



## 遂宁大力发展品牌畜产品

■ 钱涛

据不完全统计,截至2014年底,四川省遂宁市共有生猪定点屠宰企业127家,其中A类企业13家、B类企业114家,设计年屠宰能力450余万头,实际年屠宰生猪280余万头,畜产品精深加工率达45%。全市有食品生产经营主体21361户,绿色食品工业产值占全市规模以上工业生产总值的20%。

面临原材料价格上涨、行业深度整合、食品安全等挑战和机遇,遂宁市大力开发位于畜牧业价值链顶层的具有遂宁特色的品牌畜产品,重点打造知名畜产品品牌,加大畜产品品牌市场开拓力度,提高畜产品的市场覆盖率。同时,该市注重畜牧产业上下游发展配套,做大做强高金、美宁、超强、南大等涉牧企业,并以市为单位形成生产养殖、精深加工、包装物流、市场营销的完整产业链条。

### 上游:“介入”养殖环节 从源头保证质量

在高金丹养殖基地内,错落有致、干净整洁的猪舍一一排开;山林绿草丛中,数十头健硕的高金丹黑猪悠闲地散着步;沼气池、消毒池和现代化猪场养殖设施尽收眼底……为不断延伸产业链,做大做强生猪养殖产业,高金食品根据自身情况建设了数个国内一流的绿色生猪养殖基地,立志为消费者生产出风味品质独特、安全放心的优质猪肉。而高金丹养殖基地,就是其中代表之一。

绿色生猪养殖基地以“三方合作”(即龙头企业、协会农户、科技部门)机制+自有养猪体系为基础,在经营上实行“金融支持、担保融资、农企合作、联合经营、保底收购、利益共享”模式;在管理上实行包良种仔猪购进、包技术服务和防疫、包生猪回收,以及圈舍统一、品种统一、防控统一、饲养统一、监督统一、销售统一的模式。确保以优质的猪源为生产高品质肉品提供有力保障。

原材料作为产业链中最前端的链条,对整个生产、销售起着排头兵的作用。近年来,在原材料价格普遍上涨的情况下,很多企业都走上了介入前端的道路。美宁集团董事长唐和林当然也看到原料与企业之间的微妙关系。在他的带领下,美宁集团坚持以建设可控原料基地为基础,按照“科技化、生态化、规模化、品牌化”的要求,大力发展现代农业,积极建设肉牛基地,在安居区玉丰镇、船山区老池乡、射洪县太乙镇建成3000头规模肉牛养殖示范场3个,带动基地农户建立15个优质肉牛基地,建立优质肉牛专业村12个。此外,还因地制宜地发展了很多饲料基地和优质肉牛繁育基地,为优质罐装食品的生产打下良好的基础。

### 中游:认真“找茬” 确保产品品质

高金食品科技园内,一套自动化、标准化的肉制品生产加工线上,“裹”得严严实实的工人们有的切割猪肉,有的称量包装,整个加工过程有条不紊。“我们在原料进厂、屠宰、切割、包装一系列流程上都建立了质量追溯体系,实行收购检疫、头部检、脚腹检等6个检疫岗位,一旦有病症状,就要把整头猪全部扣下来烧毁。”现场检疫人员说。在加工过程中,高金食品严格实行食品管理体系,采用先进设备,实行同步检疫和精细分割、冷链运输、配送销售等先进工艺流程配套,各项操作均符合国际标准,建有现场监控系统、生猪溯源系统和现代化实验室,对危害物进行全面检测。同时,根据市场需要,高金食品还投资引进了欧美先进工艺与设备,在人流、物流、给排水等环节,实行严格生熟划分,按出口产品标准进行深加工,积极与各大科研院所合作,加大对新品的研发力度,以“膳食营养均衡”为宗旨,突破单一食用方式,开发出火腿肠、腊味食品、去骨冻猪肉以及肉类罐头等近百种产品满足市场需求。

南大食品同样坚持完善的质量保证和质量管理体系,从生产规划到设备的维修保养,从原材料进库到成品出厂,每个环节都处于缜密的监控之下。经过多年的努力,南大食品在国内市场上树立了良好的品牌形象,“南玉”已成为四川省著名商标,“南玉”牌猪肉被农业部认定为无公害农产品。

