渠道、多途径的市场服务。(搜狐焦点网)

从 RFID 茅台溯源体系看白酒让消费者买得放心

■ 本报记者 樊瑛 张建忠

“通过消费者携带的具有 NFC 模块的手机终端,可以随时随地口验带有 RFID 芯片标签的每一瓶茅台酒的品名、规格、生产批次、生产日期、销售渠道等信息。”日前,国酒茅台 RFID 防伪溯源体系在京正式启动,标志着我国酒类溯源查询从小众走向大众。

近年来,在中国白酒行业快速发展的同时,各种制假售假的事件也不时见诸报端,这对白酒行业的发展和生产经营造成一定的困扰。据了解,为维护企业自主知识产权不受侵害,让消费者买到放心酒,各知名白酒企业无一例外地设置有打假办、法务部或知识产权部等部门,承担公司的打假保真工作。有业内人士表示,一些知名酒企每年的相关费用甚至高达几亿元,还不包括各地经销商的打假费用。

据悉,商务部自 2011 年起开始推行使用 RFID 技术实现酒类防伪、溯源体系建设,并制定了相关行业标准。茅台作为我国酒类行业的领军者,率先成为商务部酒类流通电子追溯体系建设首批试点企业之一,参与了四项行业标准的制定,并严格依据行业标准开展酒类防伪溯源的研发与应用,还在建设过程中申请了三项国家发明专利及三项软件登记著作权。

四大主题活动精彩演绎猪文化 首届中国畜牧产业创意文化节圆满落幕

■ 本报驻河南首席记者 李代广

5月26日,由中国畜牧业协会主办,雏鹰农牧集团股份有限公司承办的首届中国畜牧产业创意文化节(猪文化),在河南郑州雏鹰集团总部生态园中举行了盛大的主题活动暨闭幕典礼。

此次活动盛况空前,得到了省市领导、媒体界人士、行业精英和广大市民的高度关注,中央电视台、企业家日报等来自全国及行业内的近百家媒体参会报道。

首届中国畜牧产业创意文化节活动不仅属业内首创,其规格及规模在行业内亦属罕见,活动得到了与会者的良好反馈。

猪公馆开馆:雏鹰集团“浓情献映”百余件精品

5月26日上午9时,雏鹰集团猪公馆正式开馆。馆内吸引了大批参观者,大家通过参观编织、剪纸、绘画、书法等多种形式的猪文化创意作品和藏品,了解猪文化与人类生活的密切关系,看到自己感兴趣的展品,参观者或认真记录,或拍照留念。

“第一次参观猪文化博物馆,让我很长见识。从这些丰富的展品中看到了中国养猪的历史和猪文化在人类生活中的印记。作为畜牧人我感到很自豪!”一养殖场场长表示。



茅台集团公司董事长、党委副书记、茅台酒股份公司董事长袁仁国在此次贵州茅台酒 RFID 溯源体系上线新闻发布会讲话中介绍了公司的生产经营情况及防伪历程。袁仁国说:从 1997 年引进防伪技术至今,已 5 次升级换代,使公司防伪保真能力长期处于行业领先水平。RFID 溯源体系的应用,是依靠科技产生的生动体现,充分体现了茅台不断创新、持续改进、不断追求卓越、不断提升产品美誉度和企业形象、坚持搞好“八个营销”、竭诚为消费者服务、

对消费者负责、对社会负责、严把食品质量安全、确保产品质量安全健康、认真履行社会责任。茅台酒 RFID 溯源系统的应用,不仅在保护茅台酒知识产权和品牌建设方面有着重要的意义,还引领了信息化建设和技术应用在传统产业中的推广和发展。袁仁国表示,要通过茅台 RFID 溯源体系的建设,茅台要身行表率,引领白酒行业诚信建设,共同担当白酒行业发展重任,推动白酒行业健康发展。

作为中国白酒行业的领军者,此次国

据悉,“雏牧香”杯创意文化大赛暨猪公馆展品征集,从今年 3 月 31 日开始启动到 5 月 20 日征集结束,活动共接收到近 400 幅(件)各类艺术作品。经过大赛评委组中国民间文艺家协会副主席夏婉群、河南省民间文艺家协会副主席兼秘书长程健君、雏鹰集团监事会主席侯松平等多位专家评审评定后,共选出 100 余件作品在此次猪公馆开馆中展览。

