

一条迟到两年的喜讯,告诉你一个真实的——

南国 中国驰名商标

李笑天 蒙莉梅

因在10月12日海南“风雨同舟”赈灾义演晚会上向海南灾区捐出150万元善款,而广受社会各界关注和好评的海南南国企业,近日又因获评“中国驰名商标”再次成为舆论的焦点。10月22日,当“南国”商标出现在中国驰名商标公示名单上时,所有南国人都沸腾了,南国企业董事长刘汉惜也止不住热泪盈眶——“中国驰名商标”的荣誉对南国而言,是一条迟来了两年的喜讯!

笔者作为南国企业的老朋友,在南国十八年的发展道路上,见证了南国企业取得一个个成果,也乐见南国企业迎来一个个喜讯。但是,此次得知南国获评“中国驰名商标”后,感觉却似翻了五味瓶,酸甜苦辣咸一起涌上心头,笔触十分沉重,不知如何才能完整真实地向读者传达这迟到的喜讯。

刘汉惜说:我们就像果农一样,在自己的一亩三分地上辛勤劳作,希望能让果树结出更多果实,而这些果实就是一个一个的成就和荣誉,想品尝它们最甜美的滋味,就必须在成熟的时间里收获。收早了,虽然也能吃但口感却没那么好,甚至还有点难以下咽——

十八年辛勤耕耘终结硕果

笔者清楚地记得,第一次与南国企业董事长刘汉惜见面是在十年前。当时受省政府邀请担任海南省名牌产品认定委员会委员的笔者,要对获得“海南省名牌产品”称号的南国企业进行二次评审,于是才有机会在刘汉惜办公室见到他本人,不曾想两人一见如故,相谈甚欢,当时的南国企业已经是家喻户晓的海南特色食品龙头企业之一。

两年前,在南国会议室里,笔者采访了刘汉惜,有幸亲眼目睹了挂满三面墙的南国荣誉和成就,“中国最受欢迎旅游食品”、“全国食品饮料博览会金奖”、“海南省名牌产品”、“中国十大知名畅销品牌”、“农业产业化龙头企业”、“工业产业化龙头企业”、“海南省专利工作试点单位”……琳琅满目,包罗万象的荣誉里却唯独不见“中国驰名商标”。当笔者十分诧异地向刘董事长求证时,他却淡定地回答:“不急,不急,目前我们有些硬件还不是特别好,还不到申请中国驰名商标的时候。”虽然后来笔者一再软磨硬泡,举出几家无论名气和产品销量都不如南国的企业,也能获评中国驰名商标的例子,但他仍不以为意。

2009年,在“跨越辉煌60周年首届海南品牌文化节”晚会上,笔者再次向刘汉惜提及中国驰名商标的话题,他眼里充满坚定却笑而不语,仿佛是在向笔者透露“收获就在水到渠成时”这样的感觉。

后来笔者了解到,自己并不是第一个这么“卖力”提醒刘汉惜的人,也绝不是最后一个。近年来,特别是从2008年开始,在每周领导班子会议上,提议刘董事长申请中国驰名商标的呼声越来越强烈。“每次刘董都说‘不急,不急’,要我们等到公司各方面硬件都成熟以后再申请。可是他的一句句‘不急,不急’却急坏了我们这些销售一线的人,因为如果能申请中国驰名商标,无疑会极大地拉动产品的销售。”销售总监徐国华回忆道。不仅是企业内部员工,一些政府职能部门和组织机构领导也早在两年前就规劝过刘汉惜,让他凡事都要走在别人的前头,抓紧申请驰名商标。海南省工商局局长几乎是见到一次刘汉惜就提一次驰名商标,他说:“南国企业很多条件都遥遥领先于别人,在申请驰名商标时就不该落后于别人。”表面上宠辱不惊的刘汉惜并非外人所猜测的那样不重视中国驰名商标,事实上,放在他书桌上那本厚重的《中国驰名商标认定办法和标准》已经被他翻烂。“他比任何人都急着想要得到‘中国驰名商标’的称号,因为这也是他创立‘南国’这一商标的初衷。”对刘汉惜了解颇深的南国企业副总裁章荣忙为刘董事长辩解。

1992年,闯劲十足的刘汉惜在海口注册成立“海口南山实业有限公司”,生产加工椰子粉、椰奶咖啡、兴隆咖啡等海南特色食品。企业发展到一定规模时他决定变更公司名称,筛选了上百个商标名称后,他选择了“南国”二字,寓意产品源自中国最南边的海南岛,简洁却又意义深远。从此,“创立一个商标,树起一个品牌”就成了刘汉惜的创业目标,而作为商标界最高荣誉的“中国驰名商标”也自然被写进了刘汉惜的十年人生规划里。

