



# 老字号中常青树

## 上海老城隍庙食品有限公司入选《上海食品三十年》

俞萍 邱忠琳

## 投资产业

### 浙旅控股 又获新荣誉

**本报讯** 近日,浙旅控股股份有限公司荣誉室又添两名新成员,它们是户外旅游网的“2011年度网民最喜爱的旅游景区”、婺源县政府授予的“2011年度纳税超过1000万元旅游企业”称号。

2011年,浙旅控股全力打造一流景区,创新营销思路高位推介,景区品位不断提升;“中国最美乡村”品牌闻名遐迩,来婺源游客不断增多。全年景区门票收入首次突破1亿元,上缴国家税收突破2千万元,近四年合计纳税已达9000多万元,同时上缴旅游会费4200多万元,投入村镇公益事业赞助费用及古村落保护资金7610多万元,支付景区资源费3200多万元。 ■ 湖也

### 招金集团 赴甘肃战略合作

**本报讯** 日前,山东招金集团有限公司与甘肃国土资源厅下属的地质矿产勘查开发局、甘肃有色金属地质勘查局战略合作框架协议签字仪式在甘肃省兰州市隆重举行,甘肃省省委常委、副省长石军以及国土、环保等相关领导出席了签约仪式。

此次签订战略合作协议,是招金与甘肃地矿、有色系统合作的深化与提升,合作双方将遵照同等条件下优先的原则,加强沟通与协商,增进理解与支持,实现优势互补和信息共享。双方决定共同出资在兰州设立合资公司,由招金集团控股,选定地矿局、有色局属地质勘查单位的部分探矿权共同勘查开发。双方同意以金为主,在有色等其他矿种上展开更广泛的合作,着眼于产业链的延伸,探讨黄金冶炼、提纯、深加工等方面的合作。 ■ 薛东峰 欧日亮

### 金都招远首饰城获 省级美陈大奖

**本报讯** 近日,山东省旅游工作大会传讯:作为山东省旅游商品研发基地的金都招远黄金珠宝首饰城有限公司,在2012贺年会美陈大赛中成效显著,获全省商场类美陈大奖。

此次好客山东贺年会美陈大赛,首饰城加大投入力度,举办了以“金都温情财富年”为主题的大年民俗、传说有奖征集,和以“年味十足、惠及民生、祥和喜庆”为主题的“好客山东贺年会,寻宝探宝首饰城”大型系列活动,让百姓得到了实惠,经营者获得了效益,市场聚集了人气。

好客山东贺年会期间,省市领导多次深入金都招远黄金珠宝首饰城调研检查,均给予了高度评价。据统计,贺年会期间,招远黄金珠宝首饰城接待人数约7.5万人次,销售收入1.46亿元,接待旅游大巴320辆,私家车21850辆,在浓浓的年味中实现了首月经营“开门红”。 ■ 蔡本源



上海市食品协会成立三十周年大会近日在沪举行,会上推出纪念专辑《上海食品三十年》,上海老城隍庙食品有限公司与光明乳业、冠生园、克莉丝汀等知名企业共同入选。多年来,老城隍庙食品公司致力于历史与文化的传承与创新,品牌影响力不断提升,旗下五香豆和梨膏糖等中华老字号品牌誉满海内外。



察后,公司在豆源的采购上尝试向西部地区发展。我们现在用的蚕豆按标准分,过去标准1斤是380粒,现在已经达到1斤420粒,生产出的五香豆形体就越来越小,而西部地区蚕豆最大估算1斤能达到160粒,普通的也能达到260粒左右,并且相对硬度较软,更容易咀嚼。虽然西部地区的蚕豆体型较大,但在生产过程中很难将五香豆的特殊味道融入其中,这还需要我们和上海食品研究所一起攻克这个难题。如果今后能够使用西部地区蚕豆制作老城隍庙五香豆,就能形成不同等级,提升品质的同时,更能够促进销售额的提升。

今年随着药梨膏QS成功认证,上海老城隍庙食品有限公司将成为全国首家获得药梨膏QS认证的企业。届时公司将推出崭新的药梨膏商标图案及包装,并在各类媒体上宣传报道。以药梨膏这一独具特色的产品为依托,抓住市场机遇,组织好重点产品的销售组合。公司研究旅游旺季营销策略,带动不同规格容量与不同形态包装的药梨膏销售,将药梨膏打造成旅游休闲产品,为企业创造更多利润。