### 下游:自建物流 解决“最后一公里”难题

早晨,燕栖路高金鲜肉直销店内,前来买肉的市民络绎不绝,五花肉、里脊肉、排骨分类整齐地摆放在案板上。作为遂宁市广大市民熟知的区域性屠宰及肉制品加工的龙头企业,高金鲜肉直销店遍布遂宁市的各大超市、市场和社区。据统计,目前高金鲜肉直销店在遂宁已有100余家。

为保证产品品质,缩短配送时间,高金食品专门成立物流公司,实现生猪繁育——屠宰——冷藏加工——肉制品精深加工——物流配送的一体化流程,既保证了产品质量,又缩短了配送时间,为经销商在第一时间提供了优质产品,大大提高了公司的销售业绩和服务质量。完整的冷链运输和物流配送技术体系实现了“产业、基地、物流基地和终端网络”的高效对接,初步形成了“链、群、网”结合的现代产业体系和高效的业务系统,带动了全产业链的综合发展。

如何在冷链物流上做文章?南大食品也作出了很好的回应,他们投资7000余万元建设了万吨冷库及生鲜水产批发市场项目,市场内的万吨冷库总面积12000平方米。市场的建成不仅解决了以往冷冻食品需从成都购运的重重困难,同时也延伸了遂宁市的肉类食品产业链。

# 四川创建“中国白酒金三角”国际知名区域品牌

■ 李国华

“在当前白酒产业处于深度调整的时候,四川省出台促进白酒产业转型升级健康发展的指导意见,对整个行业来说是一个积极的信号,也将为川酒带来一股新风,让四川继续稳固全国白酒产业大省地位。”5月29日,在四川出台意见促进白酒产业转型的第一时间,四川九里春酒业有限公司副总经理、董事会秘书彭作权就马上在自己的微信上转发了该条信息。

四川作为全国白酒产业大省,也保持着全国白酒市场份额的领先,早在2012年,四川省就制定了白酒产业“十二五”发展规划,并提出要打造宜宾、泸州两个白酒千亿产业基地,到2015年末规模以上白酒企业实现主营业务收入3000亿元。

“虽然四川省大幅降低了对白酒产业的预期,但是这些政策的出台,让很多政策能够落地,为白酒企业发展指明了方向,提出了目标,也必将促进白酒产业进一步发展。”不少白酒企业负责人都如此表示。

据记者了解,此次四川省出台的《关于促进白酒产业转型升级健康发展的指导意见》,明确了优化产业结构,提升质量水平,推进股权多元化等六大任务,并提到2017年末,力争规模以上白酒企业实现主营业务收入2500亿元,比2013年增长40%,将“中国白酒金三角”建成国际知名区域品牌,继续稳固全国白酒产业大省地位,保持全国白酒市场份额领先。

### 酿造老百姓喝得起的好酒

“在八项规定出台后,现在很多品牌白酒的价格都进行了下调,也让我们老百姓能够喝得起以前的高端酒了。”市民张建表示。

在采访中,不少市民表示,像茅台、五粮液等高端白酒现在价格都比较平民化了,也让更多的普通市民可以喝得起了。在成都锦里西路,记者看到一家高端白酒专卖店正在进行转让。据了解,该白酒专卖店已经在这里有十多年了,销售一直不错。在现在的市场环境,因销售一直下滑,以至于老板准备转向了。

“其实,白酒市场最大的消费群体还是老百姓,只有

让老百姓都喝得起,才能扩大白酒的市场份额。”白酒专家赵晋逸表示,只有老百姓觉得好喝、能够喝得起,才能让整个白酒市场健康有序发展。

据记者了解,此次四川白酒产业转型升级以“酿造老百姓喝得起的好酒”为理念,以市场为导向,以质量为保障,以品牌为引领,进一步培育大企业大集团,巩固和扩大市场占有率,实现“四个转变”,即从注重高端向以高中低端兼顾的产品结构转变,从注重追求外观包装向注重产品质量健康为主的功能定位转变,从注重公务和商务消费向以大众消费为主的市场定位转变,从注重追求高价格高利润向合理价值价格回归的发展理念转变,促进白酒产业科学发展。

