

河南中烟:站在百万箱新起点

■ 郑国兴

2012年8月20日,黄金叶三类以上卷烟商业销量达到100.10万箱,首次突破百万箱大关。

这是一个新的高度,也是一个新的起点。

从上市之初的年产57箱到1986年阶段性高位的近25万箱,它用了35年;从河南烟草工商分开时的5万箱到2010年的18.2万箱,用了7年;从18.2万箱到如今的100.10万箱,用了不到2年。创牌于保家卫国的艰难时期,发展于改革开放的新时期,跨越中原突破的黄金期,河南中烟依托行业“卷烟上水平”战略目标和河南省“中原经济区建设”战略,短短几年时间将这一品牌完成了华丽转身。

重焕光彩

1951年12月,黄金叶卷烟诞生,无嘴粗支,软包装。

上世纪50年代至上世纪80年代,以味道芬芳、价格适中等特点闻名大江南北。1964年,被原轻工部命名为名牌产品,成为中国民族卷烟工业的代表性品牌,河南的经济名片。

熙来攘往,历史像一列驶向永恒的列车,能留下的,都是被时光雕刻的经典。

然而,世事无常。进入21世纪,它却在发展中遇到了困惑——在老消费者眼中,它还是以前那个“两五一盒的低端产品”;对于新的消费群体来说,它又成了一个有着历史隔膜的陌生品牌。

这一阶段,尽管有旗下多种规格香烟相继登场,但由于缺乏鲜明的品牌形象,主导牌号不够突出,加之技改滞后等诸多原因,此品牌始终处于一种徘徊状态。



9月19日上午,由漯河市人民政府主办,河南省烟草专卖局(公司)、河南中烟工业有限责任公司承办的香烟新品上市新闻发布会将在漯河举行。

重新定位

2009年7月,国家烟草专卖局局长姜成康对河南中烟工作重要批示:以“四要”作风要求,全力推动此品牌上水平、上规模、求突破,带动河南卷烟工业全面协调可持续发展。

当年6月和9月,旗下两种规格香烟分别投入生产。

两款卷烟的推出,标志着这一品牌结束了徘徊期,重新焕发光彩。有业内人士认为,作为一个有着深厚历史和文化内涵、享有极高知名度的品牌,有国家局的支持、烟草科研专家的倾力打造,有河南浓香型烟叶以及强大的河南市场做后盾,它极有可能成为异军突起、后来居上的“品牌黑马”。

从“做强红旗渠、做精帝豪”到“全力推进品牌大发展”,再到如今的“推进品牌中原突破”,河南中烟探寻品牌发展之路的脚步未曾停歇。

然而,河南中烟深知,局限于一些客观因素,要实现异军突起、后来居上,必须走出一条具有自身特色的跨越式之路。去年以来,面对行业“卷烟上水平”加快推进,“532”、“461”品牌发展格局加快形成的新形势,品牌要如何发展、如何突破的重大命题,又一次考验着河南中烟干部职工。

跨越之始,得益于河南中烟党组对品牌发展路径的重新审视和准确定位——
2011年6月底,刚成立不久的新一届河南中烟党组集体赴国家局汇报工作。听取汇报后,姜成康在充分肯定新班子良好状态和务实作风的同时,要求河南中烟加快推进这一品牌战略实施,即产品定位要高,突出减害降焦,不断丰富产品规格,完善产品体系;品牌形象要好,注重品牌文化建设,切实突出品牌特色和特点;引领作用要强,充分发挥旗下高端品牌对主品牌的引领作用;发展速度要快,要实现良好发

展,必须加快速度,扩大规模。

由此,河南中烟新一届党组决定以加快推进品牌战略实施为路径,尽快实现成长进位。

围绕成长进位这一命题,河南中烟加压驱动,求变图强,做出了加快工作节奏、强化问题导向、突出作风建设等一系列关系全局、影响深远的重要决策,并将其落实到“叫响激情创业”、“切实抓好营销、产品、原料、生产、管理和队伍建设”等重点工作基础之上。成长进位、激情创业、千日营销、百日攻坚……这些生动的故事,勾勒出河南中烟推进这一品牌中原突破的坚定信心。

