

透明生产还百姓放心牛奶 真诚开放显伊利品质信心

有业内人士认为，随着国民生活水平的提高，乳制品已成为大众最为普遍的消费品之一，关注度也不断上升，任何一件安全事故都会引发消费者的高度重视。而近年来，中国乳业也确实发生了一连串的行业事故，导致不少消费者对国产乳制品信心下降。

但是可以见到的是，国产乳制品品牌越来越将食品安全放到工作的第一位，加大各种投入，以确保和提升产品品质。“其实，国产乳制品的品质在高透明度的监督下，与国际品牌并无差距，现在国产品牌唯一要做的就是恢复消费者的信心。”该业内人士说。

产品质量和品质，可以通过加强管理、改善工艺来实现，而消费者信心，却不是几句“相信我”就可以做到的。所以，很多乳品企业形如扯去自身的神秘面纱，邀请消费者到工厂参观，切实感受乳制品的生产过程。“眼见为实，让消费者放心。”伊利公司相关负责人表示。

持续打造“透明工厂”

自4月6日全面启动“伊利工厂开放之旅”活动，已经过去了一个月。在这三个月里，伊利“开放工厂”活动一直如火如荼地进行着。从伊利方面获悉，此次活动并非一次心血来潮，而将作为一个长期的项目持续进行。

该活动自启动之日起，将贯穿2013年全年，作为伊利品牌今年的一项重要工作推进。另外，此项目也在伊利全国工厂推行，北至黑龙江肇东，南至广东佛山，西起宁夏吴忠，东到江苏苏州，让全国各地的消费者都可以走进伊利，了解伊利。

事实上，伊利的工厂参观活动始于2008

深受重创的中国乳制品行业，当前面临的早就不仅是品质与质量的问题，而是如何重塑消费者信心的困难。



年。此番工厂开放把参观活动扩大成了一个大型的消费者交流活动。据悉，截至目前已有将近1000万的消费者关注了该活动。

“眼见为实，伊利的生产工艺真的可以让老百姓放心。而将普通消费者请进家门，也让我们感觉到企业的亲切，相信这能够为伊利赢得更多的信任和尊重。”一名参加“伊利工厂开放之旅”的消费者说。

“伊利诚邀消费者走进工厂，接受来自社会各界的审视和监督。作为企业，我们会充分保证消费者的知情权和监督权。”伊利集团相关负责人表示，伊利将以务实获得信任，靠开放寻求发展，伊利认为，坚实的品牌底蕴将通过实干得来，行业公信力要通过卓越的产品品质来树立。

对此，有乳业营销专家分析称，中国乳制品企业原来都只是在做自己的事情，很少对外说些什么，即使是出了问题，也是一味的自己整改，而不对外表态，这样就给整个行业蒙上了一层面纱，消费者对行业知之甚少。也就



形成了当前中国乳业失去消费者信任的局面。“所以，中国乳制品企业要试着向消费者开诚布公，要让消费者了解自己到底做了些什么。开放工厂活动，就是可以让消费者了解乳业生产全过程，揭开这层神秘面纱。我想，这对乳业的品牌美誉度会有极大的提升。”

树立行业标杆：伊利态度再次领跑

食品安全是目前我国消费者对乳业的第一个关注点。而不信任的源头往往正是不了解。有专家表示，伊利在这一时间与消费者就其产品的安全性展开积极有效的互动是最好的营销方式，将使其在与竞争对手的市场抢夺中再一次占据有利位置。

“开放工厂最大特点就是‘透明工厂’概念，消费者可以通过透明玻璃浏览到生产车间的每一个角落，亲眼见证每一个伊利产品从原料到成品，再到成杯、装箱、入库等一系列全部过程。”伊利公司相关负责人介绍说，“在展现技术实力和生产硬件的同时，伊利也

注重与消费者的情感沟通。各种文化知识的普及，也可以让消费者对于乳业有一个全方位多角度的认知。”

其实，消费者的参观过程是一条由玻璃屏幕组成的“参观通道”，现代化的流水线上工作人员的操作一览无余，但是参观的主角牛奶，却是一滴也看不到。据工厂讲解员介绍，“与消费者的传统印象不同，在伊利的工厂里，操作和监控原奶的验收、无菌处理、无菌灌装、入库和出库的全部四大环节，全程看不到一滴牛奶。这里，全部由中央控制系统设定程序，只有几名身着无菌服的工人在规范地操作，保证牛奶在整个生产过程都处于无菌密封的环境中。”

据了解，伊利产品的生产过程引进了国际领先的设备，采用先进的机械化挤奶技术。在原奶运输环节中，全程采用GPS监控，确保牛奶安全到厂。在整个生产环节，均采用真空灌装技术，确保全程无菌、密闭。

不少消费者在参观后表示，有机会走进伊利工厂，亲眼看到几近苛刻的生产工艺，才能体会到伊利“一切以消费者利益为核心”的务实发展态度。“眼见为实，伊利的生产工艺真的可以让老百姓放心，而这种将普通消费者请进家门的做法，也让我们感觉企业和我们很亲近，相信这种务实、亲民的态度，能够为伊利赢得更多的信任和尊重。”

