

南国食品世博背后的神话

——海南南国食品实业有限公司世博特许产品大揭秘

■ 李笑天 蒙莉梅

2010年上海世博会在中国举办,意义非凡,梦圆世博是中国人民多年的期待和向往,媒体、企业、政府部门、民间机构等都在积极寻求各种途径参与世博。4月24日,海南南国食品实业有限公司签约为上海世博会特许产品生产商,成为海南省第一家也是唯一一家世博特许生产商的食品生产企业。消息传出,立刻震惊了海南各界,海南人因此感到骄傲和自豪。随后,又陆续传出签约特许产品零售商和南国世博特许产品热卖的消息,更使人连声称奇。于是笔者带着层层谜团走进南国,揭开南国世博特许产品的神秘面纱。

上篇：从茅台酒世博会成名史受到启发的南国食品公司董事长刘汉惜,带领南国入,历时十年打造海南特产航母,历经数载打造海南特产名牌,并终尝夙愿,踏上万里迢迢世博路。他们历尽千辛,闯过重重关卡;他们脱颖而出,在强企如林中成功突围;他们精益求精,打造出荣耀世博的璀璨新星——

成功与梦想 拥有同一个基因

●因茅台开启世博万里历程

正如许多灵感都产生在偶然的思想火花迸发瞬间,刘汉惜要让南国食品参加世博会的想法也是偶然产生的。在创建“南国”品牌前,刘汉惜就已经从事了多年的酒水生意,不论是国产酒、洋酒,还是高档酒、低档酒的口感和品质他都能娓娓道来。当时卖得最好的高档酒是国酒茅台,刘汉惜对它的口感和品质也最为熟悉,而且非常喜欢茅台酒无可比拟的“香味”。

后来,在一次烟会上,刘汉惜无意中得知茅台在世博会上“一掷成名”的故事,这给刚刚从事海南特产行业的他指了条明路——想做知名品牌,除了保证产品的品质和口感以外,还需要借助像世博会这样的国际会展平台。于是,参加世博会的想法当时就在他脑海里萌生了,到2002年12月,上海赢得2010年世博会举办权,参加世博会的想法成型,并具化为刘汉惜案边一份详细的世博计划书。

点评一：南国食品申请世博特许授权,不管它是不是源自于多年前的“茅台灵感”,不可否认的是,刘汉惜是站在巨人的肩膀上,以一种与巨人相比肩的广阔视野,做出这个英明决定。

●南国入团结协作“攻”世博

南国食品从3月份开始全面启动申报世博特许的工作,没有任何参照范本、没有任何经验可以借鉴的情况下,“世博特别任务小组”成员只能突破重重艰难往前冲,经过两个月的研读材料、编写申报材料、提供样品、提交申报材料,网上同步申报等繁复工作,最终成功签约为中国2010年上海世博会特许产品生产商和零售商。

获得特许授权后,南国公司成立了“世博特许产品生产领导小组”,并拟定了改善生产环境、调整产品配方和新包装设计等筹备工作计划。为了保证特许产品的质量,南国公司斥巨资购买不锈钢生产设备并建成世博专用车间;为了让产品口感达到最佳,南国公司加大科研投入改进产品配方,并不惜增加生产成本,使用最好的椰子原料进行生产,使特许产品椰香味更纯正浓郁而口感不黏腻;为了赋予产品更丰富的海南文化内涵,南国公司特别请来中央美院著名画家专门创作一幅海南民族风情画作为产品的包装图案。

所有生产筹备工作准备就绪后,“世博特许产品生产领导小组”根据刘董事

长提出“3一流1精品”的“3+1”品质工程(“3一流”就是一流工人、一流设备、一流环境,“1精品”就是生产出的特许产品件件是精品。);按照《供博食品生产企业食品安全管理要求》的标准;让专门的供博生产工人在专用的供博生产车间里操作专门的供博生产设备;在省、市质量技术监督局特别成立的专项检查指导小组全程指导和监督下,6月13日,第一批南国香浓椰子系列世博特许产品华丽登场。

点评二：2010年上海世博会是百年不遇、水平极高的国际盛会,世博特许产品作为世博会的衍生物之一,自然也必须是几经完善、品质极高的。南国公司通过对品质永无止境地追求;利用科研力量提升口感;在包装上注入更多地域民族文化元素来锤炼打造最精美的南国世博产品。