对于这一系列动作,河南中烟党组书记、总经理杨自业有过精辟的论述和形象的比喻:“成长进位”是个动态概念、相对概念和竞争概念,就像许多人排队购买有限的船票,问题的关键是前面少了几个人,还有几个人,而不是我们跟着队伍向前走了多少步。如

果在到达窗口前船票已经卖完,本质上我们的结局与后来者一样,只能目送别人走向成功的彼岸。

从2010年销量位居行业重点品牌第27位,到2011年8月份单月销量和销售额进入行业重点品牌“双十五”行列,再到今年前8个月销量突破百万箱,列行业重点品牌第七位,再到2012年底销量预计突破150万箱,“醇香”基因传承,“温润”风格彰显,“浓郁”特色突出,这一品牌在成长轨道上划出一道炫目的发展曲线。

如今,它的品牌家族已完成了价位区间的合理布局。“中国驰名商标”的认定,更赋予这一品牌丰富的内涵。

站在新起点

100.10万箱,对品牌发展来说,只是一个新的起点。

纵向比,品牌的发展在提速;横向比,与强势品牌的差距依然明显。“今后的道路怎么走?中原突破的动力在哪里?”有人心存疑问。

“百万箱只是‘大’的象征,还不是‘强’的体现。站在百万箱新起点,放眼全国烟草,河南中烟一年多来虽然保持了迅猛发展,但这种发展更多是补偿性的,是后发优势的体现。随着发展坐标整体上移,自身发展纵尺加宽,竞争比较横尺加长,各种要求越来越高,中原突破任重而道远。”河南中烟人对自身发展有着清醒的认识。

在不久前召开的半年工作座谈会上,河南中烟党组对企业和平稳发展面临的挑战予以清醒研判:一是宏观经济形势整体稳中求进情况下,由于不确定因素增多、下行压力增大,难免给品牌发展带来一定影响;二是“卷烟上水平”加快推进情况下,行业改革发展的外部环境更加严峻,难免在企业和品牌发展中有所表现;三是随着国家局对行业产销计划、高档烟发展、市场营销等调控力度的加大,卷烟市场变数增多,需要主动适应;四是在品牌中原突破整体态势良好情况下,仍存在一二类烟比重不够高、计划资源不充足、原料结构不协调、队伍能力不突出等问题,必须加快解决。

在品牌商业销量突破百万箱之际,杨自业提出三个问题:作为一个有着61年历史的经典品牌,应如何与时俱进,持续提升,全力打造百年品牌?身处“300多万箱卷烟产量、300多万箱卷烟销量、300多担烟叶计划”的烟草大省,应如何在行业“卷烟上水平”和“中原经济区建设”中有更大的担当,展现更大的价值?比起“打造具有更大荣耀与尊严的公司”的企业愿景,我们还有哪些短板需要补齐,应如何让员工与企业相映生辉、共同成长?

“实现品牌中原突破,不是一般意义上的逐步提升和发展,而是在行业持续健康稳定发展的大形势下,河南中烟必须尽快实现重构、创新、完善和跨越,坚持重在持续的发展基调,持续创业激情,持续良好环境,持续进位态势,持续突破格局。”河南中烟党组对中原突破的概念性描述,也是对发展的更高宣言。

“惟其任重,我们更需坚韧;惟其道远,我们更需跋涉。”这是河南中烟人坚持走品牌发展之路的牢固信念。

世纪香:打造中国食用菌第一品牌

■ 李伟鹏 本报记者 徐志成

近年来,食品安全问题日益受到各国重视。同时,在关税壁垒不断降低的情况下,以技术壁垒为主的非关税壁垒门槛日益提高,进口国特别是发达国家“绿色壁垒”已成为制约我国食用菌出口的主要因素。如何将食用菌打造成既增效又富农的现代产业,这是农业大省河南省近年来在转变财政支农方式上思考的一个课题。

2005年以来,河南省财政在着力打造粮食生产核心区的同时,对一些农业产业化项目给予了大力扶持,河南世纪香食用菌开发有限公司据成为财政扶持的一家农业产业化龙头企业。