#### 拓展营销 探索电子商务

在门店销售上,首先,我们做好豫园商圈的市场调查,关注市场消费的变化,寻找和引进适合消费的商品,引领市场消费,抢抓先机取得经济效益。及时调整商品结构,引进特色品牌,扩大销售柜台,在产品上形成系列化、多样化,提升商店整体形象和商品档次。

其次,各商店经理“走出去”,向同行优秀企业对标、学习;参加各类展会、推荐会,寻找好的客户、产品一起合作,共同发展。通过对标学习,大家查找问题,结合公司实际,提出很多切实可行的措施和整改方案,保障公司各项销售思路、措施的顺利推进。

公司利用网络这一平台资源,吸引更多的中青年消费群体。在2011年上半年对电子商务市场的了解和调研基础上,下半年开始筹措入驻网络商城。10月19日,公司入驻淘宝商城(现更名为天猫商城)

设施对豫园商圈内商店实行不定期的商品检查及抽样化验,坚决杜绝不合格商品上柜。

公司利用不同厂商各自的品牌优势,与各大厂商进行互动,通过现场展演等形式,增加企业经济效益。近年来,公司成功举办了“金秋食品文化节”,该市已经成为“豫园中国日”系列活动的一项重要内容,成为上海市民和海内外游客喜爱的休闲活动,逐渐成为宣传企业品牌文化,提升品牌价值的重要表现形式,2012年我们将进一步深化活动强化效果。

#### 传承历史 弘扬品牌文化

不管是五香豆还是梨膏糖,都有着各自悠久的历史和独特的文化。我们在对“五香豆”和“梨膏糖”的营销策划和宣传推广中,始终以历史文化为着力点,不断扩大品牌影响力,同时通过强化“老城隍庙”和“豫园”品牌的独立性,提升了品牌价值。

质量是品牌的本质和生命,是品牌长盛不衰的重要支柱。食品安全是食品企业的生存之本,去年全国接连发生了多起食品安全事件:瘦肉精、塑化剂、地沟油、染色馒头、毒豆芽、美容猪蹄、血脖肉等,让老百姓对食品安全的担忧骤然剧增。作为一家中华老字号食品企业,我们一直将食品安全视作企业的生命,确保品牌形象不受损害。

为确保食品安全,我们坚决执行规范操作,切实做好食品安全工作。公司要求各零售商店加强厂进店经营商品监管力度,严格执行商品进店“八不准”制度;建立健全商品台账登记;务必达到两个100%(即营业员健康证100%、四证)索证率100%在有效期内,并加盖公章;市场科要使用食品快速检测

#### 探索创新 做强主打产品

当前市场虽然充斥着“盗版”与“山寨”,但是市场地位最终还是取决于产品,尤其是食品行业,只有产品领先方能市场领先。产品是一个企业的灵魂、象征与缩影,企业一切研究努力的成果最终表现为产品,尤其是名牌产品更是企业的文化、价值、技术等载体,是企业发展的根基。

五香豆和梨膏糖作为上海市名牌,不仅体现在对经济发展的贡献,更是这个城市文化和历史的载体。一个企业有了名牌产品,才能有市场竞争力,才能有市场占有率,才能谋求发展壮大,立于不败之地。为此公司强化品牌观念,增强创优意识,从实际出发,做好产品创新和文化传播的有机结合。

老城隍庙五香豆的色、香、味、形要做到独具特色,除了在原料上下足功夫之外,更为重要的是生产工艺流程上的创新,创新中要解决的是五香豆的硬度问题。现在所用原料都是白蚕,在100斤蚕豆中基本上只有35%可以使用,尤其在第二年的一月到八月会变的稍硬一点,所以利用率较低。在通过实地考

## 迈入时尚领地

### 永青参与2012上海国际时尚服饰展

**本报讯** 3月13日,mode Shanghai 2012上海国际时尚服饰展览会在上海新国际博览中心正式拉开帷幕,百家国际时尚品牌云集于此。永青假发作为服装配饰也应邀参与了此次时尚盛会。

此次展会也吹响了上海时装周号角。中、日、法、韩、意等诸国家的设计师齐聚于此,分享交流时尚最新资讯。整个展会从时装到配饰,从大

众品牌到自创品牌,从T台走秀到平面展示,一应俱全。对于正开始起步迈向时尚领域的永青假发来说,这次时尚盛会无异是为永青假发提供了一个进行自我展示、提升的平台。

“如此大规模的时尚展会永青假发第一次参加,在开拓眼界的同时,也给了我们一次与其他参展商交流互动的机会。”永青假发的员工感慨道。 ■ 李琳枫

