

从卖原料到开厂子到创牌子 新疆瓜子步入品牌发展之路

一斤瓜子要卖上百元,这可是普通散装瓜子价格的七八倍,但乌鲁木齐的商超还是签了订单。

2016年12月以来,王世坤往来于乌鲁木齐各大商超,推介他公司新上市的品牌瓜子,虽然很顺利地打开了市场,但他却不敢签太多订单,因为担心供不上货。

据中国葵花信息网数据显示,国内市场在售的瓜子,产地以内蒙古、新疆、甘肃、吉林四省区为主,新疆在四大产地中排第二。

2015年前,新疆市场50%以上的瓜子都销往了疆外。而从2015年到2016年,新疆品牌瓜子增多,各品牌利用新疆瓜子产区的优势,引领整个瓜子产业转型升级,正在从单一供应原料走上品牌发展之路。

高投入 保障瓜子走品牌之路

王世坤是“兵娃”牌瓜子的负责人,2015年之前,他主要是种植葵花瓜子,在阜康有3000多亩的种植基地,一年产量300吨左右,作为原料供给内地瓜子厂家。

但种植瓜子就像种植其他农作物一样,难免受气候等因素的影响,收成和收入均不稳定,也无法更好地体现瓜子的价值。所以,王世坤决定自己来做消费终端市场,且定位中高端市场。

王世坤介绍,从自家种植到向农户收

购,他都采用最高的等级标准,收回瓜子后经人工挑选,再通过机器翻炒。翻炒后,针对裂口、掉皮的瓜子再次人工挑选,最后包装上市。

“瓜子卖高价,和投入是成正比的。”位于昌吉的“老炒坊”瓜子总经理李华介绍,该品牌算得上是新疆瓜子行业最早拿上“QS”认证的企业。

拿上“QS”认证,意味着各项要求都要更为严格,对厂房面积、设备和人员都有要求,还有职能部门定期抽检。

李华说,中途的一次设备改造就达七八十万元,至于为何投入如此大还要走品牌道路,李华直言,这是企业和行业发展的必经之路,守着小作坊永远不可能发展壮大。

阿勒泰喀喀美人电子商务有限公司CEO黄文涛说,公司的瓜子收购价会比市场价稍高,唯一的要求是要品质最好的瓜子,其中,仅保证瓜子的洁净方面,购置一套先进的风选除尘机就花了30万元。

谈初衷 改变单一原料身份

提及从事炒货行业的初衷,新疆各大品牌瓜子的厂家有着相同的想法,那就是让新疆瓜子的身份不仅仅是原材料。

据中国葵花信息网相关分析师介绍,新疆瓜子的特点是表皮光亮、卖相好、果实油

脂不高,因此,一些大品牌瓜子厂家都从新疆进购原料。

阿勒泰的“傻老大”品牌瓜子是由几大股东合作创造的品牌,这些股东原来都是瓜子种植和收购大户,有一次,作为股东之一的余峰被炒货企业邀请去参观,他发现,从自己手上售卖的农副产品原料经加工、包装,价值翻了好几倍,随后余峰就有了自己创品牌的想法,2015年便有了“傻老大”品牌瓜子。目前,“傻老大”瓜子已销售到上海、长沙、郑州等地,预计2016年全年实现销售额1亿元左右。

伊犁“黑老大”品牌瓜子的总经理孙四海在瓜子行业从业17年,他介绍,以往新疆瓜子以散装为主,没有叫得响的品牌,行业内主要靠打价格战,恶性竞争严重,企业品牌运作之后,对整个行业都有提升。

黄文涛说,他的公司成立不到一年,公司成员是几名创客,有人有开连锁超市的经验,有人有互联网行业从业经验,有人懂设计,共同打造品牌,在2016年亚欧博览会上,他和团队成员带的瓜子一小时就卖完了一万袋。

专家建议:走差异化道路求发展

在中国品牌网上,中国十大瓜子品牌中,却无新疆瓜子品牌的身影。



工人有条不紊地将瓜子装进纸箱

■ 本报记者 何沙洲

元旦、春节都是中国传统的佳节,也是食品企业常规的销售旺季,但是2017年这个双节到来带给食品企业的是快乐也有忧愁。原因是近来食品原辅材料的价格上涨给制造业企业带来了很大压力,与2016年初的情况相比,纸箱涨价40%、玻璃涨价40%、塑料涨价30%、白砂糖涨价30%、马口铁涨