从一间小屋到全国龙头企业

俗话说,钟灵毓秀汉魏地,颍汝自古多奇才。1988年6月许昌县食用菌研究所成立,李彦增任所长。自此,李彦增从一车棉籽壳、一个灶台、一间小屋起步,艰苦创业,开始了他食用菌的研究和经营之路。

1996年6月,许昌县世纪香食用菌开发有限公司成立,李彦增任总经理;同年,成立许昌县食用菌培训学校,建成许昌县食用菌培训基地;1997年至2000年,世纪香食用菌开发有限公司先后在河北、山西、黑龙江等地发展大型食用菌生产基地13个;2001年,公司投资380万元,在许昌市许昌县建成河南省最大的食用菌科研、生产、培训基地,辖3个菌种厂、2个加工厂、1个菌袋厂、3个原材料



河南世纪香食用菌开发有限公司办公大楼

加工厂;同年,企业更名为许昌世纪香食用菌开发有限公司;2004年4月17日,总投资2100万元,建成世纪香食用菌精深加工基地;2005年,更名为河南世纪香食用菌开发有限公司,目前已发展成为河南省规模最大的一家集科研、培训、生产、加工、进出口为一体的科技开发生态农业产业化重点龙头企业。

河南世纪香食用菌开发有限公司下设食用菌精深加工基地、食用菌研究所、食用菌培训学校、国家级食用菌菌种厂、国家级食用菌标准化生产基地、河南省食用菌工程技术研究中心等六个实体。公司主导产品有白灵菇、双孢菇、鸡腿菇、香菇等13种产品,公司的食用菌菌丝、各类鲜品、罐头、干

品等出口到欧洲、南美、东南亚等30多个国家和地区,年出口创汇2300多万美元。其中白灵菇的标准化种植、加工、出口规模居全国第一,技术达到国内先进水平。

2007年12月,李彦增作为许昌市食用菌工程技术研发中心主任负责人出席全省专业技术研讨会。会上,他介绍了三个方面的内容:一是如何以科技为先导,大力开发、研究推广先进科技成果。公司先后和中国科学院等50多家科研院所建立了横向技术联合,承担了省市科技局下达的《食用菌新技术系列开发研究》等8个项目,解决了食用菌生产中存在的63项技术难题和国内多年解决不了的种植成功率和生物学效率低等问题;同时,引进先进

的食用菌科技成果6项,使广大菇农从中得到了实惠。

二是如何注重技术创新和技术培训、广泛开展学术交流活动。李彦增先后撰写了60多篇学术论文在《食用菌》、《食用菌市场》、《中华保健食品》等杂志上发表;编著出版了11万字的《金针菇优质高产栽培新技术》和8.8万字的《草菇优质高产栽培新技术》两部专著并发行全国;免费举办食用菌技术培训410期,对2万余户菇农实行技术承包,使万余户农民靠种植食用菌走上了致富路。

三是如何以发展为动力,建成了填补河南省空白的食用菌标准化生产及精深加工基地,并使之成为国家农业科技示范场。

农民经济合作组织建设,尽快做大做强,带动更多农民发家致富,力求在城乡统筹一体化发展的进程中发挥更为广泛的作用,做城乡统筹一体化发展的推动者。

这种努力得到了社会的认可。世纪香公司注册的“百珍”、“世纪香”牌产品先后荣获河南省名牌产品、第八届国际农产品交易会金奖、主导产品白灵菇罐头2010年度荣获全国特色产品博览会金奖。2011年“世纪香”商标荣获河南著名商标。

推动城乡统筹一体发展

河南世纪香食用菌开发有限公司按照16项国家标准和4项地方标准建成了中原地区最大的以白灵菇、杏鲍菇为主的珍稀食用菌生产基地。2003年11月取得河南省无公害食用菌生产基地认证;2005年确定为国家食用菌标准化示范基地;2006年6月通过了出口食品卫生注册、ISO9001:2000和HACCP国际体系认证;2010年5月4日,公司生产的8种鲜食用菌、16种食用菌加工产品获得国家有机产品认证。

