

蔡宏柱:做强稻花香“坚持、支持”这四字仍值得珍惜

■ 本报记者 许强

“凭阑静听潇潇雨,故国人民有所思。”4月25日,稻花香集团年产30万吨有所思饮料项目投产仪式宜昌龙泉如期举行,作为仪式主持人,宜昌市夷陵区委副书记、区长卢斌面对潇潇春雨,吟咏了毛泽东的这首七律《有所思》,让人浮想联翩。稻花香为什么要进军饮料业?对此,本报记者专访了稻花香集团党委书记、董事长蔡宏柱。

时间是最好的解释

记者:最近,有关宜昌的话题很敏感,消息很“火爆”,作为宜昌最大的民营企业,稻花香被“消息”了,您有什么解释?

蔡宏柱:时间是最好的解释。

记者:湖北本土一直缺乏有实力和销量的饮料品牌,目前整个饮料市场又硝烟弥漫、竞争激烈,稻花香为什么会吹响了大举进军饮料业的号角?

蔡宏柱:李鸿忠书记(湖北省委书记)提出“喝长江水,吃湖北粮,品荆楚味。”稻花香集团是湖北首家过百亿的农字号企业,打造湖北乃至中国最优秀的饮料品牌不但具有优势,更是一份使命和责任担当。

记者:改革开放30多年,中国饮料行业产量增长了近400多倍,您认为未来中国饮料行业市场还会有增长空间吗?

蔡宏柱:当然有。尽管中国饮料行业快速发展了30多年,可是饮料市场仍然具备巨大的市场潜力。目前,中国每年人均饮料消费量近100升,落后于日本的160多升,更远远低于美国的年人均饮料消费量263升。

500 亿的目标没有变

记者:稻花香现在大力打造饮料品牌,难道稻花香的产业结构要发生变化?

蔡宏柱:不会变,我们努力实现白酒、物流等“五大产业”并举发展的新格局,使五大产业蓬勃发展。

记者:目前,白酒企业日子难过,稻花香会不会改变自己设定的目标?

蔡宏柱:不会改变。从151、252、353、505,到707、10010……我每年制定的目标都实现了,我承诺的话我都兑现了。

记者:但是,目前的市场形势相当严重,在13家上市酒企2013年的年报中,实现业绩正增长的只有茅台和青青稞酒两家酒企,其他的则出现了巨亏或亏损,在这种形势下,稻花香实现既定的500亿目标,那需要创造什么样的奇迹?

蔡宏柱:稻花香30多年的发展,走到今天,靠的就是我们的企业精神,靠的就是我们的团队、我们的思想和目标的引领。概括为四个字,就是:坚持、支持。这四个字最宝贵,也最值得珍惜。近年来,在各级党委、政府的大力支持下,稻花香集团快速发展,经营业绩不断攀升,产业规模不断扩大,年年实现提质增效的跨越式发展。2011年,稻花香一举成为全省首家过百亿农字号企业;2013年,稻花香营业收入突破248亿元;今年以来,稻花香继续保持大幅增长态势,第一季度,已实现营业收入90.76亿元,与去年同期相比增长69.02%。

白酒不会毁灭

记者:目前白酒业患上“深调期综合征”,在业绩下滑销售费用反增的形势下,稻花香投入大量的人力物力进军饮料业,是不是想避开白酒绕道而行?

蔡宏柱:我说过,白酒不会毁灭。白酒业是中华民族仅存不多的传统产业之一,有着悠久的历史。1949年全国白酒产量为10.8万吨,2013年已经突破1000万吨,说明白酒业是飞速发展的。目前,白酒业依然是稻花香的



支柱产业。

记者:稻花香进军饮料业,是不是意味着放缓白酒业发展的步伐?

蔡宏柱:事实上,目前,稻花香正在整合或收购10家白酒企业,可以说,我对白酒独有情种,我依然看好白酒业。

记者:您应邀在清华大学讲学时也说过,白酒业当前面临的信任危机、竞争危机、市场危机。那么,您认为如何解决这些危机呢?

