

“安多牧场”牦牛、藏羊肉产品接连获金奖

■ 本报记者 何沙洲 通讯员 魏生芳

11月8日下午,历时4天的第十四届中国国际农产品交易会暨第十二届昆明国际农业博览会在昆明国际会展中心落下帷幕。在当日的参展产品金奖颁奖盛典上,甘肃安多集团参展的生态、有机、绿色、健康的“安多牧场”牦牛、藏羊肉产品荣膺金奖;这是“安多牧场”牦牛、藏羊肉产品在10月19日荣膺“临夏国际清真食品民族用品博览会金奖”后,20天内接连在国际高端展会上,又一次站在荣誉的巅峰。

本届中国国际农产品交易会以“供给改革、产业融合、绿色共享、创新发展”为主题,以现代农业成就展示、农业交流合作、农业贸易洽谈为主要内容,致力于打造符合“市场化、专业化、国际化、品牌化、信息化”要求的高品质农业贸易和交流平台,参展团组包括33个省级展团(含台湾和新疆生产建设兵团)和11个专业展团及36个国家参展,境外参展企业300余家,规格之高、规模之大,创历史之最。

来自青藏高原的“安多牧场”牦牛、藏羊肉系列产品给中外来宾留下深刻印象,其生态美味受到夸奖。交易会期间,“安多牧场”展台前参观、品尝、购买、洽谈的人络绎不绝。甘肃安多集团公司董事长、总经理王志荣,副总经理马雪莲参与了展会的全过程并出席相关活动。甘肃省政府、省农牧厅相关领导对安多安多集团参展情况给予关注与关心。无疑,“安



●“安多牧场”牦牛、藏羊肉系列产品受到来宾夸奖

多牧场”牦牛、藏羊肉产品出征云南之旅圆满结束,收获满满,载誉而归。也让世人感到在美丽的安多牧场,一颗耀眼的牦牛、藏羊肉食品加工企业新星正在冉冉升起。

记者了解到,宽广无垠的青藏安多牧场是地球除南北两极以外自然生态最为纯净的区域。生活在这里的安多牦牛与南极企鵝、北極熊一样属于世界仅存的少数源种动物之

一,曾经与猛犸象、剑齿虎同期存在。牦牛性情温顺、善良、体格强悍,在安多草原上过着自然原始、悠闲自在、逐水草而居的半野生放牧生活。良好的生存状态使得安多牦牛和甘加藏羊的肉品异常优质,其肉质具有鲜嫩、营养丰富、脂肪含量低、热量高的特点。原甘肃农业大学食品科学与工程学院副教授张盛贵曾经对安多牦牛肉、甘加藏羊肉这样评价:安多地区草场覆盖率好,草质好,生长在安多牧场的牦牛和羊在自然放牧条件下采食天然植物。在专家多年的数据测试过程中,注意到牦牛在蛋白质、矿物质和维生素的含量上比黄牛要高,而脂肪含量要比黄牛肉低。牦牛肉与黄牛肉比较起来在口感上更有嚼劲。

牦牛、藏羊资源是藏族人民赖以生存和发展的宝贵财富,是人类的软黄金。为了使这一宝贵的资源惠及更多的人群,在全国范围内食品安全问题层出不穷的形势下,安多集团以做大做强牦牛、藏羊畜牧产业,宣传草原、平衡草畜,提高安多藏区的经济地位,保护生态环境,培育藏区经济新的增长点,为加快安多藏区经济发展增添后劲为集团发展定位。产业立足于甘南“生态立州”战略,以开发有机、绿色的安多牦牛肉、藏羊肉等高原特色畜产品为己任,以项目建设为支撑,以生态与环境保护为前提,通过安多生态旅游畜牧产业园项目建设,科学定位草原载畜,合理出栏,减轻当地牧场草畜压力,产品加工进行精细化分割,通过十八道检验程序严把产品质量关,力争做到让消费者吃得放心。

