

神舟十号凯旋,标志着中国载人飞船天地往返运输系统已经建成,未来中国航天将进入空间站时代。作为中国航天合作粮油品牌,中粮福临门正以高品质助推中国航天事业的步步前进、助力国人体质的提升。

福临门航天体质惠及航天英雄家乡

为了回馈航天英雄家乡,以“零失误、零缺陷”的航天标准生产高品质食用油的中粮福临门,通过“天天五谷,为航天体质打基础”航天员家乡行活动,再一次履行了全民航天体质的责任,更把航天精神带到孩子们的身边。

不仅如此,中粮福临门还捐赠当地贫困小学专供食用油福临门天天五谷调和油和小学生文体用品大礼包,为正在长身体的小学生的航天体质打基础,体现民族企业的社会责任感。据了解,此次捐赠活动只是中粮福临门爱心助学行动的一个缩影。自去年完成与中国教育发展基金会的签约后,中粮福临门的“助学金”项目捐助了山东大学、武汉大学、复旦大学等15所高校,向300余名贫困生资助了150余万元的学费。今年,该项目还将为600余名贫困生提供300余万元的资助。



天天五谷 航天品质好油呵护全家人

在促销活动现场,“天天五谷”调和油格外受到消费者的青睐,它秉持“天天五谷,为航天体质打基础”的产品理念,以世界卫生组织推荐的膳食营养金字塔为基础,精心选取天然谷物原料,在汲取谷物精华同时融合浓郁醇香,确保了营养

与口味并存,更为家人、孩子的“航天体质”打下坚实基础。

对此,参与活动的消费者纷纷表示,拥有航天品质的天天五谷调和油,不仅满足了百姓家庭对餐桌品质的要求,还适合各种烹调用途,是家庭上选的高品质好油。而集五谷精华的高品质产品,也正符合当下流行的饮食、健康观念,呵护每一顿菜肴,每一天生活的品质。

福临门千店同庆 力推全民航天体质

为庆祝神十的胜利返航,中粮福临门还特意在全国九大区域的重点城市开展了“天天五谷 为航天体质打基础”千店同庆促销活动,为中国航天事业喝彩的同时,更让消费者们在家门口就能享受到航天品质。

从支持中国航天事业发展,到

呵护中国家庭营养健康,作为中国粮油食品行业的领军企业,中粮福临门不仅肩负起了推动食品行业发展、维护和引导食品安全领域良性发展的神圣使命,更通过高端技术的成果转换,让更多高品质、高安全性的厨房食品进入百姓餐桌。中粮福临门始终秉持“以航天级品质,奉献航天级好油”的精神,与中国航天事业一起,为实现国家富强、民族振兴、人民幸福的中国梦而不懈努力。



荣耀九十年 人间佛手鲜

(二)

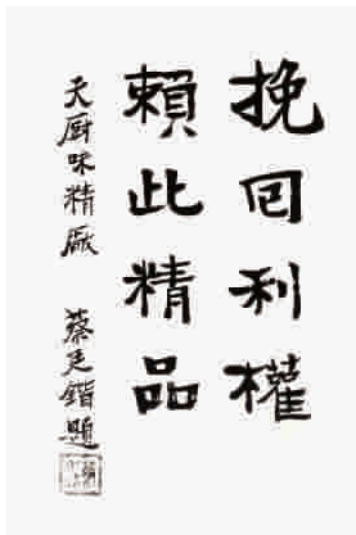
中国味精 始于天厨

今年是中国第一家味精企业——上海天厨味精公司创立90周年,也是中国味精产品诞生90周年。

上世纪初,国外商品汹涌进入中国市场,强烈冲击着孕育中的中国民族工业。在上海、天津、青岛等繁华城市,到处可见日本美女牌“味之素”的广告和霓虹灯。“中国味精之父”吴蕴初先生深深感到,面对洋货泛滥,单纯的抵制是没有出路的。中国工业若不能自强自立,势必仰息于外人;若“所能仅止于模仿,决不能免于劣败之数”。他下定决心,要打破日本对调味品的垄断,从1920年起,在极端困难的条件下,经过一年多无数次的试验,终于如愿以偿。

正当吴蕴初苦于无法将发明投入生产之际,他结识了张崇新酱园的推销员王东园,经其引荐,又得到了酱业巨商张逸云的鼎力支持。张逸云出资5000元,与吴蕴初合伙试办了一个小型味精厂。很快,首批产品问世。由于其味道鲜美、柔和,又是从粮食中提炼出来的鲜味之精华,吴蕴初将产品取名“味精”;为了宣传这种珍奇美味可与天上庖厨相媲美,便冠以“天厨”二字,打出了“天厨味精,完全国货”的大旗,于是大得人心,销路迅速打开。

1923年5月20日,张逸云与吴蕴初达成协议,由张逸云出资五万元,吴蕴初出技术,成立天厨味精有限公司;1923年8月,天厨公司正式向农商部呈请注册登记,11月获得批准;随后,又以“味精”为产品名称、以“佛手”为商标进行了双注册,“佛手味精”宣告诞生。此后,国内多个厂家纷纷跟进生产,但产品均不得称“味精”,只能使用其它名称。当时,提起“味精”,大众就知道是天厨公司出品的“佛



手味精”。为此,北洋政府农商部专门向天厨公司颁发了发明奖。解放以后,天厨公司放弃了“味精”注册,“味精”顺理成章地成为了全国通用的商品名称。

为保证味精生产原料的自给,天厨公司相继发起成立了天原化工厂、天利液化气厂、天盛陶器厂,形成了中国南方最大的“天字号”民族化工企业集团,为中国近代化学工业的奠基作出了开创性的贡献。当时,范旭东先生也筹建了自己的化工企业,吴蕴初遂与范旭东坦率协商,划定各自的经营范围;吴蕴初的“天字号”在长江以南,范旭东的永利公司在长江以北,从而开辟了“南吴北范”的格局。

挽回利权 赖此佛手

佛手味精问世以后,形成了与日货“味



之素”面对面的竞争。“五卅”运动兴起,全国人民抵制日货的风潮此起彼伏,佛手味精风靡一时,供不应求。天厨公司不失时机地大做广告,“敬请国人,爱用国货,天厨味精,国货精品”。一时间,佛手味精不仅声誉日增,而且声名远扬至南洋一带,在爱国华侨中间同样大受欢迎。从此,“味之素”一蹶不振,日本厂商垄断中国调味品市场的企图彻底破灭。

然而,面对“佛手味精”前所未有的成功,日本商社仍然不肯就此认输。他们利用侵华得到的特权全力打压“佛手味精”,借口“味精”二字是从其广告语中摘录出来的,侵犯了其商标权益,要求中国政府取消“味精”注册。在全国爱国力量的支持下,天厨公司沉着应对,据理力争,终于取得了最后的胜利。这一

胜利意义重大,不仅在当时打击了日商的气焰,保护了民族工业,保护了“味精”商标,而且使“味精”这个名称得以延续至今。胜利的消息传来,群情振奋。著名抗日将领、国民革命军十九路军总指挥蔡廷锴将军欣然命笔,特地为天厨公司书写了“挽回利权,赖此精品”八个大字,以资褒奖。

天厨公司生产味精采用了吴蕴初先生独创的“水解法”,这在当时是比较先进的。1926—1927年间,为了进一步保障味精权益,天厨公司在中国驻英、法、美三国使馆协助下,先后取得这些国家政府给予的产品出口专利保护权,开中国轻化产品获得国际专利之先声。继而又办妥了进入这些国家的食品入境卫生检验手续。吴蕴初由此成为闻名遐迩的“味精大王”。

冠文