蔡宏柱:还是那四个字:坚持、支持。自己坚持,社会各界支持。

稻花香“有所思”

记者:今天,年产30万吨有所思饮料项目投产,为什么稻花香把饮料品牌定为“有所

思”?

蔡宏柱:从古到今,“有所思”以诗词的题目为我们所熟悉,用这样有文化底蕴的名字作为我们的品牌,其中的奥妙“你懂的”!

记者:夷陵区委书记刘洪福在有所思饮料项目投产仪式致辞说,有所思年产30万吨饮料项目对夷陵区打造沿江新型工业强区具有重要意义,夷陵区委、区政府将举全区之力支持稻花香集团做大做强食品饮料产业,打造食品饮料产业航母和中国强势饮料品牌,助推区域经济转型跨越发展。您对此“有所思”吗?

蔡宏柱:我们要实现目标,就要有坚持和支持。我们很需要各界朋友的支持和理解。

记者:作为稻花香500亿产业集群建设的新引擎,如何能让“有所思”引领湖北饮料产业崛起?

蔡宏柱:锁定目标,真抓实干。

故国人民有所思

记者:稻花香提出了做大做强食品产业,将饮料产业作为集团第二大产业重点发展的战略规划,并期望将“有所思”品牌打造成为湖北乃至中国最优秀的饮料品牌。稻花香实现这个愿望的支撑点是什么?

蔡宏柱:人、设备、原材料。一,我们具有一支意志坚定的员工队伍,具有“永不言败,永不言退”核心价值观;二,该项目一期项目已建有标准化生产厂房5万平方米,并引进了具有国际领先技术水平的无菌冷罐装、热罐装、两片罐、无菌砖共7条生产线及配套设施4000余台套;三,我们选择的原材料都是货真价实的最好的原材料,比如,生产凝清凉茶,我们精选上等茶叶、夏枯草、金银花、仙草等中草药;生

产格瓦斯,选用的就是优质麦芽汁……除了精心挑选绿色无污染上等原料,我们从取水、净化、吹瓶、灌装、瓶贴、包装、码垛到品控等工艺,均采用世界上最先进的生产工艺。

记者:著名饮料专家张卫泽对“有所思”投

茶叶有不少美容功效: 眼睛消肿 去头屑 缓解脚臭

茶不仅是健康饮品,也是美容护肤的极佳材料。美国美容专家萨布里娜·巴扎伊博士总结出的“茶叶的六大美容功效”。

- 1.眼睛消肿。茶叶中的咖啡因能收缩血管,减少肿胀,缓解眼疲劳。将红茶包浸泡在温水中,冷却后敷眼,闭眼躺10分钟,双眼疲劳感会逐渐消失,感觉异常轻松。
- 2.去头屑。将半杯水煮沸,加入洋甘菊茶,浸泡10分钟后再加入1/4杯橄榄油,然后用梳子蘸茶油混合液梳头发。洋甘菊有助于净化及调理头皮,去除头皮屑,橄榄油起到滋润头皮的作用。
- 3.缓解脚臭。茶叶中的鞣酸可起到收敛

剂的功效,因此用喝剩的红茶泡脚可缓解脚臭。

- 4.止血消炎。将红茶袋浸泡在温水中,然后用茶包敷在伤口处几分钟,有助于止血消炎、缓解皮肤划伤或拉伤的刺痛感。
- 5.治疗痤疮。绿茶有抗氧化、抗炎功效。将热水浸泡后的茶叶末倒入洁面乳中,搅匀,取少许在脸上搓揉5分钟,然后洗净,有助于治疗脸部痤疮。
- 6.保湿。将绿茶放入一壶沸水中浸泡,然后用毛巾盖住头部,将脸部靠近壶口,利用茶水的热气熏蒸5分钟,可起到美白补水的作用。注意保持距离,以免烫伤。(陈希)



○图为模特们在展示仰韶小窖产品。

河南仰韶酒业推出小窖快醒型白酒

■ 本报记者 李代广

4月26日,由河南仰韶酒业有限公司倾力打造的快醒型白酒——仰韶小窖盛装上市,来自河南省酒协领导、行业专家、名酒大商、新闻媒体及全省各地经销商500多人,共同见证了仰韶小窖的国色天香和精彩上市。

