

用“务实”与“创新” 阐释兔肉美食领导品牌

■ 北晚

近年来,人们生活水平的日渐提高,美食文化也呈现出百花齐放的状态,新品牌层出不穷,尤其是各种互联网快餐文化迅速充斥人们生活。然而,笔者注意到,在 2015 年四川省商务厅组织的“川货全国行”的活动中,十多年的老品牌芭夯兔依然在众多四川美食中熠熠生辉,不仅在市民心中牢固树立着良好的市场口碑,其直营店和加盟店也在全国陆续发展壮大至数百家。

在残酷的餐饮市场竞争下,芭夯兔如何从一家小餐馆逐步发展成为一家数千人在岗的芭夯餐饮管理有限公司?笔者走进芭夯餐饮,详细了解了一番。

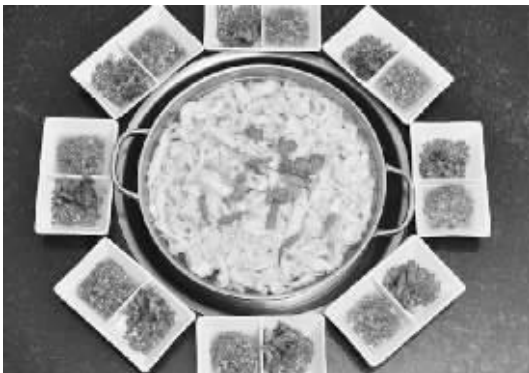
夯基础,巩固实业从“小”做起

据笔者了解,芭夯餐饮管理有限公司董事长冯德华先生最开始在餐厅打工开始,后来又通过摆摊卖卤菜的一点积蓄,在北海开了一家小店——芭夯鸡,物美价廉吸引了不少食客,但因为不懂办证等相关手续,最后被执法部门罚款 6.8 万元。尽管首次创业严重受挫,但冯先生却找到了自己事业前进的方向,回到妻子的老家自贡,继续做芭夯鸡。

就是从这样一家小餐馆开始做起,用 8 年的时间经营芭夯鸡以后,完成自己的第一次转型,将主要经营鸡肉,换成标准化程度更高的兔子肉,店名也同时更改成为芭夯兔。历经 10 多年的市场开拓和精心培育,芭夯兔已成为拥有自主知识产权的著名商标,其芭夯餐饮管理有限公司也成为自贡市第一家同时荣获“四川名牌”、“AAA 质量信用等级企业”、“四川省著名商标”的民营企业,目前在全国拥有芭夯兔品牌餐饮门店数百家。

求进取,推陈出新与时俱进

对于企业家来说,创业难,守业更难。尽管芭夯兔在



消费者心目中的口碑不断扩展渗透,但是芭夯兔始终以大众的美食享受为荣耀,在沿袭老客户最钟爱的口味基础之上,不断推出新产品。

2013 年,芭夯自主研发的“芭夯美食”系列包装食品成功面市,既延续了自贡美食传统,有符合大众口味的麻辣鲜香,同时也积极迎合时代发展趋势,通过电商渠道,芭夯兔开启线上线下齐头并进的模式,在餐饮 O2O 市场开启了新的征程。

谋发展,打造健康饮食生态圈

在如今互联网快速发展的时代,各类投融资信息不断霸占新闻头条,而芭夯兔在收获众多市场好评的同时,却实打实地将焦点集中于如何提高并保障产品品质上。

随着餐饮店规模不断壮大,芭夯兔成功创办了芭夯餐饮管理有限公司,并通过“农户+基地+公司”的模式,联合当地农民打造了大型养殖基地,从源头上保证食品质量。并在四川自贡市高新工业园区建立了一个规范的兔肉加工厂,同时打造了芭夯兔所有加盟店及直营店的中央厨房,配套大型仓储冷链运输系统,芭夯餐饮全方位打造了一个健康食品生产链,形成了一个良性循环的健康饮食生态圈,也使得芭夯餐饮成为了一家专业化、标准化、科学化的特色餐饮企业。

如今,芭夯餐饮作为四川美食名片,已在大江南北遍地开花,深得市场认可。芭夯餐饮管理有限公司董事长冯德华先生表示:“芭”就是壮乡民族历来传承的一种天然香料,“夯”意为脚踏实地,求真务实;芭夯诞生,便是“创新”与“务实”两种基因的融合,只有脚踏实地、锐意进取,才能肩负更大的责任和发挥更大的价值,企业也能从优秀迈向卓越。

注册量年增 3.5 万件 四川商标稳步快速发展

■ 照君

截至 2014 年底,四川全省有效注册商标总量达 259281 件,较 2011 年增长近 10 万件,其中,仅 2014 年一年注册量就达到 46523 件,是 2011 年注册量的两倍。这是 10 月 15 日省工商局公布的数据。“近年来,四川省商标注册量以每年约 3.5 万件的速度增长,提速增量的目标正逐步实现。”该局相关负责人表示。

商标富农 产业结构不断优化

新形势下,如何持续增强涉农企业的商标意识,提高农副产品竞争力?