2008年1月11日上午,中央领导到许昌市许昌县苏桥镇考察了国家农业综合开发重点产业化项目河南世纪香食用菌开发有限公司,听取李彦增介绍。

李彦增介绍说,项目采用“公司+协会+基地+农户”的运行机制,投入低、效益好,将农作物的下脚料变废为宝,一个蘑菇大棚的年收益为5至6万元,很受农民欢迎。当听到这一项目为菇农开展产前代购原料、供应菌种,产中技术服务,产

后回收、加工销售产品等全程技术服务,明年将带动周边5万农户从事各种食用菌生产时,该领导强调:“世纪香做得很好,综合开发能力强,特色+规模+档次+品牌就等于效益,搞食用菌的生产加工,实现了一产、二产、三产的有机结合,促进了农业生产与科技教育、农业组织化的融合,尤其是在带动农民致富奔小康方面,更是起到了不可替代的作用”。

自此,作为农业龙头企业,世纪香公司强化了这种意识,加大科技创新,加强

突破亿元产值,走向世界

世纪香公司采用国内首创的“公司+基地+农民合作社+农户+标准化”的农字号运作机制,对广大生产户开展产前、产中、产后全程服务。它联结着周围30多个珍稀食用菌生产专业村以及遍布全省各地的5万多个种植户,下挂省内外13个年产量千吨的珍稀食用菌生产基地。如今,仅许昌县发展的珍稀食用菌种植户就达8万多户,年产量白灵菇、杏鲍菇等13种珍稀食用菌5.4万吨,产值4.6亿元,累计创造社会效益8亿元,使万余户农民靠种植珍稀食用菌走上了致富路。

为与国际市场接轨,世纪香公司按照国际标准,做好食用菌产品从生产、运输、存储、包装、加工直至流通等各个环节的基础工作。在取得了自营进出口权后,通过参加国内外高新技术产品展览会、交易会、商贸洽谈会,使产品扩大了影响,走出了国门。2011年,公司的食用菌菌丝、各类鲜品、罐头、干品等出口到欧洲、南美、东南亚等30多个国家和地区,年出口创汇2300多万美元,产值突破亿元大关。

据市场调查,全世界食用菌产量和消费量平均每年以10%和15.3%的速度递增。联合国粮农组织和世界卫生组织也提出了“一革一素一菌”的膳食导向。而世纪香公司生产的“百珍”牌白灵菇、鸡腿菇、竹荪、茶树菇、双孢菇、杏鲍菇、金针菇、花菇等数十种菌类及其制品都是营养丰富、味道鲜美的保健食品,富含蛋白质、氨基酸、维生素等,具有预防多种疾病的功能,是人类健康长寿的绿色食品和美容食品,符合人类膳食导向。

目前公司可年产白灵菇2200吨、蘑菇3000吨、杏鲍菇900吨、鸡腿菇800吨、金针菇800吨、香菇900吨、猴头500吨、竹荪100吨等,年循环冷藏保鲜食用菌产品6000吨以上,日加工珍稀食用菌罐头20吨以上,罐装白灵菇80%出口。

企业荣誉

公司先后荣获全国食用菌行业优秀龙头企业、全国十大低碳经济示范企业、河南省进出口企业分类管理一类企业、河南省农业产业化重点龙头企业、河南省农产品加工业示范企业、河南省食品行业50家高成长企业、河南省扶贫重点企业、科技企业、高新技术企业、优秀民营科技企业、进出口重质量守信用企业,许昌市百户重点企业、小巨人企业,中国食用菌协会副会长单位。也相继成为全国跨世纪青年农民科技培训工程基地、河南省十大农村青年星火培训基地、河南省党员电化教育致富工程示范基地、河南省出口食品农产品质量安全示范区、国家标准化食用菌示范基地、国家星火项目实施单位、国家食用菌科技示范场。

公司总经理、高级农艺师李彦增先后荣获“全国青年星火带头人标兵”、“全国学雷锋先进个人”、“全国科技标兵”、“河南省首届十大杰出青年”、“河南省劳动模范”、“河南省优秀共产党员”、“河南省首届十大农民(科技兴农)标兵”、“河南省八大党代表”等多项荣誉。