

燕京啤酒：品质源于创新

本报记者 梁剑箫

走进新国企

11月30日，一支由20人组成的“燕京啤酒·清爽之旅探月助威团”从北京远赴四川西昌卫星发射中心现场观摩，为嫦娥三号发射加油助威。这也是燕京啤酒正式成为中国探月工程官方合作伙伴以来，第5次组团奔赴卫星发射现场。

作为中国探月工程官方合作伙伴的燕京啤酒集团，近年来在立足自主创新的基础上，不断提升科技水平，加强技术装备，将“实力打造精品，科技铸就名牌”作为向社会和广大消费者的郑重承诺，不断提高产品质量，不断促进科技进步，丰富其品牌内涵，促进了燕京从区域品牌到北京名牌再到全国知名品

牌的3个阶段性跨越。可以说，燕京啤酒的快速发展过程，燕京品牌持续提升的过程，正是燕京一路坚持科技创新和产品创新的过程。

记者了解到，在中国大型啤酒企业中，燕京是唯一没有被外资控股的企业，但它并未闭关自守，固步自封，而是将世界最先进的科研成果和先进的设备以最快的速度吸引进来。德国慕尼黑每4年举办一次的世界啤酒饮料设备博览会，燕京都会派多人参加，学习新技术，为其所用。通过不断引进与吸收，燕京的装备水平达到了世界啤酒行业科技发展的新高度。

在燕京总部，记者看到，投资10多亿元兴建的30万吨精品工程，全部采用国际最新的科技成果，单条生产线每小时4万瓶，全面实现生产控制的自动化、无菌化；燕京投巨资建立的国家级科研中

心，引进了啤酒全自动分析仪器和气相色谱、液相色谱、二氧化碳分析等高精密仪器，使啤酒检测达到CT及核磁共振的水平。此外，燕京还建立了啤酒风味图谱库，可通过啤酒检测设备，对燕京啤酒100多种风味组成进行全面质量分析和全程跟踪控制，有效保证了燕京啤酒的产品品质。

针对啤酒行业关注的重点，燕京啤酒承担国家及省部级研究项目多项，并多次参与国家标准、行业标准的制定，在啤酒酿造原辅材料、酿造工艺、酶制剂、节能减排等方面开展的新产品、新技术、新工艺研究和创新科研项目中，获得国家及行业科学技术奖10项。2009年，燕京啤酒高质量通过国家高新技术企业认证，成为国内啤酒行业首家获此殊荣的企业。

多年来，燕京啤酒始终瞄准科技这个第一生产力，提出“专家、科研、企业一

体化”的发展战略，加强同权威的啤酒科研机构——轻工总会发酵研究所的合作，把国内啤酒技术的权威专家管教仪等8位专家请到厂里，在厂里做实验，搞科研。发展中，燕京啤酒创造了多项全国同行业第一：第一家进入市场；第一家采用露天发酵罐新工艺；第一家采用计算机控制系统。燕京还成为中国清爽型啤酒的首创者。燕京清爽型啤酒一经上市，便受到消费者广泛好评，连续多年位居全国销量第一。

燕京啤酒集团董事长李福成向记者表示，加强自主创新能力，促进高科技成果转化，一直是燕京啤酒的战略之一。公司还根据自身发展战略陆续开展了啤酒原辅料的研究、酿造工艺优化、微生物体系的研究、新检测技术的开发，完成了科技部“十一五”科技支撑计划项目优势传统啤酒制造业关键技术的研究。

①看公司 Company Watch

打造羊肉活禽全产业链

草原兴发借重组东山再起

本报记者 陈小力 裴珍珍

继今年9月宣布品牌重组后，草原兴发12月1日在北京举行新闻发布会，首次公布重组后企业发展战略。草原兴发董事长徐鹏表示，将用3年到5年的时间全力打造羔羊肉、绿鸟鸡肉、绿鸟鸭肉，覆盖羊肉和活禽的绿色全产业链新模式，向国际知名品牌迈进。

草原兴发1988年创立，从一家乡镇企业发展为全国知名肉类品牌，拥有羔羊肉和绿鸟鸡两大支柱产品，曾在中国肉羊产业发展中发挥引领作用。2008年后，草原兴发展思路缺乏创新，经营业绩持续下滑，名噪一时的“草原兴发”品牌逐渐淡出了公众视野。为使草原兴发品牌东山再起，在内蒙古赤峰市政府支持下，今年9月16日，赤峰市元宝山区国有资产经营有限公司与内蒙古兰达食品有限责任公司、光辉投资控股有限公司等三方联合签署了内蒙古草原兴发食品有限公司重组协议。重组后，兰达集团将与赤峰市元宝山区国有资产经营有限公司合资运营草原兴发公司，以期做大做强草原兴发品牌，打造绿色食品生产基地和健康肉类加工连锁销售龙头企业。

