

银鹭集团入选“CCTV 中国年度品牌”

■ 本报记者 闻笛 萧一鹏

“打造品牌的背后应该是品质。只有先赢得了品质,才能赢得品牌。”银鹭集团董事长、银鹭食品集团总裁陈清渊在近日举办的“2012 CCTV 中国品牌年度发布盛典”上表达了企业 28 年来的品牌追求。

一年一度的中国品牌年度发布截至 2012 年已经成功举办四届。四年来,见证了中国品牌的成长与集体崛起,堪称中国品牌界的“奥斯卡”。本次中国品牌年度发布盛典以“转型·转变·转化”为主题,2012 年中国品牌名单经过专家评委的层层筛选,最终 24 个企业及 3 个城市成功入选,银鹭食品集团成功当选为“2012 CCTV 中国年度品牌”。

企业发展的三次转型

2012 年,中国经济在复杂的国际环境中坚定前行,世界第二大经济大国的地位不断巩固,本次中国品牌年度发布旨在国家经济结构调整与发展方式转变的大背景下,关注企业及城市在产业升级、模式创新、发展方式转变方面的贡献与成就,发掘与表彰一批在转型方面取得突出成就并做出卓越贡献的品牌。

陈清渊受邀参加颁奖盛典时表示,28 年来,银鹭一直在脚踏实地地做好真材实料的产品,始终围绕“爱心、诚心、良心,是银鹭企业的核心”以及“一

瓶、一罐、一包,追求卓越;质量、安全、卫生,满意顾客”的宗旨,坚持一切从心出发,用爱心做放心食品,立志成为消费者可信赖的中国安全食品领先企业。

作为中国食品饮料行业中八宝粥和花生牛奶品项的第一品牌,银鹭始终顺应时势、主动转型,不断改革、创新,历经“民营企业—合资企业—跨国集团成员”三次转型,实现品牌升级。陈清渊告诉记者,企业的转型是一个量变到质变的过程,是企业的品牌化之路。在银鹭 28 年的发展历程中,每一个阶段的转型,都让银鹭品牌跃上一个新台阶,银鹭从而跻身中国食品行业的第一集团军,实现质的飞跃。

食品安全的三个环节

银鹭集团坚持 28 年健康发展,不仅为消费者提供了安全的食品,还为全社会提供着健康营养的食品,算得上是创造了中国食品行业的一个奇迹。

在谈到品牌的话题时,陈清渊表示,打造品牌的背后应该是品质。只有通过各个环节的精益求精先赢得了品质,然后才能赢得品牌。陈清渊认为,做食品其实就是一个良知工程,银鹭提出要有爱心才能做好放心食品。食品健康安全要从三个环节来讲,第一是原材料,通过原材料产业链的延伸,通过源头的控制影响到有机食品。第二是技术,要用最先进的科技来解决技术问题,特别是提到添加剂的问题,银鹭通



银鹭集团董事长陈清渊领取“2012 CCTV 中国年度品牌”奖牌

过先进的技术手段保证食品的保鲜,绝对没有添加剂,这就是银鹭食品的安全以及银鹭集团采用的先进的技术。例如,银鹭八宝粥是全世界第一款采用最先进生料包装技术的产品,突破了滚动杀菌的技术,无需添加防腐剂。第三个环节是要有高科技的手段来控制食品的安全。除了运用高科技手段指导生产,食品材料的管控也是世界最先进的技术。包括率先引进世界领先的无菌低酸饮料、无菌乳酸菌技术。

在品牌论剑环节,陈清渊说,任何一个食品品牌要想做大做强,注重食品安全才是其中的关键。为确保每一位消费者买到的银鹭产品都是“营养、健康、安全”的,银鹭从企业建立之初,就始终关

注食品饮料生产全过程的产品质量安全预警控制与管理,从产品研发、原材料的精选、生产加工、物流配送到销售的各个环节都进行了严格的管控。银鹭还拥有完善的质量检测监控体系,严把质量关,这样才能确保消费者买到的都是真正能够代表银鹭“真材实料”优良品质的产品。

