

寻找菏泽本土原创品牌

食品篇之二

今日菏泽

标本解读之**华英食品**

从小作坊到综合型食品加工企业,华英食品坚持“做食品,就是做良心”,以此树品牌

华英:靠品质拿下11省市

本报记者 陈晨

创业之始:“品牌是企业发展下去的基石”

今天的山东华英食品有限公司(以下简称华英食品),是一个总资产1亿元,下辖5个分公司,占地400余亩,有2000余员工,集科研、基地、生产、销售为一体的综合型食品加工企业。而这家公司是从一个袋装冰水作坊发展而来。

从一个家庭式作坊发展为菏泽市首屈一指的综合型食品加工企业,华英食品用了16年。将品牌发展作为企业发展的基础,多元化发展品牌是这家本土原创企业突破重围、脱颖而出的重要因素。

面对激烈的市场竞争,华英食品深谙品牌的力量,除了早期为摸清速冻食品的生产技术而做了一段时间的代加工工厂之外,华英食品只生产自己品牌的产品。

“打自己的品牌,企业有定价权,可以积累更多的知名度和信誉度,为企业长久稳定发展奠定基础。”华英食品经理李克法说。

早在上世纪90年代,华英食品董

事长丁传英就坚持做品牌。带着这样一股闯劲,他以四间屋的作坊为基点,一点一点“蚕食”,发展到目前占地400余亩、总资产1亿元的综合型食品加工企业。

2003年,丁传英注册成立山东华英食品有限公司。两年内,华英食品重拳出击,共开设速冻事业部、乳业事业部、奶牛养殖基地三个新区块,形成多元化品牌发展的“华英模式”。

为维护“品牌家族”的发展,华英食品每年拿出大量资金用于研发、生产等,建设新厂房、添置新设备、研发新工艺、创意新包装,华英也因此牢牢抓住消费者的心,风险在直面竞争中得以规避。

“要打响品牌,需要长期作战,并投入大量资金与人力资源。”李克法说,品牌是企业做大做强的法宝之一。

精耕市场:靠品牌带动,增加产品市场占有率

Made in Heze的华英食品,短短几年内将产品网络铺设到全国11个省市。

“以低价位产品冲击市场,中价位产品取得利益,高价位产品创品牌。”这是最初华英抢占市场的策略之一。但现在,华英食品已不再猛攻猛打抢市场,而正在转为“精耕细作”,开始慢慢“消化”已有市场,逐渐提高产品档次,靠品牌增加市场占有率。

“任何一个企业都不是一成不变的,像华英这种从小作坊做起的企业,

和其他大企业的发展模式不同,不能照搬。”李克法说,华英转型的路很简单,就是从市场侵占者变成市场率拥有者。

在品牌战日益打响的同时,华英食品与其他品牌产品的同类化也是困扰丁传英的一大难题。深思熟虑之下,华英食品斥巨资请上海一家设计公司,为冷饮系列产品独创包装及名称,试图以一系列可爱的卡通形象和琅琅上口的产品名称抓住消费者的眼球,该

系列产品预计2013年面世。

对菏泽本土原创品牌来说,华英食品有很多可以借鉴的成功经验,但与国内知名品牌相比,华英食品还有很长的路要走。“发展越大,风险越大,公司下一重点是扎实做好企业内部管理。”李克法说,公司将会把几个分公司分离出来,让其自负盈亏,走集团化路线。“这需要企业投入更多资金、技术以及专业的管理人才,华英还走在品牌发展之路上。”

以何树品牌? 质量为尊!

本报记者 陈晨

在与各大品牌的竞争中,华英食品凭努力赢得了属于自己的一席之地。李克法称,这主要得益于华英食品在产业化发展的过程中,对每一个环节近乎苛刻的要求,践行以“质量为尊”的企业生存法则。

“做食品,就是做良心;华英食品,健康为本。”李克法称,这句话,早在上世纪90年代丁庄小厂房里,就悬挂在大门口。16年来,华英食品每一道工序都

严格遵守这条企业宗旨,严格按标准生产已固化成华英食品的行为模式。

乳业事业部相对其他产品来说,牛奶的标准化无菌生产是最大的技术难题,“为保证鲜奶的质量,公司先后投资数百万元,机械挤奶厅、化验中心,从源头控制奶源质量。”李克法说。

2008年,三聚氰胺事件发生后,华英奶牛基地的奶源和乳品产品,经国家、省、市质监局检查,均为合格。看似偶然

的结论,背后却是华英食品16年来厚积薄发,以“华英品质”赢市场的必然结果。

事实上,华英食品自成立以来,就积极引进、借鉴国内外先进的质量管理标准、经营和方法,通过不断加强“标准化”,来确保食品安全的万无一失。尽管如此一来,企业成本大大增加,但从日后的市场反应来看,食品行业里,对品质的长久坚持还是为华英食品赢得了宝贵的市场份额。

沉思录

品牌 企业长寿密码

本报记者 姚楠

能将企业做大做强的企业家,除了追求利润和赚钱,身上还有种使命感,那种让社会因他们的产品和服务而变得更美好的使命感。在这种使命的引领下,企业必定树立某种愿景,塑造属于自己的品牌,企业也走得长远。

一些菏泽企业家,在使命感的牵引下,从家庭作坊中走出来,不仅创立了品牌,而且已走过了初创、生存阶段,得到了消费者的认可,在本地获得了相当的市场份额;面对全国甚至全球市场,他们也发出了自己的声音。

市场越大、风险越大,机遇也越大,聪明的企业家善于借势,但伟大的企业家一定有一以贯之的“制胜法宝”,重视质量、精耕细作品牌家族是华英食品交给市场的答案。

用良心做良品 用品德做品牌

寻找菏泽本土原创品牌

Made in Heze

长大与突破

菏泽原创品牌的壮大之路

主办: 齐鲁晚报·今日菏泽

联合主办: 菏泽市中小企业公共服务中心

欢迎菏泽市各级政府、企业界及社会机构向本报推荐您所钟爱的菏泽原创品牌。

联系电话: 18253098078 推荐时间: 2012.11.13—2012.12.31



魅力不止眼前
EADO逸动 魅力登场

EADO逸动, 魅力不止眼前。

- 逸动之魅, 是新流动美学设计赋予的机械魅力, 是Blue Core全新动力系统带来的完美驾驭, 亦是五星标准的安行无虞, 人性化贴心驾乘空间, 汇聚全球智慧的全域内涵, 无不诠释由内而外的非凡之魅, EADO逸动, 全球全时动感中级轿车, 魅力登场!
- 现跻身EADO逸动车主之列, 更享四年或十万公里质保礼遇。

 百公里综合油耗6.2L	 Blue Core高效节能发动机	 发动机怠速噪音≤35分贝
 ESP (Electronic Stability Program) 车身电子稳定系统	 可视智能泊车系统	 全方位10个安全气囊保护点

菏泽市金圣达汽车销售有限公司

销售热线: 0530-2078777 服务热线: 0530-2078555
地址: 菏泽市黄河东路1666号 (电厂路口东30米)

传真: 023-67595100 网址: http://www.changan.com.cn 长安汽车客服热线: 400-888-0677 023-67869999