安多集团畜牧产业立足于安多牧场牦牛、藏羊优势畜牧资源,建立起 HACCP 体系,发展各类清真熟肉制品加工,实现畜产品产业化、规模化经营,对合理开发利用畜牧资源、优化农业产业结构、发展特色支柱产业起到很好的示范作用,该公司先后获得上百种荣誉。2016年,产品先后获得“安多牧场杯”甘南州第三届中小企业旅游商品创新(意)大赛金奖、临夏国际清真食品名族用品博览会金奖等等殊荣;企业同时也受到国外媒体及专家的关注,韩国联合通讯社洪齐成、悉尼先驱晨报温友正、刘双喜、德国广播道龙、任鸿娟、美国食品博士、华盛顿大学特聘教授 Dr Richard S.Meyer (理查德·迈尔博士)、美国 Shu Consulting Assoafes L.L.C. 总裁 David Shu(大卫)等先后前往安多集团参观考察,给予公司高度评价。

在本届中国国际农产品交易会上,“安多牧场”牦牛、藏羊肉产品在组委会专家评委的火眼金睛下从中外众多参展的农产品中脱颖而出捧得“金奖”,不仅标志着“安多牧场”牦牛、藏羊肉产品的品质得到了食品行业内的高度肯定和消费者的高度认可,也是对安多集团秉承“诚实守信,健康到永远”经营理念传播传播“健康,源于自然”健康饮食理念的肯定。“安多牧场”牦牛、藏羊肉产品接连在国际高端展会上荣膺金奖,为进一步巩固和扩大产品品牌影响力夯实了基础,对提升企业知名度和市场竞争力具有重要意义,也使“安多牧场”产品面向国际化迈出了重要的一步。

一碗米饭里的“工匠精神”

■ 张东

切割、搅拌、灌装、蒸煮等40多个关键质量控制点实现实时动态监控,生产车间通过“互联网+”向社会全程公开,班组长以上干部每天要试吃刚下线的产品……在四川得益绿色食品集团(以下简称得益绿色)的质量管理密码中,既有新技术、新理念的运用和实践,也不乏多年积累的智慧和经验的传承与创新。“用‘工匠精神’做好每一碗米饭,是我们矢志不渝的质量追求。”该公司董事长杜诚斌表示。

作为中国方便食品“走出去”的领军企业,得益绿色先后出口美国、加拿大、俄罗斯、澳大利亚、以色列、新加坡以及中亚等多个国家和地区。今年以来,面对经济下行压力,得益绿色依然保持逆势增长的良好势头。据介绍,今年上半年,得益绿色旗下全线产品销量增长40%,外贸出口增长50%,国内市场销量同比增幅超过35%,其中自热方便米饭销量增长达70%,为食品产业供给侧改革增添了一抹亮色。

“从每一粒米饭开始努力”、“把简单的事情做到极致”、“做食品就是做良心”、“将消费者满意作为最高标准”……这些在得益绿色耳熟能详并交口相传的质量理念,无不彰显着该公司多年来对产品精益求精、追求卓越的“工匠精神”。

早在成立之初,得益绿色就确立了以质量为核心的品牌发展战略,坚持以质量安全为基础,以良心道德为底线,严把从农田到餐桌的每一道防线。截至目前,得益绿色已在全国同行业中率先通过了 ISO9001、ISO14001、HACCP、美国 FDA 注册、HALAL 清真食品认证、KOSHER 清洁食品认证、澳大利亚 AQIS 进口许可等多项国际质量认证,从原料采购、产品加工、运输销售、综合利用的全程产业链,都始终处于完善的质量标准和严格的操作规程控制之下。

为了确保原料的高品质,得益绿色不仅制定了比国家标准更高的内控标准,还要求



●得益绿色方便米饭深受消费者喜爱

所有原料供应商交纳巨额质量保证金,凡是检查不符合质量标准的,一律销毁原料并没收质量保证金,从源头上卡死了各种原料的质量关。目前,得益绿色方便米饭使用的大米、蔬菜等食材均选自“无公害农产品”基地,得益绿色火腿肠等肉制品所使用的肉源更是全部来自政府“放心肉”工程指定供应商,确保了产品原料“源头有保障、全程可追溯”。

在具体的生产流程,得益绿色为每一个环节安上了“双保险”——严格操作程序、严格检验程序,绝不允许不合格产品流入下一道工序。该公司还组织了100多人的质检队伍分布于各个重要的生产岗位,发动全员参与质量管理,并实行质量“一票否决”制。目前,得益绿色所有产品均执行日常监测、内审、管理评审三级监测机制,对每天生产的各