品牌塑造的三个阶段

“银鹭的第三次转型具有深刻的意义,2011 年银鹭与雀巢联姻,是银鹭食品事业发展史上一个重要里程碑,银鹭将全力打造全国领先、全球知名的食品品牌,稳步迈向国际化。”陈清渊在接受采访时告诉记者,在未来,银鹭将坚定不移地走“区域品牌—全国品牌—国际品牌”的品牌发展之路,勤练内功、夯实基础,重视“人才、科技、名牌”,抓住机遇,在创新的基础上,实现跨越式发展。

借助雀巢品牌的世界性影响力、雄厚的产品科研开发与质量管理资源以及全球性市场网络,未来银鹭将被打造成一个国际化的品牌。此外,借助雀巢世界一流的食品加工工艺及“从田间到餐桌”等产前、产中、产后全过程食品安全管理控制和食品安全检验检测预警体系,全面导入合资后的银鹭公司,将实现自主创新能力的质的飞跃,并将进一步增强食品安全管理水平和技术水平,这对于食品饮料行业来说,无疑是一个促进和提升。

公司

坚持原生态 拒绝精加工

辽大实业：薄利时代的生存法则

■ 本报记者 周净

近年来,随着生活质量的不断提高,老百姓“吃”的概念发生了很大变化,大家在吃饱、吃好的基础上,开始追求营养和健康。因而,市场上众多原生态无公害食品格外吸引眼球。日前,记者在深圳食品市场上看到,由深圳市辽大实业发展有限公司经销的“和田玉枣”当仁不让地成为了市场上一道亮丽的风景。

将原生态进行到底

“好山出好水,好水出好茶”,食品生长所处的自然环境,对食品本身的质量起到最主要的作用。和田玉枣个大、皮薄、肉厚、核小,在深圳市场很受欢迎,我们已累计销售 800 余吨。”说起和田玉枣,深圳市辽大实业发展有限公司董事长吴忠智滔滔不绝。“这也是我们坚持原生态,在原生态中优选,拒绝精加工结出的硕果。”

原生态食品,即在生产过程中不使用或少使用各种化学肥料和化学药品,在生产过程中严格控制产品的质量,尽可能保持产品的绿色无污染。对此,吴忠智解释道,“坚持原生态”就是要源头把控,坚持选择原生态基地生产的绿色无污染的食品;“拒绝精加工”则是尽可能减少加工、运输环节对食品污染的可能,将原汁原味的食品奉献给消费者。

据了解,深圳市辽大实业发展有限公司创立于 1995 年,始终致力于“优质、健康、安全、诚信”的经营理念,坚持“做事先做人”的信誉原则,现已成为全国食品行业中最大的总经销商之一。2006 年,辽大实业与地处西北边陲的新疆生产建设兵团合作,率先将市场机制引入“塔克拉玛干”(新疆和田等地),率先将“死亡之海”的优质干果、坚果(和田玉枣、薄皮核桃等)推向深圳,推向全国。从根本上让新疆企业真正成为产业,让新疆产品真正成为了商品。

然而,随着市场竞争的加剧,摆在食品企业界人士面前的一个难题就是如何面对微利时代?如何突围而出,在逆境中独辟蹊径走出困境?面对发展与困境,作为食品销售企业的辽大实业提出,向上游发展,整合原生态基地,形成自有品牌。

据介绍,目前辽大实业在中国的一西一东(新疆、北大荒)分别选择了主打“原生态”概念农场,从生产的每一个环节都认真做到“自然”基地所有的农田都经过 3 年的漫长改良期,在此期间使用的有机肥料,全部是经过无害菌处理后的禽畜粪便、土杂肥和生物肥料等,土壤中原有的化肥农药等任何人工合成的化学物质残留物全部殆尽,使之成为真正意义上的自然食品种植良田。

