

复合调味料龙头企业天味食品驶上发展快车道

公司跻身2019上市公司十大消费创新案例

■ 谭丽莎 本报记者 龚友国

2019年11月16日,位于成都市双流区西南航空港街道的四川天味食品集团有限公司(以下简称天味食品)总部热闹非凡,空气中飘散着诱人的美食香味,一场精心准备的“好人家用户体验季”主题活动隆重开启。

“好人家”是天味食品旗下的核心品牌和“四川名牌产品”。来自“好人家”的忠实用户、网红达人、时尚消费领袖、媒体朋友、经销商伙伴们走进天味食品,感受天味文化,见证天味品质,为喜爱的“好人家”品牌打CALL。

用产品打造体验平台

“用产品打造极致用户体验”,这是天味食品公司用心搭建的合作伙伴、消费者和公司员工之间的沟通、交流互动平台。今年的“用户体验季”,嘉宾们在公司讲解员的带领下,参观集团公司总部,感受公司对美食文化的执着、对食品安全的重视、对卓越品质的追求;真实地了解到好人家调料全方位的原料监管、规范化的生产过程、标准化的检测流程;对好人家“苛刻坚守好原料”这一品牌核心理念有了更深刻的了解和认同。

更加令嘉宾们激动不已的是,由川菜大师、天味美食顾问曹靖领衔的天味厨神们现场献艺,餐桌上色香味美的各类火锅、酸菜鱼、麻辣小龙虾、大盘鸡……全都是采用天味食品生产的调味料制作而成,嘉宾们大快朵颐,不亦乐乎。

接下来,四场大型用户体验活动于11月至12月陆续展开,从线上热门网络社区,到线下时尚消费潮流地和终端卖场,“好人家大型用户体验系列活动”精彩纷呈,带给人们极致美味的产品体验。

“有了好人家,做菜人人夸”。这句广告语日益深入人心,已成为众多消费者的共识。尤其是新一代不擅下厨的90后年轻消费者,有了“好人家”调味料,也能烹调出美味的菜肴来。

天味食品的销量与日俱增,就在今年电商“双十一”购物狂欢活动中,天味食品再创佳绩,短短两天,“好人家手工牛油火锅底



料”爆卖274635袋,成为天猫火锅类目销量冠军;天味食品公司另一拳头产品——老坛酸菜鱼调料,也在线上渠道畅销107528袋,成为名副其实的“人气王”。

成功上市 加速前行

2019年,是天味食品20年发展历程中值得浓墨重彩大书特书的一年。4月16日,随着天味食品董事长邓文敲响上市锣,这家在川味复合调味料行业心无旁骛、深耕细作20年的企业,正式登陆上海证券交易所,成为A股首家川味复合调味料企业。

上市给天味食品带来了强劲的动力,公司发展所需资金得以解决,优秀人才得以引进,公司的公众形象得以提高,公司驶上了快车道,继续领跑同行。

乘着公司上市的东风,天味食品秉承“苛刻坚守好原料”的企业核心价值观,加大力度研发适销对路的新产品。过去,天味食品每年推出1—5种新品,而2019年推出的新品竟有13种之多,包括好人家小龙虾系列、好人家金汤酸菜火锅底料、好人家剁椒蒸鱼调料、好人家迷你牛油火锅底料、好人家番茄火锅底料及部分出口产品。其中,小龙虾系列产品在市场上迅速走红,受到消费者的热情追捧。此外,还改良产品共7种,包括好人家鱼系列、好人家粉蒸肉调料系列、好人家香肠调料系列产品等。消费者反映,改良后产品的色香味比原有产品更胜一筹。

与此同时,继续深耕渠道,扩容市场,推动营销转型。通过实

行平台战略,组建天味共创战略联盟、中国品牌餐饮战略联盟、天味好原料供应链联盟三大平台,对销售市场进行全面下沉,拓展经销商数量,从消费者终端扩大增量市场。

据介绍,在旗下“大红袍”、“好人家”、“天车”、“有点火”四大品牌中,当下天味食品重点打造核心品牌“好人家”,对品牌进行了优化升级,对其形象进行了重新设计。新的“好人家”品牌VI形象更时尚、简洁、年轻、充满活力,也更具识别性。同时,公司进一步加大品牌宣传和品牌推广力度。根据调味品市场的特性,通过美食节、专业广告、展会展览、互联网营销、交流推广等多种方式,扩大品牌在国内外的影响力,提高公司在中高端市场的占有率,巩固品牌优势和市场领先地位。