“在展品评审的过程中,我深刻地感受到市民参与征集的热情,用建猪公馆的方式承载猪文化,对推动猪文化深入人心有着重要意义。”夏婉群说。

尝中华全猪宴:雏鹰集团为美食爱好者“发福利”

5月26日8时30分,文化节展示猪肉美食文化的“雏牧香”杯中华全猪宴现场烹饪大赛如期举行。用雏鹰生态猪身上不同部位研发的 98 道菜肴吸引了大批参会者,“猪身上有这么多个部位可以入菜,我得借此机会好好学习学习,回家做给人吃。”一位认真观赏展出菜肴的参会嘉宾说。

更激动人心的是现场烹饪大赛环节,来自郑州 30 家酒店的专业厨师从幕后走到台前,娴熟地拿着厨房“十八般兵器”,或切或雕,或炒或炖……纷纷拿出看了看家本领,在“雏牧香”杯中华全猪宴现场烹饪大赛上一展身手。

此次“雏牧香”杯中华全猪宴还吸引了上海大世界基尼斯总部的关注。在 5 月 26 日上午 11 时 45 分,上海大世界基尼斯认证官现场授予中华全猪宴“同一食材(生态猪肉)研发收集不重样菜肴之最”的称号,并颁发证书。在场的观众一同见证了这一激动人心的时刻。

据悉,雏鹰集团还于活动现场举行美食品鉴会,邀请所有参与者免费品尝各种美食,此举得到了广大美食爱好者的赞赏:“这是雏鹰集团在给我们‘发福利’。”

小猪运动会:不但可看萌猪,还可把“它”带回家

同日 9 时,文化节另一主题活动,“雏牧香”杯 2013 中国(郑州)小猪运动会在雏鹰集团总部欢畅开赛。

各参赛场区方队携带自己的小猪运动员亮相主席台,在主持人逐一介绍完比赛项目和比赛规则之后,“雏牧香”杯 2013 中国(郑州)小猪运动会正式拉开帷幕。

比赛项目一开始,“二师兄”们各种令人捧腹的参赛姿态令观众大饱眼福:“看了小猪运动会,雏鹰集团的小猪不少都是运动健将,不愧是生态放养出来的。”

据悉,“雏牧香”杯 2013 中国(郑州)小猪运动会共有小猪快跑、小猪跨栏、小猪游泳、小猪钻圈、小猪竞速、小猪跳水、小猪拉车、小

茅台酒 RFID 溯源体系的启动,表明了白酒企业可以利用先进的科学技术手段,加强自主知识产权的保护,并通过完善的防伪体系保障食品安全,让广大的消费者买到放心的白酒。

▼ | 相关链接 |

茅台酒 RFID 溯源体系

茅台酒股份公司于 2011 年率先成为商务部酒类流通电子追溯体系建设首批试点企业之一,投入 1.27 亿元倾力打造国酒茅台 RFID 溯源系。

茅台酒 RFID 溯源体系对整个包装生产、仓储、物流、终端销售等业务流程进行梳理再造,以 RFID 为载体,打通了各个环节之间的信息流,实现了生产有记录、过程留痕迹、质量可追溯、产品能召回的质量管理模式,并支持反向溯源和正向溯源两种溯源信息查询模式,反向溯源可以通过每瓶茅台酒唯一的身份标记向上追溯到销售、流通,生产各环节,正向溯源可以通过产品批次号向下追溯所有批次的流向。

目前,RFID 技术在 500ml 普通茅台酒上推广使用。茅台酒的防伪是一个综合体,每项新技术的推广使用,新老产品会存在一段共存期,由于茅台酒有较强的收藏价值,在一段时间以内,带 RFID 标签和没有带 RFID 标签的产品都会存在。

猪龄球八个比赛项目。为了让观众更全面、深刻地认识小猪,感受猪文化,实现人与动物同乐的活动效果,在比赛结束后,活动承办方还安排有抓猪比赛。在限定的比赛时间内,参赛选手可以把“俘虏”的小猪领养回家。

精英论道: 生态文明发展高峰论坛

首届中国畜牧产业创意文化节主题活动之一,中国畜牧产业(猪业)生态文明发展高峰论坛当天下午在雏鹰集团总部会议室正式开幕。

中国畜牧兽医学会养猪分会理事长王立贤博士指出,生态养殖是一个综合的概念,包含育种、环境、饲养等多方面的因素。山地放养使猪群享受到足够的阳光、清新的空气、干净的水源,为猪群的健康成长创造了极为舒适的环境。猪肉品质也得了极大保证,相对于传统圈养生,猪肉品质更高,营养也更为丰富。