中篇：品质优良、口感上佳、包装精美、附加值高的南国世博特许产品,加上上海世博会百年盛世这一“金身”护体,一上市销售,就在海南岛和世博园区掀起了一股抢购热潮——

力量在跨越中激荡

●琼岛上吹起一股“南国世博”风
南国食品成为海南省唯一一家荣获

的世博特许产品专柜。符老板说,他昨天下午刚进了两箱世博礼盒,一上架就有不少顾客来抢购,顾客反映从未见过包装那么精美的海南特产礼盒。现在只剩下四盒了,如果笔者要买只能买三盒,因为还要剩下一盒撑“门面”。

15:50,明珠广场一楼“海南特产万客来明珠店”。南国世博特许产品专柜位于店面最显眼的位置,世博会标志、海宝、宣传条幅等一应俱全。看到笔者望着特许专柜,一位美女马上走了过来,原来这个身穿南国制服的美女,正是南国促销员。这位叫王敏的小姑娘卖力地向笔者推销世博特许产品,“您看这是南国生产的世博特许产品,是世博特许办授权南国公司生产的,在品质和口感上,都特别棒,您再看看这个包装,反映了海南民俗风情,自己留作纪念或送礼都是很不错的选择……”

促销员的介绍很专业,把旁边的两位游客都吸引过来了。两位游客十七八岁模样,是来自江西的高考生,明天就要回去了,今天来买特产。促销员的介绍让他们很感兴趣,因为世博会名声那么响亮,世博特许产品应该也不错。谈话间,促销员已经端着托盘,请顾客一起品尝香浓椰子汁和香浓椰子饼。两人品尝完后,纷纷称赞椰子味果能够纯正、够香浓。最后,两人拿了十罐原味椰子粉、椰子饼和三盒特产礼盒,而血糖偏高的笔者,也买了两罐无蔗糖椰子粉、咸味椰子饼和仅剩的三盒特产礼盒。

随后,笔者又先后来到明珠广场“南

片。”虽然看到世博特许产品让旅行团成员很兴奋,但他们并没有马上“下手”,而是走到别处,不断品尝别的产品,15分钟后,大队人马又折返世博特许产品专柜,每个人都从七个单品中各挑了几罐。马先生向笔者解释,尝了那么多椰子产品,还是觉得南国香浓椰子系列产品的椰子味最纯正,喝着香浓椰子粉冲出来的椰子汁,能让他们重温到椰风海韵的海南风情。而且这些特许产品只有在世博特许零售店才有销售,在一般的超市买不到,既然要买回家,当然选最好、最难得、最特别的世博特许产品。

笔者刚要离开时,却看见迎面走来的几个外国人在世博专柜前停住脚步,并拿起世博产品仔细看,略懂英语的笔者走上前跟他们攀谈起来。两个男老外来自俄罗斯,女的来自美国,混血小孩是她的儿子,他们是在三亚旅游的时候认识的,到了海口就一起来购物了。品尝完香浓椰子糖、椰子饼和椰子粉后,一位懂说中文的男老外很兴奋地对笔者说:“这是我尝过最好喝的椰子粉。”站在一旁的同伴则连续尝了几片椰子饼,口里还不忘对着镜头说:“Delicious!”(好吃),小孩最可爱,从开头就抱着两罐产品不肯放手。最后他们装了满满一购物车的世博产品满意地结账去了。

7月份,笔者驱车到兴隆朋友家游玩,晚上在兴隆唯一一条大道——迎宾大道一家烧烤店吃宵夜。吃完宵夜后,笔者感到有些口干,就走进一家超市买水。没想到,笔者刚踏进店里,就看到了一个



南国食品世博特许产品形象特使

世博特许授权的食品生产企业,这既是全体南国人的骄傲,也是海南岛的骄傲。从获得授权到筹备生产,南国世博特许产品受到海南各界的广泛关注。“吃水不忘打井人”的南国食品公司,为了回馈海南,让海南人民第一时间品尝世博产品,集万千宠爱于一身的南国世博特许产品一出厂,南国食品就与海口市质量技术监督局、海口市工商行政管理局共同召开“南国世博特许产品发布会”。会上,南国世博特许产品无论在包装、口感和品质上都广受好评。

笔者在发布会后,把获赠的世博特产礼盒送给青岛一个亲戚。后来笔者接到亲戚好几通电话,都是让笔者帮忙买世博特产礼盒的。本着购买世博特产礼盒的初衷,加上可以顺便走访市场,于是笔者决定6月24日到市场,却没料到,30盒特产礼盒就让笔者跑了好几趟。

