

# 打造强势民族品牌

## 访陕西圣唐乳业有限公司董事长武壮田

圣唐与中国农科院的结合,使企业能够开发出科技含量更高的产品,克服技术上的瓶颈;同时也使产品的质量得到了保证。圣唐产品的美誉度也会在市场上得到提升。作为一家拥有战略思路的企业,圣唐的这一步棋,让自己在激烈的市场竞争中占有了先机。



中国农科院农产品加工研究所所长戴长枫(左)与圣唐乳业有限公司董事长武壮田签字后握手

■ 萧一鹏

在中国农科院和陕西圣唐乳业有限公司联合举办圣唐羊乳产品研发中心揭牌仪式后,陕西圣唐乳业董事长武壮田围绕羊乳产业和羊乳研发中心等课题与《中国企业报》记者进行了交流。

这是记者第二次采访武壮田。早在今年7月,武壮田就已经在筹备组建羊乳产品研发中心的事宜。当时该项目还停留在设想和规划期。短短3个多月过去后,圣唐乳业终于就一系列核心问题与中国农科院达成共识,圣唐羊乳研发中心终于浮出水面。

武壮田和圣唐乳业都是奶产品行业的新兵。在国产乳制品行业声誉低下的宏观背景下,是什么让武壮田毅然选择了这个行业?答案其实很简单:很直接:从创业的第一天开始,圣唐人的奋斗目标就是要让国人喝上放心奶,让自主品牌乳制品在高端市场占有一席之地,并最终打破进口产品的垄断地位。

圣唐乳业与中国农科院的合作是武壮田为了实现企业目标的重要一步。他表示,中国农科院具有强大的科研实力、高标准的质量管理和广泛的社会公信力。圣唐与农科院的结合,使企业能够开发出科技含量更高的产品,克服技术上的瓶颈;同时也使产品的质量得到了保证。通过与农科院的合作,圣唐产品的美誉度也会

在市场中得到提升。作为一家拥有战略思路的企业,圣唐的这一步棋,让他在激烈的市场竞争中占有了先机。

中国目前的羊奶行业总规模大概在20—50亿元左右,其中共有15家生产厂家,他们的规模基本相同。圣唐是行业内的一颗新星,其生产架构、装备、理念都处于行业领先地位。圣唐从组建到现在仅仅一年时间,其目标是在一年之后从规模、科技含量、市场份额等指标上成为行业的龙头企业。

为了打造一个强势的民族品牌,武壮田列举了五点举措。第一,圣唐拥有自己的有机牧场,确保了奶源的健康和品质。第二,圣唐拥有庞大的专家团队,除效力于企业本身的科研团队外,还包括和农科院合作后更多更强的科研实力。农科院吕加平教授被聘为研发首席顾问,刘英华专家被聘为首席技术顾问。新成立的圣唐羊乳产品研发中心将为企业的发展输送源源不断的动力和能量储备。第三,圣唐拥有一个能够吃苦、有朝气、有活力、为了一个共同目标而奋斗的团队。这是圣唐企业理念的感召力所致,也是武壮田个人魅力所致。第四,圣唐注重自主知识产权的开发与应用,对产品的科技含量及水准要求远高于行业标准。第五,陕西富平县作为圣唐的大本营,是全国奶山羊基地,1987年被命名为中国奶山羊之乡。占领这一战略重地对圣唐今后的发展具有重要意义。综合以上五点,

武壮田认为,要让圣唐成为一个强势的民族品牌只是时间问题,剩下的就是产品本身的质量和实力了。

圣唐的目标是将产品打入全国市场。当谈及此事,记者与武壮田分享了一个对国内奶产品行业的担忧。之前之所以有各大乳制品企业暴露出三聚氰胺事件丑闻,原因就在于奶产量跟不上市场的需求,为达到产品的蛋白质要求,企业稀释奶品,同时注入化学成分以求稀释后的奶制品蛋白达标。圣唐产品如果要投入全国市场,一旦市场需求大于奶源产量能够提供的额度时,圣唐将会如何面对呢?对此武壮田表示,无论何时,圣唐产品的质量规定和保证都是最高也是唯一标准。即便是出现上述情况,圣唐人仍会选择确保奶制品的质量而对产品的配方和质量进行任何降低。

与此同时,武壮田还指出,圣唐乳制品主打高端市场,这个领域的实际产品量并不是十分巨大,圣唐有信心,也具有供应这个市场需求的规模。

目前圣唐的产品系列分为两大块:液奶和奶粉。它们分别根据市场需求不同又细分为几类产品。液奶产品包括五大系列。通过与“喜羊羊与灰太狼”的品牌合作,圣唐推出了“喜羊羊与灰太狼”系列儿童乳味果