“生态猪的放牧也是有时间性的,需要根据天气、饲料作物生长情况以及猪只的大小情况做出调整。”中国农业大学动物科技学院教授王楚端认为,以循环方式饲养出来的猪就是生态猪。

据悉,作为本次论坛的重要参与者,雏鹰集团不但向与会嘉宾分享了生态养殖的心得,还分享其发展循环经济的探索历程与宝贵经验。

海底捞进军美国“特色服务”保驾护航



创办了这家火锅店,他去年在新加坡开设了海底捞的首家海外分店。张勇希望使海底捞在中国获得成功的特色元素也能为他在美国的首个分店铺平道路。美国分店定于今年 9 月在洛杉矶富人聚集的阿卡迪亚(Arcadia)开业。上海市场研究机构阿卡迪亚 (China Market Research Group) 的董事总经理雷小山(Shaun Rein)说,海底捞对于在海外市场推广中国美食的贡献,有望与 Benihana Inc. 上世纪 80 年代在美国推动日本料理的贡献相匹敌。Benihana Inc. 以日式铁板烧店而闻名,铁板烧厨师在顾客面前烹调食物。

过去几年,中国企业才刚刚开始大步走向国门。但大部分企业从事的都是能源和制造业。海底捞是为数不多几个放眼海外的消费类企业之一。

张勇说,美国人最棒的一点是他们有极强的好奇心。

在中国,每家海底捞门店会雇佣几位面

点师傅,他们平均受训四到六个月后,开始在用餐区中央表演捞面舞。他们能够把面团在空中一挥,挥出去,就像奥运带操运动员舞带子一样,几十公分的面团很快就被舞成至少三米长的面条。面点师傅常常把面条挥过顾客的头顶,然后漂亮地叠好,放入汤中,引得顾客不断鼓掌叫好。

海底捞还希望通过另一项服务吸引美国消费者:配有两块巨大纯平边示器的私人网络用餐包房。这有点像是去年推出的,商务人士可以用这种虚拟的餐桌会议代替从北京到上海长途飞行。包房的使用费用为每小时 65 美元,可供 12 名(每个城市六人)客人开会和用餐。张勇说,这项服务目前还没有他想象的那么流行,但是他愿意为顾客提供更多选择。

火锅对美国市场来说并不完全是陌生的。肯德基(KFC)的母公司百胜餐饮(Yum Brands Inc.)2011 年收购了火锅连锁小肥羊(Little Sheep)。百胜餐饮已经在美国开了 12 家火锅店。这些店铺主要位于华人集中的地区,比如纽约的法拉盛。根据最近的人口普查,在海底捞的美国新家阿卡迪亚,超过 50% 的人口是亚裔。

北京 22 岁的大学生佟欣(音)有一次为了躲雨走进了一家海底捞餐厅。

她说她大约每月吃一次海底捞。

工作人员源源不断地发放热毛巾和其他东西:给长头发的顾客发放发帽(防止头发掉进锅里),头戴眼镜的顾客发放眼镜布(防止水蒸气模糊视线),给携带手机的食客发塑料袋,防止手机被弄脏。与许多中国餐馆不同,顾客在这里不需要大声喊服务员来点菜或者结账。在洗手间,他们可以使用一系列免费的香水和洗洁液。

在周末的高峰时段,等位人数平均能达到 50 到 75 人。像许多顾客一样,北京的空乘人员赵小艺(音)愿意等上足一个小时,她在等待的过程中下棋或者吃点圣果和动物饼干。赵小艺说,等位绝对是值得的。

张勇说,海底捞的 75 家门店 2012 年的利润率超过 10%,营业收入为 31.27 亿元,同比增长了 54%。

这位企业家非常清楚,并不是他的每一种策略都适用于美国市场,在餐厅做美甲就不太可能得到美国食品安全监管机构的批准。像是热毛巾这样的福利和让员工跳舞的成本在美国市场会更高,就像在新加坡一样。一些锅底的口味,比如酸菜鱼,可能也不会被接受。张勇说,他将根据消费者的口味对菜单进行微调,但是必须使用筷子用餐。

他还说,他将向美国客户提供单人使用的锅,而不是中国人使用的大锅。张勇说,因为西方人用餐更加注重用餐者的个性化选择。他说,他们的需求是什么,我就提供什么。(环球企业家)