“现在终于实现了‘中国驰名商标’的目标,但是却比你的十年规划晚了两年,会不会觉得在高兴之余有点小小的遗憾,也许早几年就申请的话指定也能批下来。”笔者仍想刨根问底。“我重视‘中国驰名商标’,所以我也尊重它。这些年我读透了《中国驰名商标认定办法和标准》,也下了120分的努力来完成100分的标准和要求,现在终于获批了,我很开心。也许在外界看来,这个喜讯似乎是来得晚了一点,但是在我看来,时间刚刚好,水到渠成恰到好处。”

【感言】做人,做企业就如同酿酒,必须要经过一定时间的酿造才能最香醇,如果太过于急功近利,没到时间就拿来饮用,就无法达到最佳状态和最佳口感。



刘汉惜经常跟员工说:我们做食品的,什么都可以暂时落在别人后面,但唯有产品品质决不能落后。因为产品品质就是整个企业的根基,如果根基没别人的打得好,那就意味着我们会输在起跑线和终点线上,并且永无出头之日——

十八年精心经营终成大业

南国供应总监符岳也许永远会将这一天发生的事情铭记在心。今年6月17日,他拿着第一批新鲜出炉的南国世博特礼礼盒来到刘董办公室,终于在刘董事长给出的期限前把首批世博产品生产出来了,此时的符总监觉得如释重负,心情颇为轻松,但这一切在刘董事长看到世博礼盒上的海宝图案封口条后戛然而止。“做任何事情都要考虑周全,你看这个铜版纸的封口条贴在高档的铁质礼盒上,既不好看又掉价,一下子就把世博产品的档次降了好几个档。一定要马上换成透明的海宝图案,哪怕价钱高些也要换!”大至原料采购,小到封口条,只要是涉及到产品品质的环节,刘汉惜统统都严格要求、高标准,一个完美主义者和细节主义者的形象跃然纸上。“我的人生词典里根本没有‘凑合’这个词,尤其是在产品品质方面,我更容不得它存在。”“中国驰名商标”作为产品商标最高的荣誉,自然要求和标准特别多也特别高,而对产品品质、销售网络和消费者认可度等方面都有详尽细致的要求,堪称苛刻。刘汉惜和南国企业用事实证明:一个完美的荣誉只有一个完美主义者和一个注重细节、追求完美的企业才配拥有!

“中国驰名商标”顾名思义是指在全国各地拥有较高知名度、认可度和辨识度的产品商标,与产品的销量、销售网络和售后服务等直接相关,商标认定机构要求企业必须提供硬性数据:至于一年要达到多少万的销售额;要在多少个一线、二线城市设立办事处、直营店和经销点;在报纸和电视上投放多少广告……这些硬性规定,早在多年前刘汉惜已经烂熟于心。但是他并没有按照这些规定数据给销售部门做计划,反而下大力整顿生产,购买先进生产设备提高产量和品质,斥资配置精细检测仪器以提高产品口感和改善品控条件。“千万别以为我这是本末倒置,其实产品品质才是一个生产加工企业的根本,是企业发展的主枝干,其他的销量、顾客满意度、市场份额等都是从产品品质这个‘主枝干’上长出来的分枝。”刘汉惜深信,只要他一门心思把产品品质这个‘主枝干’培养好了,那么南国企业这棵大树的分枝就会越来越多,越来越繁盛。

于是在刘汉惜的全力推动下,通过在企业内部导入ISO9001质量管理体系,加强对生产工人的质量意识和操作技能培训,严格控制原料采购和严把产品检验关等有力措施,使产品出厂合格率保持100%,产品品质日臻卓越;2000年南国系列产品质量信得过单位、2004年ISO9001质量管理体系管理优秀奖、2002年南国速溶椰子粉获评首届海南省名牌产品、2005年海南省著名商标、2005年海南省最受旅游者欢迎的土特产、2007年博鳌国际旅游论坛唯一指定产品、2007年中国最受欢迎旅游食品……

在卓越产品品质的保证下,南国企业走上了“以质量创品牌,再以品牌推动经济效益”的发展路子,“南国”系列产品逐渐成为消费者放心选购的品牌特色食品,销量近年来以每年翻一番的速度增长;在卓越产品品质的保障下,南国销售人员把顾客利益和销售服务放在首位,“南国”系列产品投入市场十多年来,没有发生一例对南国产品不安全的客户投诉事件,消费者满意度稳稳维持在95%以上;在卓越产品品质的前提下,“南国”产品的销售从最初的海南区域,迅速扩张