汁饮料;根据校园流行文化,推出了三款针对不同角色的校园系列乳味饮料;都市系列两款产品分别名为“男人草”、“女人花”,这两款产品专门针对都市男性和女性消费者对乳制品营养的不同需求而量身打造,主要面对城市白领消费群体;还有颇具民族风情的蒙古奶茶产品以及澳洲莎莉纯羊奶产品。据介绍,圣唐奶粉产品也分为两大类,包括婴幼儿配方羊奶粉及中老年配方羊奶粉。

除了对产品的科技含量要求和产品质量保证,武壮田十分重视对市场的培育和对不同产品的营销方式。武壮田用青春系列羊奶举例,男人草、女人花分别为羊奶行业内首创的性别区分产品定位,其市场定位也是面对年轻主力消费者。销售手段要更加优化利用网络营销等策略。

武壮田还告诉记者,目前圣唐核心团队正在开发一款“极密”差异化产品,其产品细节还不方便透露。不过,可以说的是,该产品从奶源到配方,再到科研含量、包装方式规格、营销思路等全套产品路线都将不同于以往任何乳制品产品。该产品的目的就是与国际进口品牌力争高端奶制品市场。武壮田对该产品的开发和投入具有很大信心,其重点在“差异化”,主要体现在产品本身将与竞争对手有显著区别,将在不同平面竞争。从武壮田兴奋的眼神中,记者读到了期望与奋斗的结合。让我们拭目以待圣唐接下来的这一轮创新吧。

# 圣唐重拳出击糖酒会

■ 萧一鹏

一年一度的秋季全国糖酒会在沈阳召开。全国糖酒会每年都会吸引全国大量经销商,这也成为全国食品厂商新产品的最佳舞台。今年秋季糖酒会上,圣唐乳业出品的羊乳系列饮品成为一大亮点,受到经销商的热捧。

据悉,此前名不见经传的圣唐乳业在糖酒会投入巨大,在经销商流量比较大的东方瑞星酒店、凯莱大酒店、沈阳国际展览中心设立了展厅,还聘用了120多名促销员的队伍,其阵势让全国各地的经销商眼前一亮。

而圣唐乳业推出的“男人草”、“女人花”系列乳味果汁饮料,由于产品创意新颖、口感独特,使得这一性别饮料卖点概念十足,让不少经销商在圣唐乳业的展厅内驻足。200ML系列的喜羊羊、美羊羊儿童乳味果汁饮料,以其喜羊羊与灰太狼的完美卡通形象更是吸引了很多经销商的关注,“圣唐羊奶,营养超牛”的广告语,让大家记忆深刻。



据圣唐乳业董事长武壮田介绍,澳洲莎莉山羊奶源自“中国奶山羊之乡”陕西富平——圣唐乳业自有牧场,圣唐乳业是国内唯一一家奶山羊乳制品企业,资源优势及地域优势明显;羊奶是营养成分最全、最易被人体吸收的奶品,接近母乳,被称为“奶中之王”。圣唐乳业采用创新科技去除膻味,使口味更佳,舒心悦饮。

武壮田董事长还透露,业界一直流传着“全球羊奶看中国,中国羊奶看陕西”的说法,而陕西的羊奶又以圣唐乳业为代表。圣唐乳业的优质生态农牧产业园基地水肥草美,无工业“三废”污染,是国家认证的绿色食品生产基地,为乳品的生产提供了稳定新鲜的羊奶资源,也极大地保证了羊奶的品质。圣唐乳业利用先进的生产工艺和严格的检验手段,确保了产品的可靠和优质。

针对目前羊乳饮料企业产品单一的状况,圣唐乳业一出手就有所考虑,从功能、渠道、原料和包装等方面都做了差异化的细分,形成了非常有竞争力的产品群。如:添加了桑葚、黑加仑、葡萄的校园系列产品——“灰太狼”,有补肝益肾、生津润肠等功效;添加了桃花、玫瑰花、百合花的校园系列产品——“美羊羊”,具有美容养颜、益气补血等功效;还有颇具民族风情的“蒙古奶茶”,口感清新甘甜,体验羊奶的纯、淡淡的幽、浓浓的情,亲近来自草原的感觉。

圣唐乳业的目标就是成为上市企业,要在陕西创建中国良种奶羊繁育强省,打造世界奶山羊加工乳都,将小奶羊培育成为利国利民的大产业!所有的圣唐人都在这个目标的指引下努力着,为每个中国人提供最健康、安全、优质的羊奶乳品。如果说伊利、蒙牛开启了中国奶业的第一次革命,让牛奶走进了千家万户,那么,圣唐乳业要做的则是使更具营养价值的羊奶进入中国液态奶市场,欲将开启中国奶业的第二次革命。

据了解,目前,一个2.5亿元的投资项目已经启动,现代化的设备、自主知识产权、2000多亩待开发的基地,西北农大的研发队伍、UHT核心技术,正在打造一个承载百亿元商机的羊乳企业航母。