徐鹏表示，重组后的草原兴发发展目标是“实干3年、规划5年、实现10年打造百亿梦”，即用3年时间完成草原兴发品牌重建工作，销售网络全国覆盖率达80%，完成年产值20亿元目标；用10年时间拓展全球市场，实现年产值100亿元目标。公司将采取绿色低碳生态方式生产、制作羔羊肉和绿鸟鸡等主打产品，立足开发创新中高端产品，形成鸡、羊、牛产品有效配套的肉食产品系列，增强产品市场竞争力。据了解，在恢复现有生产基地生产能力的基础上，新绿鸟鸡生产基地将在2014年底投产运营。新基地按欧盟标准建设生产车间、产品线和冷库设施，并参照欧盟标准检验产品，严把质量关。

未来，草原兴发转型升级将在肉类产业化方面实施创新模式。一是采取低碳绿色生态化方式组织农牧民饲养当年出栏肉羔羊。改变传统养羊业单季出栏的传统生产方式，让肉羔羊实现一年四季随时出栏，使加工企业实现“去库存化”，以达到降低羊肉全产业链的生产交易成本，提升羊肉产业链的整体竞争力。二是以网络和实体店结合的OTO商业模式实施全产业链信息化。逐步实现线上线下结合的全渠道销售，将利用团购平台在网上销售现宰冷鲜羔羊肉。这种个性化定制方式，让顾客可通过网络在牧场羊群中选购活羊，由草原兴发对顾客选定的活羊进行屠宰、加工、预冷，再经现代物流配送到顾客指定的就餐酒店或者居民家庭。三是引导消费者从选购冻羊肉转变为选购鲜羊肉（冷鲜排酸肉），有更好的消费体验。四是利用生态要素创新出中国特色肉鸡品牌。绿鸟鸡采用草地、山地、林地、果园等放养方式，鸡肉、鸡蛋都具有健康品质，形成高产品的附加值。为此还将跨界拓展产业边界，介入绿鸟鸭产业。

在确保食品安全方面，徐鹏透露，草原兴发在原料选取方面按照国家标准进行宰前检疫和宰后检验；同时，采取饲料、饲养、育种、屠宰、加工一条龙紧密型产业链，为产品安全控制提供强有力的技术。

中华民营企业联合会执行理事长王远枝认为，草原兴发新的战略布局坚持创新驱动，不仅创新生产方式，而且采取线上线下、电子商务销售方式，体现了企业坚持创新发展的转型路径。“可追溯的全过程食品安全质量保证体系，无疑将壮大草原兴发品牌的影响力。”王远枝说。

更名公告

经中国银行业监督管理委员会批准（批文号：银监复[2013]542号），原日本瑞穗实业银行股份有限公司南京代表处现更名为日本瑞穗银行股份有限公司南京代表处。

特此公告。

2013年12月2日

中国银行业监督管理委员会许昌监管分局关于换发《中华人民共和国金融许可证》的公告

该机构经中国银行业监督管理委员会许昌监管分局批准，换发《中华人民共和国金融许可证》。现予以公告：

河南鄢陵农村商业银行股份有限公司翠柳支行

机构编码：B1204S341100013

许可证流水号：00495889

业务范围：许可该机构经营中国银行业监督管理委员会依照有关法律、行政法规和其他规定批准的业务，经营范围以批准文件所列的为准。

批准成立日期：2011年09月20日

住所：河南省鄢陵县城翠柳北路路东水岸映象小区西大门北侧临街商铺7-421号

邮政编码：461200

联系电话：0374-7197611

发证机关：中国银行业监督管理委员会许昌监管分局

发证日期：2013年11月21日

以上信息可以在中国银行业监督管理委员会网站上（www.cbrc.gov.cn）查询。



位于河北廊坊市开发区的维特根（中国）机械有限公司，以制造筑养路机械设备及矿山开采设备为主。他们通过科技创新不断提升产品制造能力及竞争力，并在公路、铁路的维修、养护作业中，将环境保护的理念融入产品，使公司得以持续发展。图为该公司员工正在紧张生产。

本报记者 李景录摄

亚洲最大单体疫苗生产车间落户深圳

总投资8.5亿元，预计年产值约50亿元

本报讯 记者杨阳腾报道：深圳市重大项目之一、总投资达8.5亿元的康泰生物全球疫苗研发生产基地近日在深圳奠基。据悉，该基地将生产的60微克乙肝疫苗是全球唯一能用于低无应答人群接种的乙肝疫苗，是中国政府纳入乙肝慢性病防治规划的推荐产品。

位于深圳市光明新区的全球疫苗研发

生产基地由深圳康泰生物制品股份有限公司投资建设，该项目将建成亚洲最大的疫苗生产单体建筑，旨在打造国内一流、国际先进的现代化疫苗研发生产基地，完成5个项目以上的产业化。项目投产后，康泰生物预计可实现年产值约50亿元，同时为深圳新增2000人的就业岗位，并有望成为中国民营企业家中疫苗产值最大、研

