

春光：廿载功夫烹出浓浓椰香

■ 本报记者 周晓梦

编者按

一家老店，一个品牌，一个故事，一代记忆。老字号铸造了一个地方独特的商业文化，堪称商业文明发展的标志和城市文明发展的图腾，它们大都经历过优胜劣汰的残酷商战，最终统领一行名震一方。在每块闪亮招牌的背后，都有一部创业、发展、低谷、崛起的感人故事。

首届“海南老字号”评审认定活动已于2015年12月31日圆满落幕，活动得到了社会各界广泛关注和积极参与，挖掘出了春光、椰树、福山咖啡、椰岛、海韵天成、兆南等23家“海南老字号”企业(老店)。

“海南老字号”作为海南商业精神的标识图腾，经受住了时间的洗礼，承载着海南发展的历史记忆，彰显了伴随改革开放成长起来的海南企业商道。它们和海南工商业一起，构成了海南记忆的纵深。如何将历史文化底蕴融入品牌，传承这些老字号的价值，使之随着岁月的打磨而更具活力，是一个值得思索的文化命题。

从今天起，本报记者将走进部分“海南老字号”，全景展现“海南老字号”以及海南知名企业、品牌的历史、文化、特色、故事、发展变迁、创新传承等，以纪录的方式挖掘和展现“海南老字号”品牌价值与内涵，破解“海南老字号”文化密码，见证“海南老字号”的历史和传承，探寻“海南老字号”的传承创新之道，感受海南商业力量，使之成为无形的精神资产，焕发出长久的生命力。



春光食品有限公司现代化的生产加工车间。 本报记者 王凯 摄

美味传情，食物应该是最能拉近人与人距离的产品。

春光生产这样的产品，确切地说，春光食品有限公司是这种产品的制造商。诞生于1996年的春光，从一开始就烙印着“椰子故乡”的基因——来自文昌东郊椰林，生产的是最地道的海南味道；兼具椰乡人民“稳扎稳打”的性格，一步一脚印将产品卖到全国再卖到全世界。

经过20年的发展，如今已经是中国椰子类食品龙头企业的春光，带动起海南椰子产业发展，形成鲜明的特色农产品深加工模式，并将来自海南的logo摆上世界各地货架，产品出口至英国、美国等30多个国家和地区。她不仅拉近了“人与人距离”，也在不断缩短海南传统食品加工企业与现代食品加工企业的差距。



春光食品生产线。

荣誉里程

2001年(至今):博鳌亚洲论坛专用产品

2002年:取得“出口产品卫生注册”证书

2003年:荣获“海南省农业产业化重点龙头企业”称号

2004年:春光商标被评为“海南省著名商标”

2005年:通过国际标准“ISO9001质量管理体系”认证,被评为“海南省名牌产品”

2006年:被评为“诚信单位”

2008年:被评为“农业产业化国家重点龙头企业”,取得HACCP食品安全管理体系认证

2009年:荣获“AAA级信用企业”

2010年:荣获“消费者信赖的中国著名品牌”、“第四批全国农产品加工示范基地”、“中国驰名商标”

2011年:荣获“海南省2009—2010年度纳税信用等级A级企业”

2012年:荣获“2011年度优秀龙头企业”

2013年:荣获“全国五一劳动奖章”

2014年:入选“出口先导指数样本企业”

守 地域特色 香香浓浓海南味

早上8点,晨光铺满椰林,文昌春光食品工厂早已溢出浓郁的香味。

走进工厂的无尘车间,戴着口罩、统一着装的工人正在不同的生产线上忙碌,一颗颗椰子糖、一块块糕点、一罐罐辣椒酱、胡椒粉新鲜出炉,春光牌的“海南味”将从这里出发,飘香各地。

在这块占地80多亩的现代化生产厂区,可以一一见证春光产品9大系列200多个产品的“出厂记”;可以参观年产量过万吨、产值超过几个亿

的食品企业生产美味的各个环节。在春光出产的诸多产品名单中,仅椰子糖就占据岛内市场的大半江山。

受欢迎是有原因的。海南老饕们记忆中夹有椰丝、口感粗糙的“呀子哦”(椰子糖海南话)在春光可以找到,分切粉碎椰子肉、压榨原汁、高温熬煮椰奶、按配方配制糖浆、熬煮糖浆等传统工序在春光也可以找到。料好实在,原汁原味,才最易沁透人心,春光深谙其理:“传统海南味”是她的生命力和最大竞争力。