一位业内专家表示，无论消费者有什么样的态度和选择，我们都必须支持，也必须认同消费者对产品品质提出苛刻的要求。而让消费者“零距离”走进生产第一线，则体现了伊利作为乳业领军企业的真诚、务实、亲民的态度。随着全年活动的陆续展开，伊利会赢得更多的品牌忠诚，乳业行业公信力也将得到重塑。王凤

荣耀九十年 人间佛手鲜

昔日天厨

天厨调味品有限公司是民族工业的老字号，是中国调味品产业乃至近代化学工业的发源地。上世纪初，涌入中国市场的舶来品强烈冲击着孕育中的中国民族工业。在调味品行业，日本的“味之素”几乎垄断了市场。胸怀实业报国志向、被誉为“中国味精之父”的吴蕴初先生深切地感到，中国工业“若不能自强自立，势必仰给于外人”，于是从1920年开始研发味精，经过无数次的试验，终于如愿以偿。后经人介绍，由酱园巨商张逸云出资，吴蕴初出技术，于1923年8月，正式成立了天厨味精公司。接着又以“味精”为产品名称、“佛手”为商标进行了双注册。从此，“佛手味精”结束了“味之素”在中国的垄断，走上了市民的餐桌，让国人的舌尖上从此多了一份中国味道，现代中国调味品工业历史由此翻开了崭新的一页，“天上人间，佛手为鲜”的产品广告语已经深入人心。

1924年1月，天厨味精公司租借顺昌路部分地块建造了味精生产工厂，“佛手味精”源源不断地从这里走向千家万户。此后一直到1966年搬迁共40余年，天厨味精公司在中国调味品产业发展最初年代独占鳌头，在艰苦卓绝的抗日战争中一展民族气节，在新中国翻天覆地的变化中赶超世界先进水平，“佛手味精”也在这里开始了自己的辉煌。顺昌路旧址对于天厨味精公司的发展意义重大，它见证了天厨味精公司发展历史的一段艰辛、奋斗与传奇。而堪称中国调味品产业乃至近代化学工业发源地的天厨味精公司，对于中国民族工业的发展有着不可磨灭的贡献。

“五卅运动”、抵制日货，“佛手”味精作为国货精品，顺应爱国潮流，风靡全国及南洋市场，确立了中国调味品第一品牌的地

斗转星移，沧海桑田。风雨兼程的九十年，风采荣耀的九十年，上海冠生园天厨调味品有限公司迎来了九十周年华诞。



位。随着公司的飞速发展，天厨味精公司逐步发起成立了天原化工厂、天盛陶器厂、天利液化气厂，从味精制造发端的“天字号”企业集群成功登上了中国民族工业的历史舞台，中国南方化学工业的基础由此一举奠定。

在企业成长的同时，吴蕴初先生和天厨味精公司始终不忘支持科技和教育，于1929年创立了我国南方第一个化工科研机构“中华工业化学研究所”，还发起设立了



“天厨化学论文奖”，有力促进了化学工业的繁荣发展。1931年，天厨味精公司出资成立“清寒教育基金会”，聘请化学界知名人士任委员，选拔成绩优秀而家境贫寒的高中学生，保送浙江大学、交通大学、清华大学等高等学府学习。天厨味精公司还先后赞助大公职业学校、中华职教社、上海美专、民立女中等学校，极大地促进了人才的培养。

由于“佛手”味精质量上乘，产品信誉日

益上升，多次获得展览会奖章奖状以及政府的褒奖，并在南洋、欧美等国家声名远扬，先后取得了英、法、美三国的专利，这是中国轻工及化工产品最早获得的国际专利。“佛手”味精曾三次参加美国费城、芝加哥和比利时列日世博会，并三次获得大奖，创造了中国在世博会历史上的一个奇迹。新中国成立后，上海冠生园天厨调味品公司先后获得过国家二级企业和国家一级计量管理企业的称号，连续通过并保持了质量管理体系认证和食品安全体系认证。主要产品多次荣获部优、市优、优质出口商品证书；“佛手”味精、鸡精连续十多年被评为上海市名牌产品；“佛手”商标是上海市著名商标。

今日天厨

“科技为本，图强创新”是天厨调味品公司企业精神的精髓，不仅“佛手”味精的诞生始于科技创造，而且天厨调味品公司成立时就是中国少有的技术投资型企业。天厨调味品公司与科研单位一起，经过5年的研究试验，在国内首开了发酵法生产谷氨酸的先河，使味精制造技术从原来的停滞不前一跃赶上了国际水平，为我国味精生产更新换代奠定了基础。老树开新花，创新结硕果。近年来，天厨调味品公司的技术创新、产品创新不断跨上新台阶，首创的素鲜调味料产品佛手“素易鲜”，提取蔬菜、菌菇、螺旋藻精华，复合了多种呈鲜物质，可以大大增强食物的鲜美程度，口味更加丰富，口感更加自然柔和，为消费者带来了更加健康、天然的调味新选择。

昨天的天厨味精公司，铭刻着民族工业风雨兼程的风采；今天的上海冠生园天厨调味品有限公司，依然传承着“天字号”自强不息的气概；明天的“佛手”产品，一定会更加的夺目绚烂。

无言