

打造“中国儿童巧克力”第一品牌

——四川迪妮司食品公司科技创新开启品牌战略新时代

■ 童登俊 李洋

在四川德阳的罗江县,西南地区最大休闲食品生产企业之一——四川迪妮司食品有限公司喜迎金色的收获和蓬勃发展的黄金时期:

10月26日,“中国食品产业成长之星”颁奖盛典再次在万众期待中隆重启幕,迪妮司在3000多家食品企业中脱颖而出,获得中国食品产业“年度投资价值品牌”荣誉称号,与同获奖项的名企大品牌同台获奖,令迪妮司再次成为食品行业佳话。

回望历史,四川迪妮司公司从“散货俱乐部”到“品牌制造商”,这匹驰骋在休闲食品行业的“黑马”在企业高速发展中实现华丽转身,完成跳跃式蜕变,在进军中国西部市场的过程中,扎根于德阳市罗江县这方沃土福地,开启了品牌战略时代。

这次的落户意义重大。迪妮司公司总经理陈华兵坦言,继打造广州番禺现代化果冻生产基地之后,迪妮司再斥3亿巨资在罗江打造一座花园式生产基地,将来还会在这里建设总部大楼,将公司总部迁移到罗江。以罗江为根据地,迪妮司的产品销售将辐射整个中国西部乃至海外市场。未来,将打造中国儿童巧克力第一品牌。

是怎么样的因缘让迪妮司牵手罗江?罗江又是以何种魅力留住了迪妮司的心呢?迪妮司的远大目标又将如何实现?记者带您走进这座花园基地,逐一探究个中奥秘。

落户诚恳开放罗江 带动相关产业集聚

迪妮司的开创思路是先确定贸易市场渠道,再建立公司,最后培养引进技术。当公司年产值保守估计达1.5亿元的情况下,陈华兵开始寻找建立大规模的后勤保障基地,以稳固和开启更广阔的市场。继走访苏南通、广东清远、重庆江津后,他们辗转来到四川。

2013年的西博会上,匆匆一瞥,迪妮司的陈华兵与罗江县的展台几乎是擦肩而过,只是顺便问了几句,却不想,有心的罗江县招商人员就牢牢记住了迪妮司。

盛情难却之下,陈华兵决定来罗江看看,没有想到的是,直到深夜11点钟,罗江县主要领导仍在高速路口耐心地等待。这份诚意深深地打动了陈华兵。

2014年9月,四川迪妮司公司一期项目破土动工建设,打下第一根工桩。自此,四川迪妮司食品有限公司休闲食品产业园作为德阳招商引资项目正式全面落地罗江县。短短两个月内,工商、税务、营业执照等各类证件全部办齐,罗江政府的高效率着实温暖了陈华兵的心。

“德阳市职能部门的市经信委、工商局、税务局等单位严格按照有关领导指示精神,积极协调各项工作,同时简化手续,热情服务,使项目进展迅速,顺利建成投产。”对此,四川迪妮司公司总经理许可东感受良多。

“对企业无微不至的关心和帮助是我们最大的感受。”迪妮司四川公司副总经理张志平告诉记者,刚入园两周,水、电、气等生产要素全部通畅,办事一路绿灯。县里的领导时常过来询问,生产上是否遇到困难,还需要什么帮助。”他指着园区路口的一块招工牌说,公司初期急需劳务工,罗江县的工作人员就在园区周边设立了许多招工牌,并亲自走访附近的村镇,帮忙宣传招工,这小小的一块招工牌,透露出罗江县“保姆式”的服务和关怀。

“筑巢引得金凤来,更要开花和结果。要让项目快速落地,实现成效才是招商的根本目的。”罗江县是这样说的,更是这样做的。因此,迪妮司的经历,在罗江并不罕见。为保证对企业的服务,罗江县全面推行并联审批和全程代办制、项目秘书制,对已签约并交付履约保证金的项目,由县政务服务中心牵头对所有手续进行全程代办,除



●四川人大常委副主任、德阳市委书记李向志(黄衣)现场了解迪妮司荣誉产品。



涉及环保和重大安全隐患的事项没有减免外,共清理了20余项部门行政审批事项。此外,罗江还对行政事业性收费进行了清理,调整精简审批收费项目,建立涉企中介服务机构项目库,以减轻企业负担。