价30%,成本的压力自然很快传导到食品企业。

记者在伍田食品包装车间看到,工人正在有条不紊地将调味品装进纸箱,伍田调味品用的玻璃瓶和包装纸箱用量很大,玻璃和纸箱都涨价40%,仅这两项原辅材料的成本就增加了多少可想而知。对食品企业来说,毛利率迅速摊薄的日子并不好过。对此,成都伍田食品有限公司总经理范正海

范正海:原材料价格上涨更要做好产品性价比

原材料价格的持续快速上升,正迫使整个食品行业面临重新洗牌,伍田作为食品行业的品牌企业,除了采取积极的应对措施,还是要坚守“三心”经营理念,在做好成本管控外,最主要是提供性价比高的产品给广大经销商和消费者——

一边要求公司上下开足马力抢抓生产满足市场需求,一边用最严谨的标准、最严格的监管和最严肃的问责,切实维护“从田间到餐桌的安全”,并全面推进精细化管理,细化成本控制管理。范正海表示,原材料价格的持续快速上升,正迫使整个食品行业面临重新洗牌,伍田作为食品行业的品牌企业,除了采取积极的应对措施,还是要坚守“三心”经营理念,在做好成本管控外,最主要是提供性价比高的产品给广大经销商和消费者。

伍田的企业文化就是一个务实负责的文化,强调“和、诚、勤、进”的发展理念,其中,“和”是:人和,事和,财和。如何实现企业“人和,事和,财和”的和谐发展?用伍田倡导的“三心”经营理念来阐释:食品是人类赖以生存的基本物质,是人们生活中最基本的必需品;食品安全是食品企业责任的最低控制线,是密切消费者关系的先决条件。伍田人凭良心做出的食品,是自己能吃,自己的孩子能吃,自己的父母都能吃的食品;这样的产品生产出来后,伍田人不昧良心回家能睡得着觉,经销商赚了钱也能安心睡得香,

消费者享了口福也能放心睡得好。范正海倡导“三心”经营理念带来的是这样大家都睡得好觉的“人和”,带来的也必然是企业的“事和”及“财和”。

在食品原材料价格快速上升前一个月,范正海就将公司各部门进行精简整合成了4个职责分明的管理中心。他要求各中心总监“用心”探讨在目前市场环境下,消费者到底喜欢什么样的产品?如何创新经营管理,为经销商、消费者提供更多的服务?在产品开发方面,向高端化、高附加值、定制消费需求等方面发展;在开拓市场方面,坚持将产品定位在服务社会和做人的道德和良心上进一步巩固老市场,努力开拓新市场,以过硬的产品质量和真诚的服务赢得良好的市场份额。

在现代管理之父彼得·德鲁克看来,利润不是企业经营管理的目标,而是企业发展的结果,企业的存在远远比追求利润重要得多。范正海表示,企业不能将压力转嫁给消费者,企业必须在能够承受的范围内保证保护消费者的权益,企业才能得到消费者支持化解压力从而持续发展。

工信部:推动“互联网”与食品工业“三品”深度融合

近日,由工业和信息化部软件与集成电路促进中心和中国食品博览会组织委员会联合主办,湖北食品产业发展促进中心、武汉食品工业协会承办的“第二届互联网+食品工业创新发展峰会暨全国食品工业品牌大会”(以下简称“会议”)在武汉成功举办。

作为“第25届中国食品博览会暨交易会”的重要活动之一,本次会议以“食品工业‘三品’战略与互联网融合”为主题,旨在贯彻落实《国务院关于积极推进“互联网+”行动的指导意见》(国发〔2015〕40号)和《国务院办公厅关于开展消费品工业“三品”专项行动营造良好市场环境的若干意见》(国办发〔2016〕40号),推动“互联网+”与食品工业深度融合,促进食品工业增品种、提品质、创品牌。

工业和信息化部消费品工业司司长高延敏做了题为“加快实施‘三品’战略 推动食品工业创新发展”的主旨发言。高延敏强调近期工信部在食品行业的工作重点可以概述为“三个全面推进”和“两个率先推进”。“三个全面推进”是指在食品工业行业全面推进“三品”战略的实施、全面推进食品行业