### 股权多元化稳原酒销售渠道

“在此次出台的文件中,对目前普遍处于困境中的原酒企业有了新的提法,鼓励原酒企业和下游瓶装白酒生产企业交叉持股,通过股权合作稳定原酒销售渠道,这为众多原酒企业指明了发展的方向。”四川崇州市一家原酒企业负责人表示。

四川的不少原酒企业主要面对山东、河南、新疆等白酒生产企业,为他们提供原酒。在白酒市场行情高涨的时候,原酒企业活得也比较滋润。近两年来,不少原酒生产企业因为种种原因倒闭了不少,一些原酒企业也缩小了生产规模,苦苦挣扎。

四川此次针对目前普遍处于困境中的原酒企业也有了新的提法,如鼓励原酒企业和下游瓶装白酒生产企业交叉持股,通过股权合作稳定原酒销售渠道。积极推动白酒企业建立完善现代企业制度,提升管理水平,推进国有企业混合所有制改革,鼓励外部资本投资白酒产业,丰富企业股权结构。同时,加快建设和完善质量标准体系,构建产品质量全程可追溯体系,推进标准化生产。加快推进白酒产业机械化、智能化、信息化的技术及设备研发,提升应用水平,提高质量控制能力。

在产业结构方面,进一步优化产业结构,推动白酒产

业向“金三角”核心区集中,灌装、生产性服务业向园区集中,资源向名优白酒企业集中。名优白酒企业的扩张以对现有普通白酒企业兼并重组为主,生产工艺以固态酿造的推广应用为主。鼓励名优白酒企业和原酒企业合作,建立白酒产业联盟,提高四川省内原酒自我消化能力及资源利用率。

### 建电商平台提高市场占有率

“在互联网+时代,只有充分利用互联网模式,积极拓展销售渠道,才能促进企业发展。”九里春酒业的彭作权表示,他们公司专门建立了一个“酒狐科技网”,就是为了进一步利用网络平台,提高市场销售额。

在四川积极挖掘川酒文化内涵,将“川酒”与“川菜”、“川茶”、“川旅”等四川特色食品、旅游文化相结合,丰富营销文化的同时,酒企也需完善多元化营销体系。此次出台文件也是为了支持白酒企业或专业商贸企业建立跨地域、跨品牌的营销体系,鼓励企业搭建川酒(电商)营销平台,建立网上产品质量追溯体系。支持企业走出去,积极组织白酒生产企业参加川货全国行、惠民购物全川行、万企出国门及国际性、全国性和区域性展会,鼓励名优白酒企业通过兼并重组和建设分装生产线等方式提高四川省外市场占有率。

据记者了解,四川各地也为川酒发展给予了大力支持。宜宾市从本级财政预算中安排出名优白酒专项资金,并加强融资服务,在今年注入5000万元设立酒类专项融资担保资金。泸州市也下发了2015年白酒产业发展规划,并在5月25日由市政府出资6000万元,设立重点酒类企业借新还旧担保贷款专项资金,对全市重点酒类企业中经营状况良好、具有成长性的企业给予借新还旧担保贷款支持。

相关负责人表示,四川的白酒行业要适应“新常态”,坚定发展信心,危中觅机,注重在品牌、科技和方法上创新,整合力量,开发适合国内外市场的新产品,增强市场竞争力,实现白酒产业转型升级,促进白酒产业科学发展。

# 东方雨虹5年炼成西南防水第一品牌

■ 石兰兰

“5年内,四川东方雨虹将成西南防水施工第一品牌。”当这句话从刚接手四川东方雨虹的刘旭芬口中说出来时,坊间顿时炸开了锅。作为四川东方雨虹新的开始,面对一个陌生的市场、陌生的团队,刘旭芬将采用何种方式实现自己的豪言壮语?