四川工商部门积极推进优势特色农产品商标品牌建设,围绕特色、优势、主导产业农产品开展农产品商标和地理标志商标注册,鼓励涉农企业实施农产品商标战略,把实施农产品商标战略作为带动农产品闯市场、增加农民收入、推进地方农业经济、农业产业化发展的重要途径。同时,各地工商部门还整合区域农产品商标资源,发挥群体优势,形成了现代农业产业品牌。

郫县豆瓣、蒙顶山茶、盐源苹果等地标的成功注册和有效运用,整合优化了当地产业结构,带动了当地农户、涉农企业的发展。来自省工商局的统计显示,截至目前,四川省地理标志商标累计达 149 件,仅去年就新增 24 件,其中广元市和凉山州去年分别新增 6 件和 8 件,广元市累计注册地理标志商标 20 件,凉山州累计注册地理标志商标 16 件,有力促进了地方特色产业品牌发展和农业产业结构的优化,实现了农业、农民连年增产增收。

典型示范 带动区域品牌建设

发挥城市和企业的示范带头作用,有利于全力推进四川省商标战略的深入实施。为此,2011 年,省工商局首次确认了四川省商标战略实施示范城市 7 个、示范企业 14 家,在此基础上,2014 年重新确认了第二轮四川省商标战略实施示范城市 8 个,示范企业 60 家。

做好商标培育、注册、使用、管理等工作只是手段,而通过品牌创建,促进品牌经济的发展,促进市场主体做大做强,助推县域经济发展才是目的。去年,省工商局制发《四川省工商行政管理局关于促进县域经济发展的意见》,确定了四川省商标战略实施示范基地(园区)13 个、

四川 51 家品牌企业组团拓市场 “川货全国行海口站”启幕

■ 刘佳

10 月 17 日,2015 中国国际商标品牌节暨中华品牌博览会(简称商标品牌会)开幕,以“物美天府,品牌四川”为主题的“川货全国行·海口站”活动也正式启动。为期 3 天的活动中,四川省 51 家品牌企业将带着近千种产品,借力商标品牌会大舞台,与来自全国各地的采购商和消费者面对面接洽,组团拓展市场,提升品牌影响力。

在芒果产区卖芒果 川货推品牌有底气

“攀枝花不是产钢铁的么?也产芒果啊?”在商标品牌会四川馆的攀枝花市锐华农业开发有限责任公司展台前,不断有消费者提出这样的疑问。“当然啦!你現在在海南买到的芒果中,就有不少来自攀枝花。”公司销售总经理李春洪一边端出切好的芒果让大家品尝,一边解释。

在不少人心目中,香甜味美的海南芒果知名度很高。

示范县(市、区)27 个。

通过商标战略实施示范工作,充分发挥典型引领作用,四川省初步形成政府主导、工商主推、企业主创的示范工作机制,示范城市和企业的商标工作取得长足发展,强力助推了区域品牌经济建设。

“两项工程” 推进区域经济发展

为深入实施商标战略,推动园区企业做大做强,早在 2013 年,省工商局就部署了商标战略进园区工程,制定了三年工作目标和任务。两年多来,四川省在各级高新技术区、各类经济开发区、各地产业集中发展区,陆续建立了商标工作指导站(点),规范商标战略指导站(点)建设模式,为园区企业提供全方位的商标行政指导服务,全面提升了园区企业商标注册、运用、管理和保护的能力及水平。目前,全省在各类园区建立了 126 个商标战略指导站(点),服务园区企业 10157 户。“个十百千”工程,是该省实施商标战略的又一大亮点。通过一个市州重点联系一个园区、一个商标工作人员重点联系十户企业、一个市州重点培育百户企业、一个市州储备千户市场主体的该项工程,四川省建立起商标品牌培育数据库,形成了品牌培

而攀枝花此次主动出击,与传统芒果产区相抗衡,底气到底在哪里?

