

安多牧场牦牛、藏羊肉品荣膺“临夏国际清真食品民族用品博览会金奖”，安多牦牛杂割及安多特色发子荣获“清真名优风味小吃展销银奖”

“安多牧场”食品在国际清真食博会大展风采

■ 本报记者 何沙洲
通讯员 魏生芳 鲁凤风

十月的安多，注定又是一个收获的季节。2016 临夏国际清真食品民族用品博览会暨第四届“百益城”杯全国清真名优风味小吃赛于 10 月 19 日圆满落幕。本次盛会上甘肃安多集团以生态、有机、清真、绿色、健康的“安多牧场”系列产品，细致、热情、周到的服务，向中外来宾和客户们展示了一个全新的安多，为博览会增添了浓墨重彩的一笔。

此次国际高端展会上，安多集团参展的安多牧场牦牛、藏羊肉、安多牦牛杂割及安多特



●“安多牧场”产品展台火热的现场

色发子以其独特的风味、优良的品质脱颖而出，使人唇齿留香，余味无穷，给中外来宾留下深刻印象，得到临夏食博会组委会和中国少数



●安多牧场牦牛、藏羊肉产品在展会上荣获金奖

民族用品协会、中国烹饪协会专家评审组的肯定，载誉而归。其中安多牧场牦牛、藏羊肉品荣膺“临夏国际清真食品民族用品博览会金奖”，

安多牦牛杂割及安多特色发子荣获“清真名优风味小吃展销银奖”。

本次节会以“深化一带一路，推进互利共赢”为主题，以“开放、开发、合作、发展”为宗旨，由甘肃省商务厅、临夏州人民政府、马来西亚吉兰丹州、伊朗库姆市主办，来自马来西亚、伊朗等国的清真食品、民族用品、名优小吃企业，全国其他地区 29 个少数民族自治州、省内各市州的清真食品、民族用品和名优小吃企业，部分省市(区)的采购商、供应商参展参会。与以往不同的是，本次展会呈现三大亮点：一是独具地方特色，有些产品还是第一次看到；二是高品质产品居多；三是突破以往的展览形

式，参展参赛形式新颖，VR 裸眼 3D 展览首次亮相。

此次展会也是安多集团参加本土规模最大、规格最高的展会，由安多集团公司副总经理马雪莲亲自挂帅，总体策划、指挥协调，圆满完成参展任务，取得显著的收益和宣传推介效果。安多集团各类产品全部参展，风靡整个展会，取得荣誉的同时，短短几天，实现展会期间销售收入 4 万余元。

曲终人散，余音绕梁。相信随着各类盛会的举办与参与，安多品牌的知名度、影响力会越来越大，安多牦牛、藏羊肉品走向世界指日可待。

筠连楠苑备战“双十一” 促销金丝楠养生枕

■ 本报记者 何沙洲 通讯员 兰玲

11 月 11 日，本来不是什么节日，如今却成了年轻人表达爱的娱乐节日“单身节”，并在全中国范围内兴起为大型购物促销狂欢日。每年的 11 月 11 号，以天猫、京东、苏宁易购为代表的大型电子商务网站一般会利用这一天来进行大规模的打折促销活动，以提高销售额度，“双十一”逐渐成为中国互联网最大规模商业促销狂欢活动。

今年“双十一”将近，战幕又拉开了。“我们在这个特殊的日子准备的是具有药用养生功能的金丝楠养生枕芯。”四川省筠连县楠苑古典家私制品有限责任公司董事长汤雨陶告诉记者，公司在抓紧生产金丝楠“养生枕芯”，方便广大客户都能享受和体验到它的神奇之处。

在这个高速发展的时代，人们都在高度紧张的情况下工作、生活，失眠已经成为大家不可忽视的问题，且越来越年轻化，金丝楠《养生枕芯》以中药改善睡眠，无任何添加，让你在为梦想拼搏的同时，能有一个好的优质的睡眠。在 2016“双十一”来临之际，客户可以关注楠苑古典家私网站 www.naua.cn 参加享受特价优惠活动，不仅年轻人可以购买表达爱情，也可购买送长辈表示孝心。

自古就有“楠香寿人”的记载，久居楠香之屋，可以延年益寿，所以金丝楠木以前为皇家御用之物。明朝李时珍《本草纲目》记载，金丝楠木具有淡淡的清香，是一味中药材，具有以下养生功能：养心安神，促进睡眠；有效防止螨虫滋生；子时最香，午时最淡，能感知



