

60 年老字号 历久弥新 洛阳巨尔乳业再获“中国奶业优秀乳品加工企业”称号



● 中外专家共同研发乳品

■ 本报记者 罗红耀 图片供稿 郭文俊

日前,从全国奶业大会上传来喜讯,在洛阳巨尔乳业有限公司喜庆 60 华诞之际,公司被授予“中国奶业优秀乳品加工企业”称号,这是继 2002 年之后再获殊荣。

60 年沧桑巨变,60 年创新发展,60 年不断超越,一代又一代巨尔人创造了巨尔发展史上一个又一个辉煌:

——“全国农产品加工业博览会金奖”、“国家无公害农产品”、“绿色食品”、“河南省名牌产品”、“河南省著名商标”、“中国酸奶十大畅销品牌”……,诸多荣誉,见证了巨尔的卓越品质。

——“全国首批 34 家乳品信用 AA 级企业”、“中国奶业优秀企业”、“河南省农业产业化重点龙头企业”、“国家学生饮用奶计划推广先进单位”、“学生奶奶源升级计划奶源示范基地”、“洛阳市市长质量奖”……,诸多辉煌,见证了巨尔的发展足迹和雄厚实力。

荣誉终归过去,巨尔人并没有沉醉其中,而是继续扬帆起航。

生产篇

建成国内先进的
年产 10 万吨低温奶项目

近年来,随着人们饮奶观念的转变,追求营养、新鲜、绿色的低温奶成为饮奶主流。低温奶市场需求的快速增长使原有的生产线已不能满足市场需求,巨尔又把目光投向了引领市场潮流的低温新型塑盖彩瓶领域,并斥

资 5000 万元建成了现代化新型塑盖小口瓶全自动生产线,2014 年 11 月底顺利试产,2015 年 3 月正式投产,可实现产能 20000 瓶/小时,新增杯装、袋装、盒装、瓶装低温奶产品年产十万吨生产能力。

该生产线的顺利投产,标志着巨尔的低温奶达到了一个全新的高度——生产达到国内先进水平行列;同时,也标志着“白马寺”系列产品全线升级,走上了“高大上”之路,与传统产品相比,它呈现出了独特的优势:包装精美,环保卫生,无污染;国内先进的全自动生产工艺,洁净区压盖封闭,干净卫生,不宜泄漏,巴氏杀菌,低温冷藏,保持活性益生菌活力,新品更加新鲜,质量更加稳定。

创新篇

巨尔、白马寺牌多款新品
隆重推出

巨尔研发中心与国内外专家合作,研发出多款新品上市。

——**新型塑盖彩瓶酸牛奶、白马寺牌老酸奶** 精选巨尔牧场优质生鲜牛奶,经巴氏杀菌、高压均质,选育洛阳酸奶经典原生菌种,利用现代生物工程技术进行传代培养,坚持采用白马寺老字号酸牛奶传统发酵工艺精制而成的洛阳风味酸牛奶,富含对人体有益的活性乳酸菌,营养丰富,口感细腻润滑,酸甜可口,品质优良。用小勺子轻轻挖着吃酸奶,具有怎样的感觉,白马寺老酸奶会给你带来与众不同的体验。

——**白马寺牌酸豆奶** 富含植物蛋白的黄豆与富含动物蛋白的牛奶经过黄金比例的搭配,实现了最完美的结合,并经益生菌发酵

而成,口感独特,营养丰富,植物蛋白和动物蛋白同时得到了全面补充。

——巨尔牌绿豆酸奶饮品 炎热的夏季,绿豆搭配牛奶,活性益生菌发酵,经现代工艺、利乐无菌纸盒全自动灌装,精美卫生,常温保质期半年,饮用方便,清爽宜人,酸甜爽口,是一款不可多得的营养解暑饮料。

品质篇

巨尔、白马寺牌产品
绿色 新鲜 放心

——**原料奶精选自巨尔生态牧场,100% 全封闭机械化挤奶。** 原料奶均来自半径在 50 公里以内的现代化标准生态牧场,牧场实行现代化管理模式,实现了从挤奶到运输环节的全封闭,确保原料奶卫生、安全、新鲜。

——**生产工艺国际同步。** 采用国际先进生产工艺,设备经巴氏杀菌或超高温灭菌,洁净区全自动灌装、精制而成,产品品质达到国际水平,白马寺牌鲜奶、酸奶获得国家“绿色食品”认证。