“口碑在外,以诚招商。”这些年,凭借高效务实的政务服务和落户企业的热情推荐,罗江已经吸引了重庆金岳新型材料、云南华立特种门业、北京百达气体、吉林恒昌农业等企业相继来到罗江投资办厂……

而迪妮司,更成为这些企业中的佼佼者,它的入驻已开始带动相关产业集聚,并形成了上下产业链的集中发展。

开创幸福零食新时代 谋局西部市场新蓝海

迪妮司从公司创立至今,演绎了各种不同的角色,而每次的角色转换,都是其新的挑战。仅仅用了三年时间,迪妮司就以2亿的业绩创造了休闲食品行业的一个奇迹,获得了行业内最受瞩目的奖项之一——中国食品产业成长之星,这无疑是对迪妮司基业搭建坚实基础褒奖。

随后,迪妮司在追逐梦想的道路认清大形势,紧跟大趋势:当市场被竞争对手占据先机,就要另辟新径。在2014年7月11日,隆重宣布将开启品牌建设战略,结束其过去仅仅依靠产品实现销量的时代,从“散货俱乐部”华丽转身为“品牌制造商”,实现质的飞跃升华。

“迪妮司四川分公司的建立,在巧克力品牌建设上,将承载更多的使命,也必将创造更辉煌的奇迹。”四川分公司总经理许可东坦言,尽管目前分公司在四川的果冻生产和销售刚起步,从体量和品牌知名度上看,都不能算是第一,但是他信心满满地告诉记者:未来四川分公司巧克力的产值可以达到每年6000—7000万元;果冻更是每年实现1个亿的产值;等到二、三期工程全部竣工,满负荷生产将实现每年5—6个亿的产值,这对区域经济的带动无疑将产生质的飞跃。

“巧克力的生产条件很苛刻,必须是18—20度的恒温生产,我们对巧克力的品质追求极致。”在许可东看来,迪妮司有信心“打造中国儿童巧克力第一品牌”,这是一片新的蓝海,等待去开拓和占领。公司不惜重金引进最先进的设备,最成熟的工艺技术,真正“让口感成就口碑,让抒怀难以忘怀”,用最好的原料做出最安全健康、工艺优质的产品。这,就是迪妮司要打造的“中国儿童巧克力第一品牌”。

在迪妮司四川分公司的办公大楼内,记者随处看到“用心选择,幸福美味”的警示语,四川分公司副总经理张志平告诉记者:这是一直秉承的理念,坚持用心做好每一份“幸福的味道”。这,就是迪妮司迅猛发展壮大的奥秘。

张志平拿着带有余温刚从生产线下来的巧克力对记者坦言:众所周知,在市场竞争日益激烈的当下,依靠群策群力,携手经销商共同精耕市场,才得以领衔市场。迪妮司依托精准的市场定位,依靠多个生产基地和大量优秀人才保障,给予经销商优厚宽裕的加盟政策,得到大量经销商的支持。如今,迪妮司的营销网络布局和经销商数量已遍布全国二十七个省市,把“德阳造”巧克力奉献给全国消费者。

为了增强与客户之间的交流互动,迪妮司每年都会举行全国经销商峰会,以增进客户对企业的了解和彼此间的信任,提升企业及品牌的知名度。通过每年的经销商峰会展示企业产品的创新力和迪妮司人的专注与专业,实现其与客户共同成长、共创市场、共铸领导地位的诺言。

网上商城、手机微商城、线上与线下实体店全方位的网上购配配送体系,形成网上农贸市场,直接面对终端原料农户、合作社和产品用户,减少供销中间环节,保证渠道的畅通,减少农户销售成本。

值得一提的是,今年农博会上,金川县还与浩福集团签订了总投资1亿元的金川县中药材规范化种植加工基地建设项目。

金川黑金刚土豆亮相农业博览会展台

■ 庄媛

黑金刚土豆、早酥红梨、雪梨膏、雪梨糖……农博会期间,阿坝州金川县以其独有的农特产品展示吸睛又吸金。记者日前从金川县委宣传部了解到,今年农博会,金川县由县委农工办牵头,农业畜牧和水务局、经信局、科技局组织了金川绿食品有限公司、金川农富科技有限公