●楠苑养生保健枕用的金丝楠乌木刨花

阴阳交替和气候变化；有静心、安神、降压的药用 效果；能解毒、醒脾化湿、开窍醒脑、升清化浊；主治霍乱、吐痢、小儿吐乳等等。

以“弘扬传统，发掘金丝楠文化”为企业宗旨的楠苑公司生产总部设在宜宾市筠连县，其周边是盛产小叶桢楠的黄土山区，这里的小叶桢楠堪称金丝楠中的极品。桢楠生长缓慢，一般要几百年才能成材。而金丝楠木必须是桢楠老料才能生出金丝，古朴厚重，色如黄金，须细细打磨，方得显现。楠苑以保护小叶桢楠活立木为企业宗旨，以传播金丝楠文化为己任，绝不使用小叶桢楠新料，从源头杜绝小叶桢楠盗伐，坚持

选用百年以上的金丝楠老料和上千年的金丝楠乌木设计和生产古典家私和工艺品，这种老料非常稀缺，目前国内很少有坚持用百年老料做金丝楠家具的工艺厂。

据汤雨陶介绍，久处金丝楠木家具的环境中，可以起到延年益寿、醒脾化湿、升清化浊、安魄定魂的功效，它还能防腐、驱虫，对其存储的物品有良好的保护功能。为了物尽其用，也为了让更多客户都能享受到金丝楠木带来的养生益处，楠苑将金丝楠乌木刨花利用起来做成养生保健枕芯，让您每天枕着楠香美梦入眠。

豫酒首家质量安全追溯体系建成 仰韶再树行业标杆

民以食为天，食以安为先。自从新《食品安全法》实施以来，食品安全不仅是消费者关心的事，也是食药监管部门和良心企业自身很抓的问题。10 月 14 日下午，“河南省白酒质量安全追溯体系建设工作座谈会”在历史文化名城渑池县仰韶酒业召开。

河南省食品药品监督管理局食品生产监管处处长李姝，渑池县委副书记张行军，三门峡、洛阳、信阳、驻马店、漯河、平顶山等市级食药监局监管科负责人，鹿邑县食药监局食品科负责人，以及仰韶酒业、宋河酒业、杜康控股、宝丰酒业、贾湖酒业、五谷春酒业、朗陵酒业等豫酒企业主管质量生产的代表 30 余人出席会议。九州糖酒网与中原网糖酒频道作为特邀单位列席会议。

座谈会上，仰韶酒业建成的河南首个白酒质量安全追溯体系被作为经典案例进行深入的探讨与推广，该体系的建成标志着仰韶酒业在豫酒食品安全领域，再次走在了前列，为整个行业树立了标杆。

渑池县委副书记张行军首先对座谈会的召开表示祝贺，对与会人员的到来表示欢迎，同时，他详细介绍了渑池的历史文化和发展情况，对仰韶酒业为当地经济发展做出的贡献表示肯定，并希望仰韶酒业以本次座谈会为契机，再接再厉，发扬工匠精神，再创佳绩。

随后，仰韶酒业质管科陈伟平通过 PPT 演讲的方式，向与会人员详细讲解了仰韶白酒质量安全追溯体系的运作模式。陈伟平表示，今后，消费者将可以通过扫描包装(瓶身)上印刷的二维码，对仰韶酒的真伪进行辨别，并详细了解白酒的原料、生产、储存、运输、销售等过程。

白酒行业作为食品行业的重要组成部分，其安全与否决定了整个食品行业的兴衰存亡。河南作为白酒生产和消费大省，推动河南酒类追溯体系的建设，将是河南白酒行业今后很长一段时间内的工作重点，不仅会对河南白



●会议现场

酒食品安全防护体系的建设起到重要的作用，也必将加速河南酒类市场整顿和规范的步伐。

河南省食品药品监督管理局食品生产监管处处长李姝肯定了仰韶酒业以“品质营销、品质自信”助推豫酒振兴的具体做法，并号召与会人员进行学习与推广，仰韶酒业白酒质量安全追溯体系的建成，公开、透明的向消费者真实的展示了白酒生产酿造的全部环节，正是企业品质自信的真实表现。

据了解，2015 年 9 月 9 日，国家食药监总局发布《关于白酒生产企业建立质量安全追溯体系的指导意见》，要求白酒企业建立质量安全追溯体系。仰韶酒业相关领导对此极为重视，由技术出身的仰韶酒业董事长侯建光任组长，主抓酿酒生产的仰韶酒业副总经理郭富祥任副组长的质量安全追溯体系领导小组成立。