件,有“四品一标”(无公害、绿色、有机、森林食品和地理标志)林产品25个,为进一步推进全市林业品牌化工作奠定了基础。据介绍,下一步宜宾各级各有关部门将多措并举实施品牌战略,推动林业转型发展:一是出台政策,打好“激励牌”。设立林业品牌建设专项,通过以奖代补,实施政策引导,激励林业经营主体创建品牌;二是强化统筹,打好“策划牌”;三是重点突破,打好“特色牌”。围绕全市“125”特色林业产业,每个产业选择1-2个有优势、有基础、有特色的林业生态产品进行重点打造,力争5年内全市培育10个以上在全省乃至全国具有较大知名度、较强影响力的林产品品牌。力争到2020年,品牌经济占林业增加值的比重达50%以上;四是夯实基础,打好“质量牌”;五是加强推介,打好“宣传牌”。

四川省茶业集团股份有限公司党委书记、董事长颜泽文接受媒体采访时说,川茶集



●“叙府”牌茶叶荣膺“宜宾市名牌林产品”奖牌

品牌。经宜宾市名牌林产品评选认定委员会对专家评审组推荐林产品进行审定并予以公示后,认定20个产品为首届宜宾市名牌林产品,有效期为三年。

近年来,宜宾林业品牌创建工作取得了一定成效,全市林产品有注册商标73件,有驰名商标1件、著名商标1件、知名商标15

批次产品进行严格抽样检测,确保产品出厂合格率达到100%。

与此同时,得益绿色通过积极参与标准制定树立行业话语权,占领发展制高点。目前,由该公司参与起草的方便米饭行业标准已正式上升为国家标准,该标准无论是在动物、植物或者微生物的原始生长检测,或者是生产过程中的温度、杀菌时间、产品保持的营养成分等,都代表着国际先进水平和产业发展方向,为“中国造”、“天府味”方便米饭大举进军海外市场提供了强有力的技术支撑。

作为传统食品企业,得益绿色还主动拥抱互联网,并运用“互联网+”不断创新质量管理和品牌建设。早在2011年5月,得益绿色就首开行业先河,将一般企业视为“绝密”的生产现场,通过互联网面向全球进行实时视频直播,主动接受全社会监督。目前,得益绿色的每一个食品生产基地,都是达到国际标准化组织 ISO“标准与智能”的绿色厂区,是国内食品行业率先打造“透明工厂”、“智慧工厂”的典范之一。

在得益绿色,“工匠精神”不仅体现在标准化、信息化、科学化的质量体系,中也蕴藏在持之以恒、久久为功的质量细节里。早在多年前,得益绿色就定下了一条雷打不动的“感官评价标准”,规定班组长以上干部每天要试吃刚下线的得益绿色产品,并写出评语、建议。“只有把自己生产的产品,当成给家人做的饭菜一样,这样才能既安全又美味,真正让消费者放心。”杜诚斌说到。正是通过一系列独具匠心的质量管理手段,得益绿色产品出厂合格率始终保持在100%,并保持了历年来在国家级、省级质量监督抽查中全部合格的骄人成绩。

“食品安全是重大的民生工程、民心工程。”得益绿色总经理杜葳萱表示,该公司将围绕成都创建全国食品安全示范城市和农产品质量安全市试点工作,大力弘扬精益求精、追求卓越的“工匠精神”,让“工匠精神”成为企业全体员工共同的价值取向和行为规范,在食品产业供给侧改革中实现更有质量、更有效益、更可持续的发展。

团坚持“创新创业 融合共享”发展理念,通过创新科技引领模式,成功建成川茶产业转型升级科技成果孵化器;通过创新品牌打造模式,聚合资源共同打造“天府龙芽”川茶大区域品牌;通过创新茶叶产业融合发展模式,奋力促进川茶全产业链综合附加值提升;通过创新共享发展模式,全新组建了由30多家四川省茶业参与的川茶创新发展的企业联盟组织——四川省茶业集团,全力打造四川省川茶品牌促进会这一川茶品牌创新发展的品牌组织——四川省川茶品牌促进会,牵头组建川茶营销创新发展的营销联盟企业——四川天府龙芽股份有限公司;通过持续发展,不断创新,品牌塑造,形成良性循环的过程。本次获此殊荣的“叙府春芽”是川茶集团旗下品牌之一。颜泽文表示,正是有了这样的评比活动,才会有更多人知道宜宾林产品,只有宜宾农林产业做大做强,企业就能更好地服务地方经济建设。