的诚信体系建设和全面推进食品行业质量检测能力建设。“两个率先推进”是指导企业率先推进智能制造和率先推进质量安全追溯体系建设。

中国食品工业协会常务副会长刘治分析了我国食品工业十三五时期发展趋势。刘治表示,食品工业供给侧结构性改革,产品要从低端迈向高端,从大众走向个性化。目前,我国食品工业化食品不到20%,很多食品生产还处于作坊阶段,提升空间巨大。当务之急是不断进行技术创新,做好高品质的产品。互联网时代,食品企业若能抓住机遇,有望诞生行业“独角兽”。

中粮集团有限公司副总裁马建平、河南双汇投资发展股份有限公司副总经理尹卫华、北京嘉华汇诚科技股份有限公司副总经理钟小林等分别围绕会议主题分享了各自企业在落实消费品工业“三品”战略和互联网+融合过程中的成果、经验与解决方案。

工业和信息化部、湖北省相关领导、中国商业联合会、中国食品工业协会,以及中粮、茅台等企业高管以及媒体代表等500余人出席了会议。(辛华)

恒瑞医药进军江宁 南京生物医药产业再添新彩

2016年12月27日,江苏恒瑞医药集团与南京江宁高新园签订合作协议。根据双方合作协议,恒瑞医药集团将在江宁高新园投资成立国际医疗投资集团,并新建医学研究中心、临床试验基地和一家以治疗肿瘤、心血管为主的高端综合性医院。这也标志着南京生物医药产业又添了一个重大项目。

同时,恒瑞医药集团核心控股子公司——江苏恒瑞医药股份有限公司将投资建设新药研发中心,规划占地60亩,从事生物医药研发和大数据处理,正式运营5年内预计申报1-2个1.1类新药(未在国内上市销售的药品,通过合成或半合成的方法制得的原料药或制剂),优先在江宁高新园新建生产基地进行成果转化。

记者获悉,江苏恒瑞医药集团有限公司主营健康产业,2015年产值125亿元,实现税收21亿元,拥有生物医药、医疗器械等多家企业,其核心控股子公司江苏恒瑞医药股份有限公司是国内最大的抗肿瘤药、手术用药和造影剂供应商,也是国内最具创新能力的大型制药企业之一,唯一一家将注射剂规

模化销往欧美日市场的中国制药企业。上市企业“恒瑞医药”市值超千亿元,是目前A股市值最大的制药上市企业。

生物医药和医疗器械产业是南京市重点发展的新兴产业之一。恒瑞医药集团生物医药项目落户后,将进一步提升该市生物医药产业的竞争力和影响力,并将带动江宁高新园加速集聚更多生物医药企业。

经过4年发展,江宁高新园已集聚生命科学企业500多家,其中包括全球营养品巨头康宝莱,世界最大的基因合成供应商金斯瑞,以及正大天晴、奥赛康、康缘药业等领军企业,自主培育了金斯瑞、凯基生物等5家上市公司,汇聚了施一公、张丹、章方良、谢东等高层次创业人才近200名。

江宁高新园有关负责人表示,园区将以打造“南京生命科技小镇”为契机,充分发挥江宁大学城科教资源优势,聚焦新药创制、高端医疗器械和高端医疗服务等细分领域,加快构筑产业核心竞争力,力争早日建成世界一流的生命科学产业高地。(张海洋 周爱明)

湖北省 中药材流通追溯体系 上线运行

消费者可通过手机、互联网、药店终端扫描药品二维码,就可以了解到所购买中药材从种植、加工到流通环节的全流程情况。近日,湖北省中药材流通追溯体系在武汉正式上线运行。

2014年8月湖北省成为第三批中药材流通追溯体系建设省份。两年来湖北省按照国家统一标准建设,运用现代化技术实现种植、流通、生产、使用的全链条追溯,鼓励引导中药饮片、中成药生产企业使用可追溯的中药材为原料,达到中药材流通“来源可追、去向可查、责任可究”。