同年 11 月，仰韶酒业建成的白酒质量安全追溯体系进入运营阶段。该系统包含《关于白酒生产企业建立质量安全追溯体系的指导意见》中要求的全部内容，涉及原辅材料进货查验、生产过程控制、白酒出厂检验等 3 个关

键环节，产品、生产、设备、设施和人员等 5 个领域，原辅材料入库、贮存、出库、生产使用、制曲、发酵、蒸馏、勾调、灌装等 9 个过程和关键控制点。15 张表格详细记录采购、检验、仓储、生产、销售、基础信息等 6 大环节的重要数据并上传至网络数据库，以纸质为基础，以编码为纽带，做到“顺向可追踪，逆向可溯源，风险可管控”，实现了对白酒生产过程的全方位覆盖和监控，对产品发生的一切质量安全问题都能够做到“早发现、早预警、早召回”。

据仰韶酒业副总经理郭富祥介绍，白酒质量安全追溯体系，是对企业产品品质负责、对消费者消费负责良心工程。通过此体系的运用，由仰韶酒业生产酿造的每瓶酒都拥有独一无二的“身份证”(二维码)，产品来源可追溯、生产可记录、去向可查证、责任可追究。

多位酒企和业内人士认为，质量安全追溯体系的建立，对整个白酒行业来说无疑是件好事，长期看来也势在必行。近年来仰韶酒业在发力营销之外，更在白酒生产技术领域的动作不断，并以实际行动为豫酒板块培育了浓厚的科技氛围，业已成为品质豫酒的代言。

(据九州糖酒网)

打通全渠道 良品铺子的百亿目标能否实现？

“2018 年销售额破百亿”，这是良品铺子订下的销售目标。2006 年，当良品铺子在武汉广场对面开了第一家门店时，他们可能没有想到，接下来的十年中要面对怎样的行业变化，更没有想到自己作为传统零食企业的代表，在今天竟会被误认为是一个电商企业。

单一渠道的用户红利消失

2012 年，同为零食品牌的“三只松鼠”入驻天猫平台，在两个多月后便位居零食榜榜首，三只松鼠的成功促使良品铺子在布局电商伊始，就下定决心打通线上线下。

“传统零售行业面临线上电商冲击很大，大家都在考虑双渠道布局。现在单一的线上或线下的用户红利和增长空间都已经没有了，而线下用户的消费习惯也逐渐转移到线上。”良品铺子信息副总裁徐明称。

然而传统企业向电商转型并不容易，除了线上线下的思维方式、整体流程和对人才要求均有很大差异外，转型还需要企业投入高昂成本，从 2016 年开始，良品铺子每年至少要付给 IBM5000 万做解决方案费用。徐明坦言：“我们下了很大的决心来进行全渠道转型，因为良品铺子的线下规模已经很大了，而且全渠道的人才也真的很缺乏。”

据介绍，在 2006 年仅有 6 家门店的良品铺子，目前门店数量已超过 2000 家，主要集中在湖北、湖南、江西、四川和河南五省，而今年新拓展到了广东和江苏。

随着线下门店不断扩张，外界一直存在着疑问：良品铺子的门店究竟何时开到北京？

对此，良品铺子董事长杨红春回应说：“什么时候去北京，或去更多的城市，这是良品铺子的发展节奏问题。实际上我们已经成为全国性的为消费者服务的体系和品牌，去年在线上销售额已经达到 12 个亿。至于说今后我们什么时间去北京，那要根据我们整个组织发展能力，它的市场拓展要跟它的发展能力相匹配。”

零食生意最适合全渠道？

电商的阶段性成功布局，让良品铺子更加相信“全渠道”+“O2O”会是让其在未来继续获得成功的模式。但大热的“全渠道”之路真的好走吗？良品铺子总裁杨银芬曾表示：“在全国零售业态里，良品铺子的生意模式是最适合做全渠道零售的。首先良品铺子生意的品类是零食，零食天然具有几个特性：一是高频，会员平均一个月的消费频率为 0.8 次；二是变成刚需，零食已经成为消费者生活的调剂者；三是大量会员资产，现在良品铺子拥有 3000 多万的会员。”

目前，良品铺子的全渠道模式已基本建立起来后，包括线下门店、电商平台、本地生活平台、以微信商城为代表的社交电商，以及自营商城和手机 App。而良品铺子也一直在尝试打通会员体系，希望做到当一个用户在不同渠道购买商品时，也可以分辨出这是同一人，力求在做到“通”的同时也达成“同”。