下午15:30,海秀东路“南国特产专卖万客隆店”。笔者一进店,就看到亮丽

国佳品超市”,五指山路的“南国特产立辉专卖店”,南宝路的“万客来海南特产超市”和海秀东路的“南国特产第一家专卖店”。几家店里世博产品销售情况都很不错。笔者在“万客来海南特产超市”目睹一位本地市民,买了一箱世博礼盒,原来世博礼盒不仅受游客的青睐,同时也受到本地市民的喜欢,因为包装高档具有收藏价值,价格也适中,成为市民们的送礼首选。从最后一站“南国特产第一家专卖店”出来时,笔者的“战绩”累积到十九盒。

由于第一次只买到19盒,6月29日,笔者又一次来到市场。从晚上7点半到9点,笔者相继走访了6家世博特许产品零售店。在旅行团频繁出没的南国佳品超市,笔者看到一个旅行团。领队马先生对笔者说:“我们都是四川人,在海南玩了几天,就喜欢上海南的椰子汁,越喝越上瘾。但是椰子汁带不上飞机,所以就跑到超市来找椰子粉,这不,一进门就看到这么多椰子粉,还有椰子饼和椰子

南国世博特许产品专柜,而且旁边还站着一个男子正在和促销员说话。对于随便在一家超市买水都能碰到南国世博产品的笔者,很好奇眼前所发生的事。原来这个男子前一天在超市看到世博特产礼盒的时候就想买40盒,但是超市当时调不出来那么多,现在他是来提货的。

点评三：在驱车前往兴隆的路上,来往的车辆很少,往年载满游客的旅游大巴,笔者从头到尾就只看到一辆。在如此冷清的市场环境下,唯有南国食品的销量逆市飘红,据刘汉惜董事长介绍,在南国世博产品销售带动下,南国食品7月份在三亚,销量就提高了30%左右。南国世博产品特别是特产礼盒经常卖断货,购买特产礼盒的顾客不仅有游客还有当地市民,他们都十分爽快地一下子买个十几二十盒用来送礼。笔者算了一笔账,一盒包装精美、内容丰富的特产礼盒价格是80元,买十盒是800元,一瓶茅台酒800元左右,买一瓶茅台能抵上买十盒特

产礼盒。

●一部写满辉煌的世博“南国日记”

世博园作为世博特许产品销售的核心市场,是众多世博特许产品必争之地。一般的世博特许产品进入世博园区内的特许经营店销售,只要与世博会授权的世博会特许产品零售商接洽并签订合同便可,但是食品类的世博特许产品进入园区销售就难多了。因为涉及到众多世博游客的安全,所以入园的食品必须经过严格的检验,不仅要用专门的车辆来运输,还要对食品进行抽查。

常驻上海的南国食品华东大区经理冯松盛与业务员廖继辉两人作为南国世博特许产品上海区销售的具体负责人,他们首先找到了上海第一食品连锁发展有限公司。第一食品是上海食品零售业知名品牌,在上海世博园区拥有三家特许经营店。它在上海市区的南东店、杨浦店、梅陇店、中环店四家食品零售店都在销售各地特色食品,作为海南特产食品代表的南国食品,也自然在列。所以当冯、廖二人马上约见第一食品负责人乐总时,原本对南国食品就有好感的乐总,在听说南国食品已经成为世博会特许生产商后,连连点头表示赞许,在看到南国世博产品的包装和品尝产品后,乐总已经被南国世博产品折服,并十分乐意成为南国世博特许产品的经销商。与第一食品签订供销合同后,两人乘胜追击,又签下了上海炯晟实业有限公司、上海万森实业有限公司美福食品和上海绿照实业有限公司,南国世博产品开始在世博园区内亮相。

7月5日,有世博报道任务在身的笔者在机场偶遇南国食品公司董事长刘汉惜,刘董事长在得知笔者要去上海世博会后,便提议两人同行,于是两人便约好第二天一起行动。

7月6日,两人一起去拜访海南贸促会会长兼上海世博会海南馆馆长。在笔者向会长询问完海南馆运行情况后,刘董事长就递上世博产品让会长品尝。会长接过世博产品,却不急着品尝,而是盯着产品包装仔细看。看完包装后,他很诚恳地对刘汉惜说:“你们公司的世博产品包装真正体现了海南的生态元素,体现了椰子的原汁原味。南国食品公司能够成为上海世博会特许产品生产商和零售商,不仅为企业争光,更是为海南争光了。”

7月8日,两人结伴去逛中国馆。在前往中国馆途中,刘董事长接到海口市质监局局长的电话,原来质监局几位领导也来到世博园了,他们正打算来找刘董事长一起去看看南国世博特许产品的销售情况。于是两人与质监局领导汇合后,直接到园区内三家特许经营店查看情况。在世博轴的特许经营店里,不少游客在排队结账,有买水的、有买海宝纪念品的、有买拖鞋的……当然还有不少拿着罐罐蓝色和绿色南国世博产品。据店里的员工介绍,南国世博产品进店虽然才半个月,但是卖得很好,现在香浓椰子糖(硬糖)已经卖断货了。收银台后面的墙上摆的是一排排南国世博产品,有一家三口一直看着这些南国世博产品,脚步迟迟不肯挪开。

