

天味食品:让世界爱上四川美味

谭丽莎 本报记者 龚友国

今年4月16日,在上海证券交易所,随着四川天味食品集团股份有限公司(以下简称“天味食品”)董事长邓文敲响上市锣,这家拥有“大红袍”、“好人家”等“中国驰名商标”、“四川名牌产品”的川味复合调味料生产商,正式登陆上交所。

作为A股首家川味复合调味料企业,天味食品具有怎样的优势和发展前景?近日,《中国企业报》记者专程采访了这家知名企业。

20年不忘初心

走进位于成都市双流区西南航空港街道的天味食品,宽敞整洁的厂区,窗明几净、一尘不染的办公大楼和生产车间,以及名目繁多的实验室、检测室,不由得令人眼前一亮。而在公司展示大厅里,五花八门、丰富多彩的各类产品,以及由国家权威部门颁发的各种认证书、四川省和成都市政府授予的各种荣誉奖牌,让人目不暇接,顿生敬意。

天味食品的董事长、总经理邓文,是学食品工程的专业人士。人称“低调富豪”的他务实而执着,近20年来心无旁骛,率领着天味食品的一班人马,专注于川味复合调味料的研发、生产和销售,迄今已自主研发出“大红袍”、“好人家”、“有点火”、“天车”等品牌的9大类100多个品种的产品,包括火锅底料、川菜调料、香肠腊肉调料、香辣酱等等,主要用于百姓家庭和餐饮企业的烹调所需。

随着人们生活水平的不断改善,对调味品的需求也越来越高,并日趋多样化。而随着生活节奏的加快,快餐文化的逐渐渗透,对烹调的便捷化需求也日益提高。

为了适应市场需求,满足消费者对烹调风味多样性和便捷性的追求,天味食品组建了强有力的研发团队,并聘请多位知名川菜大师担任顾问,取长补短,精心制作,不断推出受到消费者喜爱的产品。

青花椒鱼调料、老坛酸菜鱼调料、手工老火锅底料、麻辣香锅调料、麻辣小龙虾调料、麻辣豆腐调料、回锅肉调料、老卤汁、重庆小面调料……这一系列诱人的调味品,一看就勾起了人的食欲。新品层出不穷,仅在2018年,天味食品就推出了新品手工牛油火锅底料、新品手工清油火锅底料、椒麻鱼调料、新品藤椒鱼调料、招牌大盘鸡调料、麻辣牛肉方便火锅调料、风味红油辣椒、香辣红油辣椒、新品鸡精调味料等新产品,进一步丰富了公司的产品种类,满足了市场需求。

据介绍,作为天味食品的拳头产品,老坛酸菜鱼调料已经面世了十年。虽然一直畅销,但天



四川天味食品集团股份有限公司成功登陆上交所

味食品精益求精,在2018年又对其创新改造,推出了一款汤味鲜美可口的“金汤酸菜鱼调料”,既吃鱼又喝汤,满足了消费者求新求变的心理和对健康养生的追求,因此一上市便大受追捧。

长期以来,川菜在中国乃至世界有华人的地方广受欢迎,火锅更是作为餐饮中的一大品类长盛不衰。川菜、火锅的风靡带动了川味复合调味料行业的快速发展,成为具有浓郁地域特色、发展前景广阔的调味品细分市场。

而作为完全竞争性行业,川味复合调味料生产企业众多,竞争十分激烈。但整体技术装备水平较低,部分企业还停留在半自动化甚至手工作坊生产、包装阶段。为了确保产品标准化、食品安全性及口味稳定性,天味食品投入巨大的人力物力,采用现代技术改造传统食品工业,积极进行自动化生产和关键设备的自主研发,在复合调味料全自动炒制技术、全自动输送灌装技术、火锅底料称量和冷却成型技术、全自动外包装技术等方面实现了突破,火锅底料冷却成型生产系统、牛油火锅底料全自动包装生产线等已获得国家专利,火锅底料灌装工序自动化技术及装备获得了中国调味品协会“新工艺”奖,生产技术在行业内处于领先水平。

目前,天味食品已拥有经销商800多家,销售网络覆盖全国31个省、自治区及直辖市,约有31万个零售终端、近6万个商超卖场和4万多家餐饮连锁单店,并连续12年出口到美国、澳大利亚、加拿大、日本、比利时等国,名副其实地发展成为以火锅底料和川菜调料为主导的大型川味复合调味料领军企业。

“苛刻坚守好原料”

前不久,天味食品副总经理何昌军亲自带队,到贵州大方县考察当地辣椒生产情况,并与大方县政府签订了为期3年的《产业扶贫框架合作协议书》,在当地完成1000吨干辣椒和1000吨鲜辣椒的收购。

何昌军告诉记者,“大方县的辣椒品质不错,我们将大方县作为公司的辣椒采购基地,保证每年以保底价收购当地农户的辣椒,并根据实际收购量,按照

鲜辣椒每吨100元、干辣椒每吨200元的标准提供扶贫公益金,精准扶贫困难户,以支持大方县脱贫攻坚工作。但我们对于所收购的辣椒质量也有严格的要求,要求当地农业专业合作社在收购鲜椒时,首先要对从农户手中采购的鲜椒质量进行筛选,个头大小、成熟程度等都有要求,并且当天采摘的新鲜辣椒必须当天完成装车上路,装车时不得踩踏挤压,运输过程采用‘高栏车+排气筒’的方式,以确保辣椒完好无损运送到公司。”