杨银芬说道：“良品铺子要创造一种全新的生意模式，要建立以门店为中心的全渠道、全流量和全会员的模式。这个‘通’就是各个渠道之间的经营要素要通，‘同’就是要各个渠道经营渠道要协同，消费者要获得一致的相同的体验。良品铺子基本具备打通的能力，但是在‘同’字上我们还没有解决，我们希望再花一年的时间，把这两个问题都解决。”

据了解，良品铺子已进驻了天猫、京东、一号店和微信商城等第三方平台，其中，淘系平台的销售额占线上总销售额的 60%-70%。同时，良品铺子所有的门店都已经入驻美团、口碑和饿了么等外卖平台。

除了在“双 11”和“618”等电商节发力外，良品铺子也很看重社交电商的新玩法。

据新榜数据显示，良品铺子的微信公众账号已有 580 万粉丝，活跃粉丝在百万以上。在 8 月 28 日，良品铺子的文章总阅读量为 38.86 万，位居当天企业类公众号排行榜第一位。据悉，良品铺子去年的微信商城的销售总额为 8000 万元，而今年预计会达到 2 亿元。

此前，杨红春曾说过，良品铺子成立了专门的社交电商部。线上运营团队在 450 人左右，其中社交电商团队在 80 人左右。“社交电商的特征实际上就是从交流到交易。比如说在父亲节，我们要把握用户是需要怎样的父亲节，心情是什么、关注点是什么。用户在社交的通路里面，会有多少个场景，每个场景里面应该有什么样的信息和内容，用户在哪些点上会产生交易的冲动。现在，我们可以提前吸取用户意见，利用整个线上交流到交易的快速链接的通路，包括后台的订单处理、物流、门脸服务的资源，让用户体验一个不一样父亲节的消费服务。”他表示。

良品铺子的顾客平均年龄集中在 18-28 岁，其中女性用户占比超过 60%。为了迎合年轻用户，带动微信商城销量增长，良品铺子为微商城定制了“会说话的星空棒棒糖”、“来往饼”等商品。同时，在今年欧洲杯期间，良品铺子联合斗鱼进行视频直播，并在微信商城首发“看球零食桶”，同时利用了 H5 的传播形式，制作文案让消费者通过朋友圈进行互动。

“在全渠道模式下，社交电商是一个重要方向。现在很多年轻用户都是在一个圈子里，口碑传播很重要。我们经常通过微信公众账号与粉丝进行互动和活动，微信已经成为一个重要的为客户提供服务的入口。”徐明称，“良品铺子的微信公众号已经集成会员中心，线上线下上的会员权益已打通，用户线下的积分可以在线上商城使用，同时，积分的变动和储值情况都可以通过微信查询。”

然而，和第三方平台和微信商城每年成倍增长的销售额比起来，良品铺子的自有平台则显得有些“落寞”。面对自有平台的销售额不如第三方平台的情况，徐明称，“现在平台的流量特别昂贵，购买流量和吸引流量的成本很高。我们不会在自营平台上花钱购买流量，自营平台和第三方平台的目的和定位都不一样。自有平台主要是针对已有会员，提供服务，围绕客户做社交化运营。我们希望可以活化用户，提高客户对品牌的忠诚度。而第三方平台则是面向广域市场，给用户购买渠道。”

三年之内销售额要翻两倍

在徐明看来，效率是零售行业的核心和关键，整个行业面临的主要问题就是效率低下。“像 7-11 单店的营业额每天可以达到 4-5 万，但是很多国内的零售连锁，单店的销售额只有四五万。其实在不扩张门店的情况下，单店的效率提升是有很大增长空间的，包括产品更新的效率、新产品研发的效率、供应链的效率和提高用户二次购买的回购率等等。”

那应该如何来提高效率呢？“最重要的是在把全渠道打通后，来提升效率。比如说在线下、线上以及第三方平台，每个渠道都需要一套人马，在渠道整合之后，也许我们需要一套人马就可以了，同样的人可以服务不同渠道的用户，并且可以共享后端的供应链。”

在 2014 年，良品铺子的双十一销售额为 4200 万元，2015 年为 1.23 亿元，而今年，良品铺子的双十一目标是比去年总额翻一倍，全年总销售额突破 65 亿，在 2018 年突破百亿。

据业内估算，中国未来的零食市场会达到万亿级别，不知良品铺子可以从分得多大一杯羹。

(据亿邦动力网)