“短期看来,我们可能得到的回报更低,但从长远角度看,坚持原生态的发展道路却是必要的,这才代表了未来中国食品产业发展的最终趋势与潮流。”吴忠智就是这么说的,更是这么做的。据悉,他曾先后多次到和田、农十四师实地考察,深入了解了“和田玉枣”主产地二四团特有的地理条件和光热资源,尤其是产地无公害、无污染的栽培模式了解得更深入细致。

引导健康生活方式

多年来,辽大实业始终专注优质健康食品,引导消费者食用健康的产品,提倡健康的生活方式,为消费者送去了质量可靠、营养丰富的深海鱼制品、拥有“百果之王”美誉的枣类制品、富含 DHA 和 EPA 的海藻制品和“高原神药”虫草归芪等,在赢得消费者的同时也赢得了沃尔玛、家乐福、麦德龙、吉之岛、天虹商场、百佳、人人乐等国内外多家大型连锁零售终端的信赖。

“人们都说衣食住行,可在我看来却是食衣住行,食是人们生存的第一要素,食必须安全、健康。”说到食品安全问题,吴忠智感触颇多。随着科技的进步和工业化进程的加速,我们的生活正在进入精细化时代,我们日常所需的食品也开始被烙上了工业化的印记,原先的粗茶淡饭慢慢少了,取而代之的是白花花的面粉和精细的米饭;各种快餐食品、休闲食品、调理食品满足了人们快节奏的生活;各种经过工业化加工的食品不仅颜色鲜艳,味道也很鲜美……但这些经过精细化加工的食品,大多都不符合健康食品的要求。原因在于经过精细化加工之后,食品原料中富含的多种营养素也同时被去除,食品的营养大打折扣。

有专家指出,现有的食物中 97% 含有食品添加剂。不管是直接添加,还是间接添加,每个成人每天大概要吃进八九十种食品添加剂,大约 10 克。因此,辽大实业更为大胆地提出:“不做过分的加工,拒绝精加工食品的销售。”

如果说关注品牌、重视产品质量是辽大实业永不落幕的追求,那么创新则是辽大实业的生命力之源。辽大实业这种将大型商超直接与生产基地对接的农产品流通新模式,相对于传统流通模式,流通环节大大减少,不但降低了农产品流通损耗,更有利于食品质量安全问题的追溯,为打造百姓幸福餐桌奠定了坚持的基础。

首家通过 NSF 整机认证

“益之源净水器”中国上市 安利引领行业变革

■ 本报记者 闻笛 赵璐

近年来,随着人民群众生活水平的提升,越来越多的消费者开始关注饮水健康,净水器、净水机等净水设备逐步走进寻常百姓家。但是记者注意到,目前,净水器在中国市场的普及率还很低。而在欧美、日韩等国家和我国台湾地区,家用净水器、厨房净水器的使用已十分普遍。

2012 年 11 月 16 日,安利(中国)日用品有限公司“益之源净水器”正式上市销售,这是继安利“皇后锅具”、“逸新空气净化器”之后,安利引入中国市场的又一经典家居科技产品。

技术:获得 100 多项专利

近年来,由于中国居民生活品质的快速提升,人们对饮水安全、饮水健康的高度关注和追求以及日益严峻的水源地污染及饮用水二次污染,使得家用净水机越来越受到广大消费者的欢迎,也为家庭净水设备打开了广阔的市场空间。根据预测报告显示,在我国北京、上海、广州等城市家庭,净水机拥有率不足 15%,其他城市拥有率更低。我国 13 亿人口,约 4 亿家庭,按 25% 计算,就需净水机 1 亿台。而我国大部分地区水源污染严重,因此,家用净水机在我国有很大的发展空间,市场前景和生产潜力非常好。