为囊括了华南、华东、华中、华北、东北、西北和西南等几大区域在内的销售网络,经销商、加盟店和南国特产专卖店的数量更是成倍增长

2006年,国内知名专业广告团队,为“南国”椰子粉拍摄的广告短片,开始在中央电视台二、三套黄金时段18:25—22:35“中央电视台上榜品牌”节目上展播,让全国观众第一次见识了南国企业和“南国”产品的品牌魅力,“一冲就是椰子汁”的广告语开始广为人知。

树大易招风,出了名的“南国”商标成了不法分子造假的目标。1998年,“南国”牌兴隆咖啡的包装被仿制,个体经营户用米糠冒充咖啡,卖给游客牟取暴利;2010年,海口某商行出售的一批劣质电蝇拍,竟然堂而皇之冠上“南国”二字;市场上不时有假冒“南国”牌产品出售……为了维护消费者的合法权益,保持品牌的纯洁度,南国食品每次都在第一时间查证并向工商行政部门报案,配合政府职能部门开展打假活动。

南国企业深知,要成为“中国驰名商标”,必须要扩大“南国”商标在全国的知名度,而提高知名度最直接的方法就是有效使用和宣传。报纸广告、电视广告、户外广告和网络广告等传统广告形式能收到立竿见影的成效,但是善于创新的南国企业不会受制于传统广告,他们不仅用“南国”来冠名会展,还组织了“百万南国环保购物袋大赠送”等公益活动并多次参与抗震(洪)救灾;还在海南、江西、广西、四川、云南等地经营南国特产店,甚至还把“南国”产品带上了天(与中国南方航空合作,提供休闲航空食品)。此外,坚持多元化、集团化经营的刘汉惜在十几年间,除了海南南国食品公司外,还注册了南国佳品商贸有限公司、南国项目投资公司、南国印象广告公司、南国天然生态工业园和南国国家园等,使“南国”品牌由海南特色食品生产、特产专卖经营,延伸到零售业、广告业和房地产业。

在南国人的努力下,“南国”产品品质、销量、销售网络、消费者满意度、知名度和商标维权的条件都已经达到了中国驰名商标的认定标准。“去年年底,当东北大区经理告诉我,他在东北一个不知名的普通小县城的小商超市可以买到‘南国’产品时,我就对自己说,申请驰名商标的时机已经成熟了。”加上2009年南国被评为“跨越辉煌60年—最受消费者喜爱的海南标志性品牌企业行业10强”;2010年被评为“海南最具影响力的十大工业领军企业”;接着又获得“2010博鳌国际旅游论坛唯一指定旅游食品”称号;4、5月份签约为上海世博会特许生产商和特许零售商,“南国”产品成为世博特许产品,这些接踵而至、含金量极高的荣誉让刘汉惜感到成功申请中国驰名商标的筹码越来越多。

得知“南国”是2010年海南省唯一的“中国驰名商标”后,不少准备申请驰名商标的企业纷纷向刘汉惜取经。“只要产品品质足够好,成功的机会就很大。”可见,在他看来,产品品质才是中国驰名商标认证的精髓所在,其他的不过是附则。

【感言】“1生,2,2生,3,3生”,用老子的道学宇宙观来审视企业的发展历程非常恰当。只不过,道学宇宙观里统领宇宙万有的“1”,到了刘汉惜和南国人的眼里就成了统领企业发展的产品品质。

创立于1992年的“南国”品牌,已经走过了十八年的辉煌历程,如今在“中国驰名商标”荣誉的护航下,刘汉惜和南国人的中国名牌梦已初现轮廓,并将在不久的将来日渐清晰,在未来的美好时光里尽情绽放——

十八年中国名牌梦终将实现

从“海南省著名商标”到“中国驰名商标”,“南国”品牌商标实现了从海南到全国的进阶,南国企业的发展更是“百尺竿头更进一步”,但是南国企业并不满足于此,刚刚做好中国驰名商标新闻发布会准备工作的刘汉惜,经不起笔者一再追问下一步计划,在纸上写下了“中国名牌梦”五个字。

旧梦未完,新梦已续。刘汉惜当年“打造一个品牌”的创业初衷,已经在十八年里具化为“海南名牌产品梦”、“海南著名商标梦”、“龙头企业梦”、“上海世博梦”、“中国驰名商标梦”……,而今一个个梦想到都已成真,马不停蹄的刘汉惜又带着南国企业开始了新的追梦之旅——“中国名牌产品”梦。

【感言】路无止境,梦无止境。一个善于做梦、敢于做梦的创业者,他的追随者必定也是善于做梦、敢于做梦的,只有当两者的灵魂相互契合时,才能给企业带来巨大的震荡。