拓 求新求变 把产品卖到国外

主研制出了“特制椰子糖”。这一大胆的尝试,使得传统椰子糖的味道保留下来,口感却更加细腻醇厚!这一改变打开的是一片新市场。

“现在,我们春光的产品谱中兼有传统椰子糖和特制椰子糖,任凭顾客根据喜好选购。”春光食品有限公司有关负责人潘斯雯说,春光椰子糖几乎占据海南70%以上的市场份额,广受欢迎。而且,春光每年都会根据充分的市场调研,推出五、六种新品,以持续的产品更新率来满足消费者需要,特制椰子糖、开心椰球、椰子脆片和椰奶酥卷的“套餐组合”等等都是春光的标志性产品。

诚 重诺守信 走得远更长久

卷生产质量不合格,成品原料分布不均,烘焙质地和口感达不到最佳标准。本着对消费者高度负责、不让一包质量口感不合格产品流向市场的原则,黄春光要求把这批价值200多万元的产品当场销毁。

这种近乎苛刻的“零缺陷”精细化质量管理和诚信经营理念,已经注入到春光日常原材料、生产、流通、销售的每一个环节。

而要做到这一点,选择本土纯正的原料、传统的加工配方和工序、对产品口味进行反复尝试等环节都是关键,春光将这些关键融入到日常生产的细节之中。20年的坚持始终如一,海南味道也始终如一。

其实,春光一直在寻找各种消失已久的海南风味食品。特别是一种上世纪60年代获得全国食品类银奖、但在市场上已消失多年的海南饼干,“我们通过技术找回了传统椰子糖的味道,但海南饼干还没做到,我们想在这

方面有所突破,找回最传统最特色的海南味道。”春光食品有限公司董事长黄春光感慨地说。

这种执念源于对传统特色美味的坚守。为保留最地道的风味,春光可以把生产线搬至原料产地。今年1月4日,春光食品位于白沙黎族自治县的生产线正式投入运作,专门采购吸收白沙特有生姜,用于加工生产姜糖、椰奶姜茶、姜粉等食品,为当地特色农产品施以美味魔法,并带动一方农户脱贫致富。

进。终于,在2009年,春光食品第一个集装箱发往了美国!现在,春光已获得HACCP食品安全管理体系、美国FDA以及英国BRC等多种体系认证,领到了出口国外的“身份证”;在美国、英国、新加坡、伊朗等地纷纷注册商标。

20年时光荏苒,春光食品不但成长为中国椰子类食品龙头企业,还以独特的农产品深加工产业模式、大胆的创新改造,产品出口网络覆盖了英国、加拿大等30多个国家和地区,热销中东地区、非洲和中南美洲。2014年,春光的进出口额达1亿元人民币。

在春光,采购原料时,不符合标准要求的企业,春光拒绝合作。生产时,技术、生产部门被明令要求“不能让一个不合格的椰子、一片不合格的椰肉、一滴不合格的椰奶混进车间”。出售时,不论消费者是在直营店还是在网上购买春光产品都能得到周到细致的服务。质量和诚信,为擦亮春光的招牌奠定了坚实的根基。

“公司的发展,靠的是过硬的产品质量和长久积累的诚信。”黄春光说,产品质量是企业的立命之本,诚信经营更是百年品牌的基石,企业要想走的长远,质量和诚信是最基本也是最重要的条件。

“重诺守信,人必近之;狡诈欺蒙,人必远之。”20年,春光食品有限公司靠双手、靠改变、靠诚信一笔一画地书写属于海南本土企业的故事与未来。

(本报海口1月12日讯)

老字号故事

“春光的路要一步一步走”

■ 本报记者 周晓梦

在每一个企业成长背后,往往都会隐含着一段艰辛与坚持的历史。春光的故事,也不例外。

春光食品是如何成长为中国椰子类食品龙头企业的?这还要从20年前说起。1996年,在椰子加工作坊林立的文昌市东郊椰林,没有人注意到这里多了一家食品公司。说是公司,其实只是一个小作坊,黄春光在简易搭建的厂房里既当老板又当员工,带领几名工人从收购椰子到熬糖,再到拿着成品去市场上摆摊售卖、联系买家,成天忙得团团转。

椰风吹拂,光影摇曳。时间就这么缓缓流淌着,小作坊加工椰子的浓郁香味日复一日地在椰林里飘传……

渐渐地,凭着良好的质量和口碑,春光食品开始在市场上崭露头角,黄春光固定的买家越来越多,采购原料的数量越来越大。20年过去,春光加工椰子的工具早已从双手换成了自动生产线,制作环境也从当年的简易房搬进了敞亮先进的现代厂房,年销售额更是年年增长,近3年来,春光食品保持着平均年增长25%的势头。