由此,安利将“益之源净水器”引进中国市场,成为继安利“皇后锅具”、

“逸新空气净化器”之后的又一拳头产品。安利益之源净水器已在国际市场热销 28 年之久,累计销量 650 万台,如今在中国上市的已是第五代产品。该产品对水中细菌与病毒的杀灭率高达 99.99%,更可去除铅、汞、挥发性有机物等 140 多种污染物和小至 0.2 微米的微粒。安利大中华总裁颜志荣、安利(中国)总裁黄德萌、安利全球家居科技研发中心科学家比尔·洛克(Bill Luke)、全球权威水处理产品认证机构 NSF International 项目总经理瑞克·安德鲁(Rick Andrew)出席了当天在安利广州工厂举办的上市发布会。

据介绍,这款净水器承载了安利产品安全、优质、高效的基因,由安利全球研发团队积累 30 年专业经验,不断研发精进而成,已获得全球净水专利和专有技术超过 100 多项。在进入中国市场之前,该系列产品已在全球 44 个国家上市,销量逾 650 万台。随着益之源净水器的上市,安利公司基本完成了家居科技产品线的布局。由此,安利在中国大陆市场的产品线已近 200 款,分为营养保健品、美容化妆品、个人护理用品、家居护理用品、家居科技产品等五大类。

安利大中华总裁颜志荣表示,安利早在 10 多年前就已经在中国各大城市开展“益之源净水器”研发测试,重点针对中国水质和消费者家居环境进行技术改进。同时,为确保在中国生产组装的“益之源净水器”达到全球统一的品质,安利中国特别从海外引进 4 条“益之源净水器”生产线,并投重金建成占地 13000 余平方米、年产值高达 17 亿美元的家居科技大楼。相信,凭借产品强大的技术优势和安利的优质服务,一定能在中国延续其在国际上的辉煌。

安利全球家居科技研发中心科学家比尔·洛克(Bill Luke)详细介绍了安利“益之源净水器”的技术优势。“益之源净水器”凭借其核心一体化紫外线滤芯设计,借由四重滤净过程,将水中大型粒子、微粒、污染物、细菌、病毒高效去除。一体化紫外线滤芯由触发式紫外线灯管、高密度活性炭滤芯、褶皱前置滤网结合而成,可实现四重滤净。第 1 重褶皱前置滤网,能增加过滤表面积达 4 倍之多,滤除小至 1 微米(大小相当于成年人头发直径的约 1/40)的较大型污



安利大中华总裁颜志荣(右二)、安利(中国)总裁黄德萌(左二)、安利全球家居科技研发中心科学家比尔·洛克及 NSF International 项目总经理瑞克·安德鲁(左一)一起启动安利益之源净水器上市仪式,并对新上市的净水器一起竖起大拇指

染物微粒。第 2 重预净化滤层,过滤体积较小的污染物微粒。第 3 重高密度活性炭滤芯,利用特殊热程序将原炭“活性化”,制造无数个孔洞,有效滤除水中 140 多种污染物,去除小至 0.2 微米的微粒,改善饮用水的口感、气味和清澈度,且可保留水中对人体有益的矿物质。第 4 重紫外线灯管,位于紫外线滤芯匣中央的触发式紫外线灯管,对水中细菌与病毒的杀灭率高达 99.99%。

此外,“益之源净水器”还拥有划时代的 eCoupled 无接触电能传导技术,精密电子模组通过无线方式传导电能,驱动紫外线灭菌工作,将紫外线灯管与水、水和电源完全隔绝,净水过程水电分离、安全可靠。据悉,安利子公司富尔顿创新公司是无线输电技术的最早应用者之一,其独创的 eCoupled 技术则是目前国际上主流的无线充电标准“Qi 标准”的技术基础。

标准:通过最严格标准认证

安利“益之源净水器”已获得国际权威的第三方认证机构 NSF International 认证。NSF International 作为有关水质和食品安全产品的认证和测试机构,被世界卫生组织(WHO)指定为全球饮用水安全与滤净合作中心,其认证标准是评鉴全球各地净水器效能最严格的标准,并被美国国家标准协会(ANSI)认定为美国国家标准。



安利益之源(eSpring)净水器