酒会现场



产品展示

## 携手中国农业科学院设立研发中心

# 圣唐乳业开中国羊乳“产学研”发展先河

■ 本报记者 孙颖

10月30日,中国农业科学院——圣唐羊乳产品研发中心揭牌仪式在北京隆重举行。“乳业泰斗”骆承庠教授作为圣唐乳业终身名誉顾问出席揭牌仪式,中国农业科学院副院长李金祥和陕西圣唐乳业董事长武壮田共同为研发中心揭牌,这标志着国内的羊乳产业已经开始步入“产学研”发展之路。

羊奶在国际营养学界被称为“奶中之王”,羊奶的脂肪颗粒体积为牛奶的1/3,更利于人体吸收,并且长期饮用羊奶不会引起肥胖。羊奶中的维生素和微量元素明显高于牛奶,美国、欧洲的部分国家均把羊奶视为营养佳品,欧洲鲜羊奶的售价是牛奶的7倍。其实,早在《本草纲目》中就曾提到:“羊乳甘温无毒,润心肺,补肺肾气。”中医一直把羊奶看做对肺和气管特别有益的食物。

据中国农业科学院农产品加工研究所所长戴长枫介绍,乳品产业是重要的民生行业,在服务“三农”、改善民生等方面发挥着重要作用。中国农业科学院农产品加工研究所作为本领域唯一的国家级科研机构,肩负着发展农产品加工科学技术、转化技术成果、培养农产品加工高级科研人才、提供农产品加工政策咨询等使命,引领我国农产品加工科学技术发展方向。业界一直流传着“全球羊奶看中国,中国羊奶看陕西”的说法,而陕西的羊奶又以圣唐乳业为代表。圣唐乳业在不到两年的时间里,成功收购了



中国农科院副院长李金祥与圣唐乳业董事长武壮田共同为研发中心揭牌

两家乳品企业,使其成为集饲料种植、奶山羊繁育、羊乳生产、加工、销售为一体的全产业链乳品企业,旗下包括“澳尼克”生态有机牧场、陕西圣唐秦龙乳业有限公司等实体,拥有“圣唐”、“澳尼克”、“万龙”等品牌,目前在国内外独树一帜,成为国内率先实现羊乳产品产业化发展的龙头企业。双方在共建研发中心、产品开发、人才培养、项目转化、专利申请等方面的合作,为羊乳产品的推广和普及奠定良好的基础,更为我国经济建设和社会发展做出较大贡献。

在此次揭牌仪式上,圣唐“添赋

力”、“添倍力”婴幼儿配方羊奶粉及“金装益健”中老年配方羊奶粉也正式亮相。据圣唐乳业品牌部经理周莹介绍,圣唐乳业的生产基地位于中国奶山羊之乡——陕西富平。富平县地处黄河与渭河流域之间,气候温和、饲草丰富、繁育条件优越,为圣唐乳业优质的产品品质提供了最纯净的奶源保证。目前,圣唐乳业拥有六大系列14个单品的配方羊奶粉产品,在今年沈阳秋季糖酒展销会上得到了广大经销商的一致认可。同时亮相的还有圣唐羊乳饮料系列产品,其包含最优质高端的澳洲莎莉纯羊奶;为

都市白领打造的男人草、女人花系列乳味果汁饮料;校园系列乳味果汁饮料;为儿童打造的喜羊羊与灰太狼系列儿童乳味果汁饮料产品以及凸显民族风情草原文化的蒙古奶茶羊乳饮品。

圣唐乳业董事长武壮田对《中国企业报》记者表示:“经历了‘三鹿奶粉’、‘皮革奶’等事件冲击的中国奶品行业,造成国内消费者对本土品牌的不信任。如何保证乳品的质量,让消费者放心是目前摆在每个乳品企业面前的首要课题。圣唐乳业斥巨资建立圣唐奥尼克牧场,并联手香港东亚银行,拟在富平建立100个标准化养殖小区,包括今天与农科院的合作,公司计划5年内投入至少1000万元资金支持羊乳产品的研发,就是要用我们的实际行动告诉广大消费者,圣唐乳品是值得信赖的。”

武壮田指出,中国农科院农产品加工所科研实力雄厚,在本领域的科研成果推广都居于领先地位。陕西圣唐乳业公司是陕西省乃至全国羊乳产业的领头羊,依托权威的专家团队,有较强的经济力和管理经验。此次圣唐乳业与中国农业科学院农产品加工所的全面合作,将进一步提高圣唐乳业科技创新能力,丰富企业产品种类,优化产品结构,提高产品档次,带动区域经济健康发展和农民增收致富,为实现圣唐乳业“三年达标,四年上市”的经营目标奠定基础,这次合作必将书写圣唐乳业发展的新篇章。