目前该系统已有湖北九州通医药、李时珍中药材市场等30家节点企业近600种药材可追溯信息。消费者可通过手机、互联网、药店终端扫描药品二维码,了解到所购买药材从种植、加工到流通环节的全流程情况。“这个二维码是唯一的。”项目建设方负责人万有钢举例说,“假如企业这个月需要生产1000包产品,在生产之前要向中央系统提出申请,待中央系统审核批复后,再向企业提供这1000个二维码。”湖北省商务厅市场秩序处处长卢大珍呼吁更多企业加入到该系统,让更多的药材可追溯。

湖北省商务厅统计数据显示,全省中药现知资源种类(包括常用中药材、民间药、民族药物)达3970种,约为全国中药资源12807种的31%,居全国第5位。经营的中药材品种686种,约为全国1200种的57.2%。常用中药材中,80%以上为野生品种,野生中药材平均年收购量2.1万吨,居全国第6位。但是近年来,湖北乃至全国中药材流通领域存在缺乏准入标准和严格监管,药材的来源、晾晒、包装、存储、运输等均无相应的规范等问题。湖北省商务厅副巡视员王翔表示,中药流通追溯体系的建立对中药材生产、流通和需求信息进行收集,运用“大数据”进行分析,建立信息监测预警,可以有效抑制中药材价格无序上涨,推动中药材流通方式向信息化转变。(李冀 陈洁)

大健康最具潜力 “朝阳产业”

机构预测,2017年中国健康产业规模为4.9万亿元,未来五年年均复合增长率约为27.26%。专家表示,市场放宽和相关支撑产业的培育,将有效推动健康产业和相关服务业的快速发展。

大健康是一个全局性的理念,提倡自我健康管理,强调对生命全过程全面呵护。它追求的不仅是个体生理、身体健康,还包含精神、心理、社会、环境、道德等方面健康。而作为一种具有巨大潜力的新兴产业,大健康产业是指维护健康、修复健康、促进健康的产品生产、服务提供及信息传播等活动的总和,包括医疗服务、医药保健产品、营养保健产品、医疗保健器械、休闲保健服务、健康咨询管理等多个与人类健康紧密相关的生产和服务领域。

业内人士表示,支撑我国大健康产业高速运行的引擎有三个:第一,人口老龄化与环境污染提高了居民的保健、医疗潜在需求;第二,居民健康意识提升扩大了医疗保健支出;第三,政策推进健康中国建设。这三大利好因素预计在将来仍将继续发酵,从而推动大健康产业的持续发展。

北京医院协会常务副会长、前解放军总医院院长朱士俊建议,政府要用新理念统领健康产业的发展,例如多措并举、发展健康产业、放宽市场准入等等。(李唐宁)

中裕食品: 用良心 缔造品牌传奇

刚刚结束的2016年中国粮油财富论坛上,业内专家表示,品牌化是推进粮食行业供给侧结构性改革的必由之路。滨州中裕食品有限公司遵循循环经济理念,将公司打造成集小麦育种、基地种植、收购、储存、食品加工、废弃物综合利用回到基地替代化肥和饲料为一体的现代循环农牧经济产业链。中裕食品旗下面粉、面条产品畅销全国,中裕食品快餐、法兰卡1876、面食家等中高档食品连锁遍地开花。

秉持“赚钱凭良心的”经营理念,中裕旗下产品100%无添加剂,用良心、品质缔造传奇品牌。中裕食品所用食材必须新鲜,必须是浓郁的原汁原味。中裕不仅严格遴选速冻食品,就连餐饮连锁店中日常炒制菜品所需蔬菜也由经理轮流值班采购,总公司不定期抽查和暗查。目前,中裕蔬菜种植基地陆续投入使用,实现蔬菜直供。中裕有五项小麦加工技术代表国际先进水平,且在海南岛拥有专业化良种繁育基地,申请并设立自己的博士后工作站,为科技研发在速度和品质两方面上“双保险”。

握着小麦这根线,中裕稳步推进,建成了贯通一二三产业完整的小麦纵向全产业链。握着“放心”这根线,中裕建立了品牌,赢得了市场,形成了以“良心”为本的中裕文化。“握着小麦这根线,凸显的是企业建设的硬件。握着‘放心’这条线,凸显的是企业建设的软件。硬件和软件一起构成了中裕保障食品安全的完整产业链。”中裕食品总经理张志军如是说。(张宇)