发能力最强、核心技术最先进的研发生产企业。

据悉，深圳康泰生物制品股份有限公司是一家专业从事生物医药领域疫苗类产品研发、生产及销售于一体的国家火炬计划重点新技术企业，是深圳市首批国家高新技术企业，自主创新龙头企业。

本报编辑 董庆森

通过合作伙伴模式，逐步培育品牌在市场的认知度——

联合博姿的“合作共赢”之路

本报赴英国代表团采访组

走进联合博姿集团位于伦敦总部的旗舰店，位于店中央的自有美容护肤品“No.7”专柜马上就映入了眼帘，四周则大都是香奈儿、迪奥、兰蔻等国际知名品牌专柜。这种店内设计向消费者传递出的信息是，“No.7”属国际著名品牌，面向中高层消费群体，其物有所值。徜徉店内，楼上楼下除了“No.7”之外，还有很多联合博姿自有的化妆品、非处方保健药以及博姿眼镜和听力品牌产品等。或许正是因为这种独具匠心的零售模式，使得这家旗舰店颇具吸引力，店内人头攒动，客人川流不息。

顾客盈门的不止这一家，联合博姿集团在欧洲、北美和亚洲等地的零售店也都业绩不凡，在刚刚过去的2012/13财年，尽管全球经济特别是欧洲经济不景气，但联合博姿集团税后基本利润仍然增长了12.7%，总收入达到了224亿英镑，营业利润达12.65亿英镑。2012年集团在全球财富500强排行榜排名第274位。

联合博姿集团是一家拥有100多年历史、以药店为主导业务且全球领先的医药保健美容集团，集团两大核心业务为以药店为主导的保健美容零售，以及医药批发与分销。英国著名保健美容连锁店博姿

（Boots）是隶属该集团的成员公司。联合博姿在欧洲、北美和亚洲等超过25个国家是“No.7”专柜马上就映入了眼帘，四周则大都是香奈儿、迪奥、兰蔻等国际知名品牌专柜。这种店内设计向消费者传递出的信息是，“No.7”属国际著名品牌，面向中高层消费群体，其物有所值。徜徉店内，楼上楼下除了“No.7”之外，还有很多联合博姿自有的化妆品、非处方保健药以及博姿眼镜和听力品牌产品等。或许正是因为这种独具匠心的零售模式，使得这家旗舰店颇具吸引力，店内人头攒动，客人川流不息。

在联合博姿集团的成长历程中，合作伙伴关系是其始终坚持的核心战略。这家成立于1849年的百年老店，通过建立自有企业、联营公司及合资企业、品牌产品及加盟店等形式开展业务，一路发展成为欧洲最大的医药批发和分销商、欧洲最大的医药连锁店，以及业内领先的创新服务商。

在全球化步伐日益加快之际，联合博姿集团在这一进程中发展目标是成为全世界保健、化妆品零售药店和医药批发行业公认的领军企业。为了达到这一目标，联合博姿集团坚持采用战略合作伙伴关系模式。对此，联合博姿集团对外交流公关总监劳拉·万佳尼女士解释说，“联合博姿集团不仅在与所有伙伴合作过程中照顾到相关方的利益，为客户提供创新增值服务，而且在所有并购、联营或加盟等重组过程中，始终不改集团名称中‘联合’这个词，这

是集团经营的价值理念所在，也是我们‘合作共赢’精髓。”她告诉记者，集团执行董事长斯德法诺·佩西纳虽然要求每年必须实现两位数增长，但更强调合作双赢。

联合博姿集团践行战略合作伙伴关系、实现合作双赢的最新案例是在2012/13年度与美国最大零售连锁药店沃尔格林公司结成了新的战略合作伙伴。随后，两家企业联手与另一家美国企业美源伯根公司达成合作协议，后者因此一跃成为美国最大的医药批发商，而联合博姿在沃尔格林行使期权并完成合并后，将成为全球第一家以药店业务为主导的医药保健美容企业。这是联合博姿集团最大的一次伙伴关系。这是联合博姿集团最大的一次伙伴关系。这是联合博姿集团最大的一次伙伴关系。

2012年9月，联合博姿集团又与南京医药公司达成战略伙伴合作协议，通过定向增资，以约5600万英镑的价格收购南京医药公司12%股权。该项收购动议已在南京医药股东大会上表决通过，进入各项报批阶段。此项交易经批准后，联合博姿集团将成为南京医药的第二大股东。

今年6月，联合博姿执行董事长斯德法诺·佩西纳表示，将下一个大型收购目标锁定在中国。他预计中国这个世界第三大医药市场将出现进一步整合，并希望联合博姿集团成为其中的领跑者。