看在眼里的刘董事长,马上从包里拿出香浓椰子糖和椰子饼,邀请他们品尝。吃了椰子糖和椰子饼后,一家三口中的儿子仍意犹未尽,眼巴巴地看着爸妈,让他们多买几罐带回家吃。南国世博产品摆在柜台上,引起了其他游客的注意,两个鹰钩鼻的外国游客也过来品尝,在尝了椰子饼后,两位外国游客对刘汉惜董事长翘起大拇指,操着中、英文口音对他说:“非常好吃,very good!”

看到南国世博特许产品如此受消费者欢迎,质监局领导也很高兴。因为南国食品公司是海南省唯一一家获得世博特许授权的食品生产企业,质监局作为南国世博特许产品的生产、质量监督单位,

除了很重视产品的质量外,也很重视消费者对南国世博产品的认可度。此次世博行,质监局领导就是专门为了了解南国世博产品的市场认可度而来的。

点评四：在高手云集的上海世博园区里,南国世博产品能够稳稳占据一席之地;在特许经营店里,南国世博产品销量与位于同一货架的大白兔奶糖相比,毫不逊色。不管是男女老少,不管是中国人还是外国人,不管是游客还是市民都会被南国世博产品深深吸引,到底它有多大的魅力?

下篇：通过解读南国世博产品市场的种种现象,我们明白了南国世博产品受到众多消费者青睐的原因,同时也读懂了旅游特产产品的未来语言——

责任为先 引领产业升级

南国世博特许产品不仅得到消费者的喜爱,就连政府部门、新闻媒体和经销商对世博产品也是赞誉有加。在“南国食品世博特许产品发布会”上,与会代表们品尝了第一批南国世博特许产品,并作点评发言:

省质监所负责人说:“南国企业在近些年,越来越重视产品的质量和品牌的塑造。天在品尝了第一批世博特许产品后,让我深深地感受到南国人在品质上花费的大量心思。”

海口市质监局负责人认为,南国食品能够走进世博会,既是海南食品生产企业的荣耀,也是海南省的骄傲,是对南国十八年艰苦创业的肯定。南国要抓住百年世博的机遇,持续提高产品质量,做强做大做精。

中新社负责人说:“世博特许产品具有浓郁的椰子味,让人一吃就仿佛置身于椰风海韵的海南风情之中。”

南国佳品超市副总说:“世博特许产品进入南国佳品超市,不仅提高了超市的销量,也提高了超市的档次。”

南国食品上海经销商孙总说:“南国世博产品物美价廉,在上海的大润发超市卖得很好,我们经销商非常乐意推广世博产品。”

几天前,刘汉惜董事长还接到海口市旅游委处长的电话,他在电话里向刘董董事长点名要几箱南国世博产品,作为8月7日在世博园举办的海南活动周大型文艺晚会的馈赠礼品,通过品尝最能代表海南特色的南国食品,也让观众感受地道的海南风情。

南国世博产品能够在众多品牌特产中力压群芳,并广受各界好评的原因在于:在保证优质产品质量和口感的前提下,致力于提高特产产品的附加值。这些附加值不仅包括地域文化、民俗和风情等,还包括了新时代备受关注的低碳、绿色、自然和原生态等元素。这样一来,无论是熟悉海南的人还是地道的海南人甚至是不懂中文的外国游客,都能在南国世博产品的品质、口感、包装等方面找到一些共鸣。

点评五：南国世博特许产品作为海南特色食品中的极品,引领海南特产的产业和产品升级。一直以来,旅游特产捆绑旅游市场,已经成为一种常态。不可否认,特产捆绑旅游市场,销量立竿见影,但是特产过于依赖旅游市场,就很容易出现“旅游市场兴,则特产兴,旅游市场衰,则特产衰”的尴尬局面。海南特产要做大做强,必须改变这个尴尬局面,在依赖旅游市场的同时,可以向南国世博特许产品“讨”经验,从完善旅游产品本身来做文章,通过提高产品的附加值从而打破传统旅游特产产品销售的地域和消费群体限制,真正使旅游特产走向国门、走向世界,这也是海南特产的未来发展方向之一。



老外在专卖店购买南国世博特许产品



游客在上海世博园特许店品尝南国世博特许产品