### 一纸委任书 柔情铁娘子奔赴新征程

2015年5月4日,东方雨虹一纸委任书让刘旭芬空降成都,全盘接手四川东方雨虹防水工程有限公司的业务。这个刚入川就放豪言的女人,成了大家“百度”的对象。作为一个到北京闯荡的湖北人,刘旭芬曾搬过5次家,住过地下室,啃过冷面包,面对恶劣的生存环境,她的奋勇反击便是放手一搏,倾尽全力。

2004年2月,刘旭芬初入东方雨虹,从业务员做起,凭着一颗倔强和永不服输的心,终于拿下第一个项目,在公司站稳脚跟后凭着异于常人的努力让她业绩蒸蒸日上,订单如雨后春笋般涌现。2010年,成绩突出的刘旭芬走上管理岗位,带领团队披荆斩棘为公司创造了斐然业绩。对待工作,刘旭芬一丝不苟、敢闯敢拼;对待生活,她满怀希望、懂得感恩,可谓柔情铁娘子。

刘旭芬的成长史足以说明,豪言壮语并非口出狂语,“5年内,四川东方雨虹将成西南防水施工第一品牌”是她在权衡个人能力、公司实力、未来市场发展态势后,为四川东方雨虹接下来五年规划的宏伟蓝图。

踏上新征程接过有些沉重的担子,铁娘子刘旭芬颇

多感慨,“四川东方雨虹耕耘西南市场已过五载,这其中,有艰辛曲折,同样有收获。如今,我接下这一棒,满怀希望也倍感压力。”对于走马上任第一枪打哪儿,刘旭芬表示:融入成都的文化、融入成都的市场,融入四川公司的团队是我的首要工作。在她看来,单丝不成线,独木不成林,任何一个企业的发展离不开每个员工的付出和奉献,唯有全体员工精诚团结、同舟共济才能引领企业迈上新的台阶。

### 手握“利器”规范行业发展沉珂必除

不打无备之战是刘旭芬对自己工作最基本的要求。“来四川之前,我对这边的市场也做了一些了解,四川是防水产业大省,但是真正生产国标材料的厂家很少。”通过近一个月的亲临走访,刘旭芬坦言,“防水行业在西南地区虽然开始较早,但发展迟缓。落后的消费观念和休闲文化影响了一大批防水人,他们安于现状,缺乏足够的勇气走向全国。为了在西南地区占据一席之地,他们选择了错误的方式,彼此倾轧,以极低的价格拉拢客户。片面追求低价必然导致低质,这种行为无异杀鸡取卵、竭泽而渔,不仅坑害了客户,也严重扰乱了市场,建筑居高不下的渗漏率更是其极大恶果。”

面对如此现状,刘旭芬不无担忧,但她表示接手四川东方雨虹后会带领团队敞开心扉,真诚期待与同行携手,引领、带动一批有志企业,坚决抵制低价劣质的恶性竞争,联合一批志同道合的兄弟企业,共同带领防水行业走向健康、有序发展的道路。

众所周知,东方雨虹多年来始终践行“绝不生产一平

米非标产品”的原则,数年来的用户口碑、市场检验证实了这并非空话。除此之外,四川雨虹的诸多优势也是刘旭芬自信满满的重要原因。作为上市公司,东方雨虹资金优势明显;作为研发型企业,东方雨虹拥有行业唯一的研发平台;作为全国领先的防水产品供应商,东方雨虹在全国布局十二大生产基地,采用德国技术,能快速响应,满足各种需求。当然,这些硬实力只是让刘旭芬在带领企业发展的道路上多了克敌制胜的筹码,至于如何兑现她的承诺,还得看接下来的行动。

### 降三场雨 期待旭日东升芬芳自溢

俗话说新官上任三把火,但是刘旭芬却不打算烧三把火,对她来说,降三场雨才是对未来发展的最佳选择。“我的第一场雨将滋润员工,凝聚人气,团结四川雨虹的所有兄弟姐妹,谋发展促腾飞;第二场雨将滋润客户、服务百姓,持续开展防水公益大讲堂等系列活动,让老百姓认识、了解防水知识、提高防漏防渗意识;第三场雨滋润久旱的西南防水市场,带领一批眼光长远、有责任心企业的防水企业,逐渐摆脱现阶段恶性竞争,走向良性发展轨道。”不管是三把火还是三场雨,对企业、对市场、对社会而言,能带来长足的发展才是硬道理。

“未来5年,四川雨虹的目标是成为西南防水施工第一品牌。”这句话当然不是为扯眼球而造势的话题,而是四川雨虹的实力所在。刘旭芬表示,“我们将紧跟四川省经济发展的宏观政策,抓住‘一带一路’规划所创造的机遇,顺势而上,继续发挥在产品品质、施工质量、技术服务上的核心优势,深耕细作,开拓西南市场。”