司、四川华杏农业科技有限公司等8家企业参展。展出品种包括农产品、畜产品、道地中药材等。其中,黎麦、早酥红梨、黑金刚土豆等产品是阿坝州及全省第一次展出的产品。

据悉,在今年展会上,金川县第一次运用互联网+,开展了“九农云”互联网电子销售平台,互联网年猪认购活动等电子商务活动。“九农云”互联网电子销售平台利用

网上商城、手机微商城、线上与线下实体店全方位的网上购配配送体系,形成网上农贸市场,直接面对终端原料农户、合作社和产品用户,减少供销中间环节,保证渠道的畅通,减少农户销售成本。

值得一提的是,今年农博会上,金川县还与浩福集团签订了总投资1亿元的金川县中药材规范化种植加工基地建设项目。

成都推动电商品牌化

网上农产品卖得好可奖励百万

■ 陈碧红

11月24日,记者从成都市政府新闻办获悉,为进一步打通城乡双向流通渠道,创新内贸流通体制,成都市日前出台《关于加快农业农村电子商务的实施意见》和《关于加强农业标准化品牌化建设的意见》。根据两项新政,成都将加速打造一批在国内外具有一定影响力的“成都造”农业天府品牌。

“互联网+农业”

线上销售额达1000万元以上有奖

农村电商服务,包含了网上农贸市场、数字农家乐、特色旅游、特色经济和招商引资等内容。针对这些内容,成都《关于加快农业农村电子商务的实施意见》围绕打造电子商务平台、健全物流配送体系、人才培养利用、创新创业引导等方面,梳理出10项重大改革措施。

为鼓励农业企业、专业合作社、家庭农场、休闲农庄建

立电子商务垂直平台,成都将对自建平台或利用第三方平台开展本地鲜活农产品、加工农产品、品牌农产品、农资产品线上销售给予奖励。其中,农资产品年度线上销售额达1000万元以上的,由市农委按照销售额的2%,一次性给予不超过100万元的奖励。

针对农产品配送“最后一公里”的问题,成都将把“生鲜农产品电商配送终端设施(如电子菜箱、智能售菜机)进社区”纳入民生工程和公建配套项目,并鼓励物流企业建立县乡两级物流快递中心。

对农家乐和休闲农庄,凡是借助第三方平台或自建电子商务垂直平台,通过互联网宣传销售休闲农业与乡村旅游产品和线路,业绩突出、年度线上交易额达500万元以上的,将由市农委按照销售额的2%,一次性给予不超过100万元的奖励。

标准化品牌化建设 品牌宣传做得好也有奖

成都将更加重视农产品发展标准的制定。在《关于加强农业标准化品牌化建设的意见》中,成都就对标准的确定、认证和实施、营销推出了七个方面的举措。

为让标准化基地建起来,成都把符合品牌打造规划的种植业园区,优先纳入耕地质量提升工程项目。同时,对符合要求的标准化规模养殖场设施设备提档升级改造项目,另给予经营主体设施投入费用10%(最高不超过50万元)的一次性补助。

在支持标准化生产管理方面,凡通过政府部门审定并发布标准的企业或单位,将给予8万元的一次性奖励;对获得出口备案基地、GAP、“绿色食品”、“有机食品”等认证的,除享受既定相关奖励政策外,另给予一次性10万元奖励。

凡列入重点扶持的品牌农业企业(单位),在国内外城市交通枢纽、高速公路服务区、旅游景点等重要节点合法设置户外广告牌或电子宣传牌的,将给予投入费30%(最高不超过100万元)的一次性补助。



聚焦行业创新 探索发展趋势

2015中国农牧行业品牌营销创新论坛在蓉举行

■ 董星燕

11月20日,“2015中国农牧行业品牌营销创新论坛”在成都通威国际中心举办。来自农业部 and 四川省的政府部门主管领导、行业专家、龙头企业代表等齐聚一堂,聚焦农牧行业品牌营销创新,探索互联网+新常态下行业发展趋势。