在每一个企业成长故事背后,还会镶嵌上时代与地域发展的色彩。黄春光对此深有感触:“我在2005年第一次从银行申请到2000万元的贷款,拍了一个广告,用于全国播放,春光正式走出海南;而受益于政府对民营企业在出口方面的优惠和扶持,春光才能走向国门,撒向世界。”当下,海南国际旅游岛的建设的一系列对企业的扶持政策更让春光人兴奋,春光食品前进的步伐离不开时代的发展。

乘着东风,春光“把海南椰子产品卖到世界各地”的梦想不再遥远——

为了做出自己的特色,春光食品不断引入国外先进的生产线,不断摸索创新,改进产品的口味、包装,坚持做海南的特色手信产品,把海南的手信带到世界各地。去年春光食品进出口额达到1亿元人民币;今年,春光食品仍保持15%以上的增速。现在,春光食品在“一带一路”国家发展战略中又迎来了新的发展契机。

面对不断变化的新时代,春光食品在“新”“旧”中汲取力量,在抓住发展机遇这一问题上不断强练“内力”打好基础。

对于传承和创新的理解,春光食品的发展证明这二者关系并不矛盾,本土和国际之间也不存在无法打破的隔阂。

说起未来春光发展的远景,黄春光认为企业未来面临的挑战是来自于企业本身,他宁愿公司前进的步伐迈得慢一些缓一些,但要迈得稳踏得实。“我希望春光以后的发展是适应市场需要,通过不断调整自身,守住以质量为先、以诚为本的根,推进产品、工艺的双重创新,以周到的服务来满足顾客需要。春光的路要一步一步走。”黄春光说,他想要做的是一个有积淀、有传承的店,一个真正能“印在街角,渗入砖墙”的百年老店。

(本报海口1月12日讯)

老字号传承

20年传承看春光巨变

■ 本报记者 周晓梦

20年的时间,说长不长,说短也不短。从一家小作坊成长为将产品卖到国外的现代企业,这其中历经的故事和风云连春光的老员工都已记述不清。

如今,站在文昌东郊椰林春光食品有限公司的工厂,看着占地80多亩现代化花园厂房矗立,绿树成荫的厂区,宽敞洁净无尘车间,现代化的加工包装生产线、检验室,春光的数位老员工们很难再想象往昔的模样。20年,7000多个日日夜夜,春光食品逐渐成长为海南特色食品产业的“第一手信”品牌:9个系列、200多个品项、岛内200多家专营店、产品销售分布3000余家连锁店或专卖店,年产量过万吨、产值超过几个亿、获得有欧盟市场的“通行证”之称的英国BRC认证……

纵使往事难再寻,但春光食品发展确是如今胜往昔。其中最大的变化,不仅仅在于工厂面积的扩大、设备的跟新、人员的增多,更在于企业发展的眼光和思路的改变。

凭借海南丰富热带水果资源这一得天独厚优势,春光食品起家。曾经的小作坊现在不仅加工生产海南椰子产品,还探索海南热带农产品深加工产业模式,引进多条农副产品深加工生产线,加工木薯条、芋头条、香蕉片、菠萝蜜干等农产品,引导农民利用闲置土地种植木薯等经济农作物,提高农民收入,带动农民致富。

国际旅游岛的优势同样带给春光食品巨大的发展机遇。春光目前已经启动了与旅游深度融合的战略,在琼海、三亚两地投资设立集椰子加工观光为一体的海南特产旅游购物基地,并策划在文昌龙楼工业园里进行椰子文化的推广,建立椰子自然生态观光园,集中展示椰子食品、椰子饰品、椰子生活用品,展示正宗、地道的椰乡文化。

近几年,面对电商渠道发展日益成熟,春光食品的目光瞄准“触网触电”。2010年8月,春光食品入驻淘宝平台,并于2011年5月成功进驻天猫开设春光食品旗舰店,打开了第三方平台自营品牌的窗口。“今年10月,我们春光食品京东商城旗舰店也已上线。”春光有限公司网络营销部经理王杨胜介绍,多渠道的销售将为春光的发展助力。

春光食品凭借着可靠的质量和多年成功的市场销售经验,以持续开拓的视野眼光和汲取吸收的创新思想,不断向多元化的现代食品公司迈出新步伐。

(本报海口1月12日讯)