——**层层把关,质量安全放心。** 公司引进丹麦等国际先进检测设备,从饲料、兽药到原料乳入厂以及成品出库销售,经过多道程序,层层把关,严格检验,确保产品批次出厂合格率达 100%。多年来,经国家省市多次抽检合格率达 100%,树立了良好的质量口碑,在洛阳人心中,巨尔、白马寺牌已成为“放心奶”的符号。

——**新鲜“零距离”。** 为了保证低温系列产品的鲜度,巨尔实现了“从牧场到餐桌 24 小时”的“零距离”,保证每天早上 7 点准时与消费者见面。



● 奖牌



● 洛阳巨尔乳业



● 绿豆酸奶



● 优质澳牛绿色生态牧场



● 产品

高品质需有权威认证



● 荣誉称号



● 巨尔二维码

劲牌第十七届经销商恳谈会在合肥召开

■ 本报记者 许强

9 月 8 日上午 8 时,劲牌公司第十七届经销商恳谈会在合肥丰大国际大酒店隆重召开,来自中国内地和港澳地区、以及缅甸、韩国、奥地利等国家和地区的 591 家经销商的 650 名参会代表共聚一堂,共谋发展蓝图。本次会议应邀出席的经销商规模和人数均创下历届之最。

本次会议主题是“新常态 新征程 新发展”,保健酒业部总经理李清安主持了此次会议,健康白酒事业部总经理袁明先致欢迎辞。董事长、总裁吴少勋作了题为“如何主动适应新常态”的演讲,从社会环境下市场机遇和挑战、公司产品定位规划、厂商良性合作、互联网思维下的营销模式、个人软实力提升的重要性、品牌的经营管理、财富与社会责任辩证关系等几个方面,进行了深入细致的阐述。他号召经销商在复杂的国际国内经济形势下要从容应对,须站在新的起点,迎接新机遇、适应新常态、迈上新征程、走向新时代。吴少勋在演讲中重点强调了以下三个方面:

一、中国政治、经济、社会都进入了新常态,

态,酒类消费环境和市场竞争形式还在进行更加深层次的调整和变革。在这种变化繁杂的新时期,应该更加明确自身的定位,调整我们的观念、心态、行为模式去学习和适应新常态;摒弃以往不合理的价值理念,不断地去改变和改进。

二、我们的工作要始终围绕消费者,为消费者提供更加优质的产品和服务,坚定不移地走以消费者为导向的经营理念,不能仅仅挂在嘴边,而是切实落实到行动上,质量升上去,价格降下来,服务紧跟上。

三、包括经销商在内的劲牌人都要弘扬“正”文化,传递正能量,与社会主义核心价值观保持高度一致,加强企业的运营管理,提升管理的理性,不断学习进步提升自身软实力,以小利于己,以大利于国家利于人民,在获得社会财富的同时也应该积极履行社会责任。

随后,副总裁王楠波与经销商共同回顾了公司 2014-2015 经营年度销售业绩与市场表现,酒类行业数据情况,介绍了当前存在的问题及下步变革思路,深入分析了新常态环境带来的改变与挑战,提出了营销变革策略,



并展望了本经营年度的销售目标与推广计划,进一步坚定了我们对于劲牌事业的信心。

同时,王楠波就下阶段营销重点工作进行了强调,号召公司营销人员和经销商不断

提升营销工作执行力,夯实终端基础工作,圆满完成来年的各项工作目标,实现劲牌事业的可持续发展,加快营销工作转型进程、坚决推行无力度、常态化销售推广、全面贯彻非饱

和销售、创新性开展终端知晓度宣传和新媒体传播工作,适应新常态、踏上新征程、迎来新发展,圆满完成 2015-2016 经营年度的各项目标,为劲牌树百年企业、创百年品牌、做百年市场的战略目标奠定其坚实的基础。

为激励先进,营造经销商良性的竞争氛围,当天下午召开了经销商表彰大会,大会对过去一年业绩突出、表现优异的 57 家经销商进行了表彰和感谢,授予漳州龙利达酒类贸易公司等 3 位经销商关爱员工奖,江门等 4 位经销商社会责任奖,驻马店等 3 位经销商非饱和销售管理奖,江北等 3 位经销商渠道建设奖,宜昌等 7 位经销商过程管理奖,泰州等 7 位经销商营销投入奖,沈阳等 10 位经销商市场开发奖,成都等 10 位经销商消费培育奖,宁波等 10 位经销商精诚合作奖。

据了解,本届优秀经销商奖项设置与往年相比,进行了较大的调整,2014-2015 经营年度,公司结合营销工作重点,强化过程管理、经销商软实力建设等需要,号召大家共同关注社会责任,新增了过程管理奖、关爱员工奖和社会责任奖等奖项,使奖项的设置更具针对性和引导力。