在2018年公司整体销售收入和经营业绩大幅提升的基础上,2019年前三季度,天味食品实现销售收入10.78亿元,同比增长24.29%;净利润1.95亿元,同比增长19.55%,交出了令投资人满意的答卷。

与此同时,天味食品对成都双流、郫都两个生产基地同时进行了改扩建,提升了公司总体产能,优化了现有工艺条件,达到更高标准食品安全要求。通过引入升级研发系统、产品追溯系统、生产执行系统、仓库管理系统等,显著提高了从研发、采购、生产、仓储到销售各环节数据的准确度和及时性,解决了数据落地问题。同时降本增效,使公司整体综合实力得到了显著提升,积累了更强的发展后劲。



11月8日,2019年第八届中国上市公司高峰论坛在成都举行。作为资本市场最具含金量的活动之一,本届论坛以“新消费 新科技 新动力”为主题,众多优秀上市公司及国内外知名专家学者齐聚蓉城,围绕消费升级、科技创新、产业生态构建,打造中国企业全球竞争力等热点话题进行深入研讨,带来一场思想盛宴。

经过专业研究机构及财经媒体提名、数据模型筛选、入围名单公布、公众投票和专家评审等诸多环节而评选出的“2019上市公司十大消费创新案例”榜单也在论坛中揭晓。天味食品凭借“火锅底料灌装工序自动化技术及设备”对行业发展做出的突出贡献,在“十大消费创新案例”中占据一席,受到社会的广泛关注。

作为上市公司中的新人,能跻身“2019上市公司十大消费创新案例”实属不易。但事实上这并非偶然,多年来,天味食品十分重视创新领先、技术领先,力争第一,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。2018年初,天味食品公司的实验室还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,确保了产品质量的安全可靠。

2019年11月7日,在北京举办的“致远互联第九届全国协同应用大赛”中,天味食品的参赛项目“营销费用管理服务系统”一路过关斩将,从数百份用户案例中脱颖而出,荣膺总决赛季军。长期以来,天味食品对信息化、智能化发展高度重视,信息化服务深入到公司各个管理流程,并建立了协同服务新模式,致力于与经

销商携手共赢,助力销售快速增长,受到业内专家的广泛好评。

不忘初心 方得始终

20年前,食品工程专业出身的邓文,率领天味食品的一班人马,一头扎进川味复合调味料的研究、生产和销售。20年来,无论是市场经济风浪的颠簸和挤压,还是身边赚钱生意的种种诱惑,都没有使他偏离自己的人生目标。迄今,他和他的团队已自主研发出“好人家”、“大红袍”、“有点火”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,赢得了众多消费者的青睐,发展成为旗下拥有3家全资子公司、4个现代化基地、年产能超过12万吨、员工超过1800人(其中技术研发人员超过100人)的国家级重点龙头企业和大型川味复合调味料领军企业。

9月4日,四川省工商联发布“2019四川省民营企业100强”榜单,天味食品榜上有名,继2018年获此殊荣后,连续两年跻身百强。

紧接着,2019成都百强企业发布暨颁奖典礼也隆重举行,天味食品荣获“成都制造业100强”、“成都民营企业100强”两大荣誉称号。

跻身百强,无疑是对天味食品20年孜孜以求、坚守初心最好的褒奖和激励。

风劲帆满图新志,砥砺奋进正当时。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,但与欧美、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,仅三分之一左右。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,而在中式复合调味料的现有格局中,川菜调味料占比最大。

天味食品董事长、总经理邓文表示,公司将始终秉承“踏实、包容、创新、领先”的企业精神,本着“诚信经营,质量第一”的经营理念,致力于为消费者提供健康、营养、美味、便捷的调味品,不断巩固和提高行业领先地位,引领复合调味料行业的发展,为投资者带来更大的回报,为社会创造更多的价值。