据仰韶酒业董事长侯建光介绍,仰韶小窖,是仰韶酒业为了进一步丰富和完善大众型产品结构,满足大众这一庞大消费群体的市场需求,顺应市场回归传统渠道的行业趋势,加速推进转型升级和营销变革,推出的一款高性价比的战略性产品。

侯建光告诉记者,仰韶小窖的产品特色首先是窖池的窖龄均在30年以上,体积均

不超过8立方,酒醅与窖泥最大面积的亲密接触,发酵更充分,使酒体更加丰满,口感更加绵柔,饮后醒酒快;其次,仰韶小窖原酒由“中原第一窖”万吨地下恒温酒库的陶坛存储,使其进一步陈化、老熟,确保了酒体质量;同时,仰韶小窖首创快醒型白酒,超高性价比,贴近大众消费,占位“民酒”大市场。

仰韶营销有限公司总经理卫凯、仰韶销售中心总监郝惠峰以及两位优秀经销商共同为仰韶小窖揭开神秘面纱。

记者在仰韶小窖上市发布会现场看到,仰韶小窖分1、2、3号和光瓶四类,其中价格最高的仰韶小窖1号小窖,每瓶100多元,分上下两个248ml装,价格最低的光瓶小窖每瓶仅20元左右,能够满足不同消费群体的消费需求。

有机茶逐渐成为茶叶市场新宠 价格比一般茶叶贵

近年来,接二连三被曝光的茶叶农残超标问题,使一些消费者开始将目光转向购买纯天然、无污染的有机茶。有机茶因此成市场新宠,销售有机茶的商家日益增多,销量、价格也开始日益走高。记者在湖南省长沙茶叶

市场了解到,虽然销售有机茶的商家不是很多,有机茶的产量也不大,但这两年,有机茶的销售有明显上涨的趋势。

当地茶商告诉记者,虽然有机茶在茶叶市场上只占到普通茶的一成,但是正是由于

有机茶的产量少,价格比普通茶高出了许多,有的甚至比普通茶贵了两倍。在一家茶叶店记者看到有机茶的价格为600元/斤,比一般的茶叶要贵许多。

(季晶)

中国茶产能过剩凸显 转型升级迫在眉睫

4月29日,2014中国国际茶商大会在河南信阳召开,来自国内外茶界的代表畅言“合作、发展、共赢”,为中国茶产业的发展创新提出新的思路和方法。一些代表认为,中国茶产业“大”而不“强”,中国茶产能过剩已经凸显,转型升级已迫在眉睫。

2014中国国际茶商大会是河南信阳国际茶文化节重要的茶事活动,以“合作、发展、共赢”为主题,来自全国各地的茶界代表,以及来自美国、印度等国的茶界代表,相聚茶都信阳,共话茶产业的发展。

中国茶叶流通协会的王庆表示,中国目前茶种植面积和产量均居世界第一,是产茶大国正向茶强国迈进。但是,中国茶产业的升级已迫在眉睫,必须通过科技创新改变不足,

调整产业结构,建立现代流通体系。

中国国际茶文化研究会的相关负责人介绍,中国茶文化已经把儒家、道家等文化融入茶文化中,成为一种特别的文化,成为对外交流的特别载体。但必须清醒地看到,中国茶产业是“大”,而不是“强”,中国茶在世界上还没有话语权。

“中国茶叶种植在农作物种植中所占的比重增加,茶叶价格在不断攀升,市场需求增长势头趋缓。”中国农业科学茶叶研究所的姜书记表示,中国茶叶产能过剩已经凸显,产能过剩的风险加大。劳动力紧缺、生产成本提升将长期存在,成为茶产业发展的一个瓶颈。茶产业的转型升级已经迫在眉睫,由劳动密集型向资本密集型转变,注重产品的内在品质,

加大科技创新步伐,提升生产加工技术。

信阳一些茶界人士表示,信阳茶源远流长,誉满华夏。茶产业的发展不仅带动了群众的致富,还推动了城镇化建设。但信阳茶界应向同行的朋友学习,向伙伴学习,不断从茶的功能上创新。