“在海南等地 4 至 6 月芒果期过后,7 至 10 月成熟的攀枝花芒果便成为市场上的主力,下半年的芒果其实很多都产自攀枝花。”李春洪说,攀枝花地处内陆,与海南等其他产区相比,无台风影响,可保持产量稳定,避免灾害损失。截至目前,公司今年已销售芒果一万吨,仍供不应求。“此次是想借助商标品牌会的平台,让海南市民和外地游客更多地了解、认同和接受我们的品牌。”

要在米粉盛行的海南推广四川岳池的米粉,四川省银丰食品有限公司总经理徐斌在海南市场作了详细考察。“从海南人对米粉的接受度来看,岳池的米粉在这里应该有销路,公司预计年底会在天猫和京东开旗舰店,到时候在海南通过网购可以买到公司的直销产品。”徐斌说。

借力商标品牌会 拓展海南市场有信心

育梯次规划,通过以点带面、精心培育、重点扶持,积极引导市场主体增强商标品牌意识,不断推动着企业运用自主商标品牌扩大市场份额。

信息建设 服务商标事业新发展

全面掌握品牌综合情况,提高政府品牌管理效率、为推进品牌战略提供科学依据——近两年陆续上线的成都市工商局“成都市品牌管理系统”和德阳市工商局“德阳市商标品牌管理系统”,运行以来发挥了重要作用。新常态下,各地工商部门纷纷加大力度,提升商标工作信息化水平。“省工商局商标管理分析平台正在加紧建设,该平台将为政府、相关部门提供决策参考,为公众提供更全面、及时的商标信息服务。”省工商局相关负责人日前透露。据了解,该平台集成了全省市场主体对商标注册、运用、管理、保护等方面的信息,能实现商标、品牌的检索和分析,满足商标、品牌管理部门的业务工作需要,为全省商标战略规划的实施提供基础理论依据,“此平台还能更好地将商标战略与地方经济发展,与企业发展战略相融合,通过商标数据采集、整理、分析,实现对区域商标发展情况的动态跟踪,为商标管理工作提供决策依据。”

记者注意到,此次参展的不少企业曾参加过商标品牌会活动,通过这个平台,品牌迅速拓展。在企业们看来,商标品牌会聚集了全国众多的名优特新产品,更易吸引各地采购商,让品牌进入更多未知的市场。

汉源县花椒协会秘书长刘成凯对去年苏州举行的商标品牌会和川货全国行活动中,产品被一抢而空的情景记忆犹新:“苏州站活动后,干花椒的价格从每斤 85 元升至如今的 120 元,订单还在不断增加。”此次展会上,在汉源花椒展台,络绎不绝的询问者、洽谈者让刘成凯喜上眉梢:“对拓展海南市场充满信心。”

北川县羌山雀舌茶业有限公司总经理牛义贵,去年在苏州找到了志同道合的经销商,“今年春茶出来后,我们的品牌进入了苏州几乎所有商超,效果很好。”对于陌生的海南市场,牛义贵曾有过考察,为了进一步了解当地需求,他不仅带来了市场看好的绿茶,还带来了红茶、花茶等举行现场品鉴活动,吸引了不少代理商和消费者。“我们将根据他们的接受程度,最终确定拓展方向。”

发挥企业主体作用 加强品牌建设

四川已有农业部认定全国主食加工业
9 家示范企业

■ 耶枫

记者从四川省政府获悉,为提高我国主食加工业发展水平,进一步发挥企业主体作用,加强品牌建设和示范,农业部组织开展了“全国主食加工业示范企业”申报认定工作,四川绵阳仙特米业有限公司和中江县颜氏粮油食品有限公司被农业部确定为“全国主食加工业示范企业”。22 日,农业部在甘肃省定西市举办的“全国主食加工业示范企业发布活动”上,向绵阳仙特米业有限公司和中江县颜氏粮油食品有限公司正式授牌。截至目前,四川省由农业部认定“全国主食加工业示范企业”已达 9 家。加工范围涉及粮油、蔬菜、畜牧等领域。

主食加工业示范企业是农产品加工业主力军。有效培育主食加工示范企业,一是要大力发展主食加工业,培育和打造新的产业链条、价值链条,利益链条和就业链条,促进农业产前产中产后协调发展和农村一二三产业融合发展,让农民分享更多的增值效益;二是要坚持以转变发展方式、调整优化结构,提高质量效益为主线,大力推进初加工、精深加工、综合利用、主食加工、龙头企业、品牌战略等重点领域加快发展,引导和促进农产品加工业从规模扩张向转型升级、要素驱动向创新驱动、分散布局向产业集群转变;三是要充分发挥农业部门组织协调和金融部门资金优势,积极搭建银企对接平台,探索完善金融支持农产品加工业的融资模式,有效解决产业发展融资困难,大力推进农产品加工业持续健康发展。