川味复合调味料的主要原材料是农副产品,其质量关系到千千万万消费者的食品安全,来不得半点疏忽大意。为了保证原料的质量,天味食品专门建立了牛油、辣椒、花椒、泡菜、豆瓣等8大专属原辅料基地,从源头把好食品安全第一关。

比如牛油的生产明确要求供应商使用“鲜牛脂肪”自行炼制牛油,不得使用其他杂油以及掺杂其他动物油脂,不得添加已熟化的陈油。同时,要求其原材料必须“可追溯”,即供应商所采购的每批“鲜牛脂肪”均须有检疫合格证,且必须是原件。检疫合格证上注明的供应商所在地是否相符?是否在有效期内到货?送货车的车牌号是否与检疫合格证载明的车牌号一致?这些事项不仅要求供应商严加查验,做好登记工作,而且天味食品也派出自己的工作人员进行监督、管控。

何昌军还告诉记者,公司要求3家牛油供应商在炼制牛油的车间、原料卸货点、成品牛油装车点等安装摄像头,其生产过程可以实时远程监控。

又比如,对于辣椒、花椒等

大宗农产品,天味食品均是直接到产地收购,以避免中间环节可能出现的风险。在农产品生产过程中,公司还会派遣专业监管团队到原料基地,对生产环节层层抽检。据了解,为了采购到品质上乘的原料,天味食品公司的采购团队不惜跋山涉水,远赴全国各地考察,除四川、贵州、云南以外,还在新疆、河南、山东等地建立了自己的原辅料收购基地。

泡菜也是天味食品的一个大宗原料。据天味食品公司质管部经理胡涛向记者介绍,为了保证泡菜的天然发酵风味,天味食品泡菜加工基地采用传统入坛发酵工艺,生产周期长达200多天,才有了真正老坛酸菜。

复合调味料上游原材料很复杂,对所有供应商,天味食品都严格考察、筛选,值得信赖者方可入选。比如色拉油,其供应商仅选用两家知名大公司。

为确保产品质量安全可靠,天味食品公司还斥巨资购置了在行业内领先的一批先进检测、化验设备,具备了溶剂残留、农药残留、重金属、塑化剂、防腐剂、苏丹红、黄曲霉素等全面的食品安全检测能力。值得称道的是,天味食品公司的实验室获得了中国合格评定国家认可委员会(CNAS)颁发的实验室认可证书。食品安全的各项指标,均可在自己的实验室检测完成。

何昌军告诉记者,对于每一批次的产品,公司都会进行严格检查,不让有丝毫问题的产品出厂。“自2013年1月1日至2018年12月31日,国家、四川省、成都市有关部门在市场上抽查我们的产品共计近400次,没有一次不合格的。”何昌军不无自豪地说。

“苛刻坚守好原料,是我们的核心价值理念。无论是合作伙伴,还是公司员工,都必须认同这一理念,绝不含糊。”何昌军说。

上市助天味更上一层楼

5月21日,天味食品股东大会在公司会议室召开。会上,董事长邓文代表董事会作报告,他说,2018年公司整体销售收入和经营业绩再创新高,实现营业收入141286.11万元,同比增长32.56%;实现利润总额31071.43万元,同比增长44.58%。

他表示,随着公司在上交所成功挂牌,2019年将是公司充满机遇和挑战的一年。公司要进一步拓展市场,实现收入与利润的同步、持续增长,各项指标和规模要再上一个新的台阶。

数据显示,我国的复合调味料市场近年来呈现出快速增长态势,其市场规模从2013年的557亿元,增长至2017年的1091亿元,年复合增长率为15.83%。然而,与欧美、日本等发达国家的调味品市场中以复合调味料为主的情形相比,我国复合调味料的占比还相当低,仅1/3左右。

这也意味着我国复合调味料市场还有非常大的发展空间与潜力。专家分析,随着新一代不擅下厨的90后年轻消费者逐步进入厨房,复合调料行业的整体消费还将持续增长,消费需求也将呈现多样化趋势。而在中式复合调味料的现有格局中,川菜调味料占比最大。

邓文对天味食品做大做强充满信心,他说,公司上市后,要在行业中拉开与其他企业的差距,牢牢锁住龙头企业的地位。他透露,今年在营销上还会有大动作,渠道要进一步下沉,经销商还要增加,达到1000家左右。同时,还将着重打造电商平台,形成行业内最强的电商团队,实现线上线下资源整合。

他表示,除了深耕传统市场、巩固渠道地位外,同时还要全面发力通用餐调、定制餐调等新兴业务。

而研发出适销对路、具有生命力的新产品,是邓文思考得最多、也最乐此不疲的事。他说,要在充分调研市场的基础上,每年推出1—5款新品。为此,天味食品舍得投入,过去几年,每年研发费用都超过2000万元。

“必须把最好的食材、最优的口感呈现在消费者面前,好味道始终如一。”“每一袋成品都是一份灌注天味真心的礼物。”他总是这样说。

“好风凭借力,送我上青云。”A股上市,无疑是对天味食品过去十几年不懈努力的肯定,也是对这家川味复合调味料行业龙头企业的大力支持。可以想见,未来天味食品必将迎来快速发展的大好时机,越来越多的消费者将会爱上天味食品带来的正宗四川美味。



四川天味食品集团股份有限公司办公楼



好人家老坛酸菜泡制基地