论坛期间,农业部农村经济研究中心党组书记李杰人就农牧品牌创新方式发表了主旨演讲,知名品牌营销专家李光斗等专家从聚焦“如何用互联网+打造上市公司”、“中国农产品如何打造高价值品牌”等热点话题发表演讲。

十一届全国政协常委、通威集团董事长刘汉元也在论坛上表示,在当今品牌营销、互联网+与创新创业的大环境下,新品牌以及品牌营销机构如雨后春笋般,让行业多了许多生机和活力。作为农牧业的龙头企业,通威又该如何定位、创新自己的品牌?他认为,关键在于差异化的品牌打造和营销。“做小而美的品牌不能浮躁,专注于细分市场就有很多机会。而对大企业来讲,应该做成行业的平台,让这个舞台上各种各样的参与者,打造差异化优势产品。通威就希望营造这样一个良好的行业生态环境,让一个小的进步也能在行业发光。”

在中澳、中韩自贸协定已正式签署的背景下,未来将会有大量的优质农产品、水产品涌入国内市场,这是否会对国内农牧行业和本土品牌造成较大冲击?“机会与挑战并存,目前农牧业正需要国际协作来解决资源瓶颈的问题,我们可以用更开阔的视野和胸怀面对农产品的全球生产一体化。”他认为,中国农牧企业经过几十年发展,有些已具有一定的规模和国际化品牌优势,例如在水产业已处于领先地位,欧美的企业都希望寻求广泛合作。“中国的水产品养殖在全球占有很大比重,不论在东南亚、欧美地区都有比较优势,甚至下一步到非洲地区发展,中国企业都后劲十足。”

此次论坛上,“中国农商俱乐部”还发布了“中国涉农品牌创新联盟”成立倡议书。同时,为了更好地彰显农牧行业优秀企业的榜样力量,还评选出“2015中国农牧行业‘十大最佳品牌形象企业’”等三大奖项。



真资格的“巴山雀舌” 认准这11家企业

■ 袁婧

“好喝,我们家老伴儿一直都喝巴山雀舌”,11月20日,在第三届农业博览会达州富硒茶叶馆展台前,成都市民胡女士一边品尝一边称赞道。不过,让胡女士疑惑的是,市场上这么多巴山雀舌,“哪些才是真资格的呢?”

“巴山雀舌”是达州富硒茶叶的公共品牌,除了巴山雀舌公司以外,目前只有10家企业授权可以使用。”达州市农业局茶果站站长贾炼解答了胡女士的疑问。据她介绍,最早使用该品牌并将其成功打造的是四川巴山雀舌名茶实业有限公司,为了进一步扩大达州富硒茶的影响,遂将其作为公共品牌推广。

公共品牌是否会滥用导致产品质量以次充好呢?贾炼解释道,要想使用“巴山雀舌”品牌,除了向茶叶主管部门提出申请,还须与四川巴山雀舌名茶实业有限公司签订协议,农业、工商、食药监等部门也加大了监管力度,保证生产产品质量,维护提高品牌声誉,“不能自己砸了自己的品牌”。

四川巴山雀舌名茶实业有限公司位于展馆内的负责人罗洁表示,“目前我们的茶叶基本销往川渝两地”,只有抱团发展才能真正带动以“巴山雀舌”为代表的达州富硒茶的发展。

达州是全国三大富硒地区和四川三大主产区之一,本届农博会专门设立的达州富硒茶叶馆集结了10余家企业近100个产品参展。贾炼表示,目前还有两家企业正在申请“巴山雀舌”公共品牌,同时,达州启动实施了富硒茶产业双百工程,规划至2020年底茶园面积达到100万亩,茶叶年产值实现100亿元,综合产值实现200亿元。

附录>>>

四川巴山雀舌名茶实业有限公司授权使用达州茶叶区域公共品牌“巴山雀舌”商标的10家企业:
万源市生瑞富硒茶叶有限公司
万源市巴山富硒茶厂(原万源市金山茶厂)
万源市利方茶厂
万源市青花山富硒茶厂
万源市大巴山生态农业有限公司
万源市固军乡中河茶厂
万源市蜀韵生态农业开发有限公司
万源市方欣茶厂
宣汉县九顶茶叶有限公司
万源市固军茶叶有限公司