双十一狂销 800 万 三千美食 破解食品微商困局

今年双十一的零售数据再创新高,如火如荼的微商在双十一这个传统电商的狂欢日中还是个新兵。但今年,一个新的垂直电商平台三千美食却让微商圈更加坚信了微商对传统零售业带来的划时代改变——三千美食是今年新上线的一家专注于食品的商城,成立不到一个月,便在双十一当日销售额突破800万。更重要的是,三千美食带来的模式改变,引起了微商圈的震动,让微商们真正看到了长期持续发展的方向。

上线不到一个月 单日销售额突破 800 万

双十一当日,三千美食商城的工作人员几乎都加班到了晚上十点。“后台看订单,嗖嗖嗖的跳出来,就跟打机关枪一样!”商城的运营负责人马超说。

而供货商的反馈的信息是,深夜十二点时,他们仍在对产品进行打包中。他们根本没有想到,这个新上线不到一个月的平台,竟然能在双十一当天,创造800万的销售额。尽管在此之前,该平台的销售额也处于狂飙状态。

“日销售额从0到20万,只用了两周,而一下子到800万,给供货商和微商代理们都注入了更强的信心。”三千美食总经理曹操透露,从上线一开始,该平台就引起了九鼎资本、龙头投资的高度关注,并强烈表达了投资的意愿。同时,该平台母公司三个火枪手电商也与成都广电集团达成了战略合作关系。

雪梨膏销售引来政府部门倾心

为何一个才上线不到一个月的平台,就取得了如此骄人的成绩?据曹操介绍,10月份上线的三千美食商城,专注于纯天然、无污染、原生态、好口味的极致美食。商城的口号就是让客户坐在家中,吃遍天下,三千美食,上品生活。

“上线之前,我们对产品的定位最重要就是三个字:有品质!”对于有品质,曹操介绍,比如近期销售最好的高原雪梨膏,是20斤高原雪梨熬制一日一夜才能熬制而成,不添加其他任何成份的雪梨膏原浆,止咳润肺效果堪称神奇,价格却又非常亲民,客户买回去后,绝大部分都会带着赞叹不已的评价再次复购。而这款产品,此前在线下渠道就已经销售超过十万件,积累了良好的口碑,才会被放到三千美食商城上来销售。

“其他比如巴西绿蜂胶、印度辣木籽、马来西亚卡琪花蒂玛养生茶、自贡冷吃兔、盐源丑苹果等等,也都是国内乃至世界各地非常知名的食品。”曹操说,好的产品,是三千美食上线就受追捧的基础。

三千美食商城在选择产品的过程中,对于少数民族地区往往特别倾心,也引起了政府有关部门的高度肯定。比如高原雪梨膏的开发销售,由于有效起到了帮助四川阿坝金川县精准扶贫的效果,四川省民宗委有关领导专门到三千美食商城的母公司进行专题调研,并给予了高度评价。

创新模式聚拢微商长期发展

酒香也怕巷子深,三千美食商城能够创造奇迹,除了产品品质好,还有一个很重要的原因,是商城的模式。

曹操介绍,打造三千美食商城的初衷,是他发现现在食品微商到处都是,但无论是供货商,还是卖货的微商,都是游击队。

“比如说,微商的产品不稳定,上个月很火,这个月就卖不动了。比如团队不稳定,某个微商的下线经常会自立门户。比如说要囤货,十万、二十万的货款,如果卖不掉,那就砸在手里了,等等,这些都是做微商的苦恼!”一个做水果的微商“粉粉儿”向记者诉苦。

有鉴于此,曹操决定打造一个垂直电商平台,破解微商的困局。

进入三千美食商城很简单,只需要搜索关注微信公众号“三千美食”,通过公众号即可跳转进入商城。商城包含了供应商入驻、微店等功能。供货商可以将经过平台审核通过的产品放到三千美食上进行销售;微商可以在三千美食零投资做一件代发,也可以选择品牌代理商入驻享受更低的折扣。而且,老客户推荐新客户有重奖的模式,让代理三千美食的微商发现,过去只是买货的客户,现在主动推广起商城的产品,粉丝们纷纷自动裂变。

“微商想要发展下去,就必须以粉丝为中心,以体验为重,而这两点,三千美食商城都很好的解决了。移动互联网去中心化,让每个人都是信息的制造者、传播者和接受者,而三千美食商城就是要顺应大势,将游击队似的微商整合成正规军,真正让大家规范化,同时长久持续性的发展!”曹操说。(据华夏资讯网)