印度茶界代表坦言,中国是茶的故乡,在国际上占有重要地位。信阳以茶为媒,举办茶叶节,推动了茶界的发展。印度茶界看重中国茶,印度的一些茶也在中国有一些知名度,相信信阳茶叶节将会推动全球茶企的发展。

记者在采访中发

中国茶展会乱象丛生 需拨云见日让茶界回归宁静

■ 李小霞

目前,国内很多城市纷纷把茶产业作为支柱产业,重点扶持,倾力打造。各地的茶博会,茶文化节如雨后春笋般出现。大小不一,档次不同的展会既为许多茶叶企业的推广提供了一个展示平台,但是茶叶展的多与杂也让许多茶商感到无所适从。对于我国茶展现状,业界批评、质疑不断。

展会过多,有泛滥之嫌。据不完全统计,国内县级以上茶博会每年百余场次。在国内一线城市如北、上、广,一年下来茶博会有十多个。二线城市有茶展40多个,每年以茶为题材的展会将超过200个。有的茶商像是开巡回演唱会的明星一样,一连奔忙于好几个城市参加当地举办的展会。企业吐槽展会过多疲于奔命。

确实,展会过多有泛滥之嫌。同时也导致了山寨茶博会搭车办展,混淆视听。例如2013广州茶博会期间,一个名叫“2013秋季中国(广州)国际茶业博览交易会”的展会同期举办,混淆参展商、消费者。

展会过杂,缺乏专业性。目前大多数茶叶展会都存在展品杂的问题,挂羊头卖狗肉。茶

叶展会开办的门槛低,一些展会公司看好了茶博会所带来的种种利好。在利益的驱动下。拉了一些行业协会、支持媒体进来就草草开始筹办了。只要交纳参展费,对参展商资质没有要求,导致鱼龙混杂。展会上除了茶叶、茶具之外,更有各地特产、玉器陶瓷、珠宝首饰,更甚者还有假冒伪劣产品。同时为了招商,展会公司不断骚扰各茶商,乃至影响到了他们正常的生活。最终非但招商不成还损害了举办城市的形象。

展会不过是主办方赚钱的工具。这样缺乏专业性的展览人气可想而知,参展商多抱怨参展成本高,参展结果不理想。

文化缺失,注重茶销售,忽视茶文化。“中华茶道”所崇尚的“四谛”——“和静怡真”,其中的“静”就是要求品茶的环境应该是宁静的,然而如今茶博会带来的更多是喧嚣。茶商为了聚集人气,借茶艺撩人,借茶道演文化,比的不是品质,而是谁闹得动静大。年前在广州举办的某茶业博览会出现了令人瞠目结舌的一幕:主办方请来女模特,以裸模彩绘形式吸引眼球,最后被公安等部门取缔。

茶展乱象亟需整改,还中国茶业一片宁静的天空。

近年茶博会并喷造成如此多不正常现象,让中国茶业这片净土染上了尘埃,亟需进行整改。

首先,茶博会宜精不宜多,摒弃为办展而办展的思维定式。如果不讲质量只讲数量地盲目乱办,就不可能有效发挥展览会的功能,甚至会带来负面影响。毫无疑问,政府的支持是把茶博会和茶产业向前推进的重要力量。通过政府组织各方力量、资源举办茶博会,从基础设施建设到展会策划投入大量人力、物力和财力,做高资质展会,取缔各种山寨。把“要求企业来参展”变成“企业想要来参展”。

其次,茶博会宜专不宜杂。既然是茶博会应该展览茶以及与茶有关的产品,而展示其它的商品,就会大大降低茶博会的档次。

最后,找回我们的茶文化。这也是为重要的一点,茶博会不应像业界那样称其为一个成功的市场化茶产业平台,更多的是一个成功的中国茶文化展示平台。茶博会不是展销会,而是应该以一种创新的方式推动茶产业发展,融合社会资源,弘扬茶文化,用一种文化的力量对城市、对经济形成刺激作用。参展商应该抱着提升品牌知名度、培养产品推广的想法参展,渠道第一,销售其次。