展示本土品牌 提升企业知名度

蓬溪品牌“芝溪玉液”亮相 2015 中国(四川)电子商务发展峰会

■ 梁惠

10 月 15 日,中西部地区首个电子商务全国性峰会——2015 中国(四川)电子商务发展峰会在绵阳市开幕。蓬溪县清泉酒业有限公司应邀参加 2015 中国(四川)电子商务发展峰会。遂宁名优特产、蓬溪品牌“芝溪玉液”亮相地方特色馆内,全方位展示了蓬溪本土品牌,提升了企业知名度。

宽敞明亮的展馆,人潮涌动的展区,让本次电商发展峰会显得更加热闹非凡。来自国内外知名电商平台的产品整齐地摆放在各个展位,美观整洁,琳琅满目,使人应接不暇。在地方特色展馆,蓬溪品牌“芝溪玉液”格外引人注目。珍藏版、窖藏版、经典版、豪华版四个产品整齐地摆放在展位上,错落有致,过往客商纷至沓来。公司工作人员详细向客人们介绍“芝溪玉液”的品质、口味和特点,游客们仔细听、认真品,品后对蓬溪品牌“芝溪玉液”赞不绝口。

据悉,“芝溪玉液”是蓬溪县清泉酒业有限公司采用数百年传承酿酒秘方和传统工艺,以高粱、玉米、小麦、糯米等纯粮为主要原料,用固态发酵、经蒸煮、发酵、糖化、醇化、蒸馏、贮存、勾调创新开发的清香型白酒,酒体柔和协调、酒味醇香清雅、余味悠长,且具“佐餐、佐药、佐烹饪”三大功效,该产品无论品质、口感还是香味以及内在理化指标均达到国家高端“清香型”白酒标准,深受广大消费者青睐。

蓬溪县清泉酒业有限公司是四川第一家多粮复合酿造清香型白酒生产企业,2013 年以来,公司斥巨资在蓬溪县上游工业园兴建白酒生产企业,旨在恢复和打造“芝溪玉液”品牌,满足广大消费者对“芝溪玉液”的需求,以此推动蓬溪工业经济不断向前发展。其实,该企业通过参展中国食品博览会、中国西部物博会、遂宁市绿色食品博览会等大型展会,“芝溪玉液”的知名度、影响力已得到了很大提升,品牌竞争力已经显现。

四川藏区 产业发展释放活力

■ 钟振宇

“党的十八大以来,省委、省政府坚定不移把发展作为第一要务,作为解决藏区一切问题的总钥匙。”四川省委藏区办相关负责人说,四川省从藏区资源丰富和生态脆弱的实际出发,走四川特色、藏区特点的发展路子。省委取消藏区各县 GDP 考核和排名,围绕“绿色”着墨,大力发展清洁能源、文化旅游、生态农牧业等特色优势产业。“柏油路铺好后,来自全国各地的骑行爱好者越来越多。往年最多只能挣 2 万块钱,今年的收入早已翻了一倍多。”乘着藏区“全域旅游”的春风,源源不断的游客走进藏区,道孚县嘎依族藏族民居老板难掩心中的喜悦,“感谢政府帮我们制定发展规划,改善环境设施。”

雅江松茸远销海外、红原奶粉在香港市场供不应求……除这些蜚声国内外的四川藏区传统绿色产品外,近 3 年来,藏区各地充分挖掘当地生态资源优势,因地制宜选育特色农牧产品,打造品牌、扩大市场。如藏系绵羊产品获得国家有机产品认证,“金川多肋牦牛”获得地理标志畜产品认证。以“川藏高原”、“圣洁甘孜”等为代表的一大批品牌农产品走出四川、走向全国。

在发展特色产业过程中,对口援藏省、市和单位在坚持“输血”援藏的同时,更加注重借助市场化手段“造血”兴藏,增强藏区自我发展能力。如乐山市依托真空冷冻干燥技术优势,帮助理塘县建设绿色蔬菜、畜产品深加工基地,实行保护价收购促进农牧民增收;成都市成华区用 8000 万元政府援建资金,撬动川旅集团等投入近 20 亿元参与丹巴县旅游发展,帮助做强做大生态旅游产业。