

中原消费年鉴样本之 花花牛

# 花花牛 让河南人民喝上好牛奶

## 15年,强壮河南人

作为河南省本土乳企中最大的乳品加工企业、农业产业化国家重点龙头企业,花花牛乳业从最开始的冷制食品到今天的酸奶、纯牛奶、风味奶、含乳饮料、果乳等六大类60多个品种,走过了15年艰辛路程。

1994年诞生的“花花牛”初入食品行业,瞄准了冰淇淋市场,成立河南省郑州种畜场冷制食品厂。在当时冰淇淋市场竞争激烈的情况下,“花花牛”三下上海求学艺,研制开发出杯装草莓和炭烧冰淇淋。凭着全体职工顽强拼搏和扎实苦干精神和灵活多变的营销战术,“花花牛”产品在郑州市场一炮走红,一度成为郑州市场冰淇淋的代名词,实现了当年投产、当年见效,闯出了市场,创出了品牌,为企业发展奠定了良好的基础。

1999年1月,在冷制食品厂的基础上,组建河南花花牛实业股份有限公司,并根据市场形势和公司发展规划,投资3000万元建立了乳品一厂。这次跨越,使企业充满活力,销售收入连年翻番增长,花花牛由此进入了快速成长期,一举成为河南乳业的龙头。2002年,投资8000多万元的乳品二厂投产,使得花花牛的销售半径

由郑州走向河南省其他17个地市以及周边省市。

2006年,郑州花花牛已基本满负荷生产,公司抓住机遇,以职工出资为主组建了河南花花牛乳业股份有限公司(新郑花花牛),以最快的速度建设了日加工能力400吨的乳品厂;2008年新郑花花牛又收购漯河传家宝乳业有限公司,成立了漯河花花牛乳业有限公司(漯河花花牛),建设了日加工能力400吨的乳品厂。

2008年由于“奶粉事件”的突然暴发和全球经济危机的双重影响,公司遭遇了建厂以来最大的危机。面对危机,花花牛决策层又一次审时度势,转“危”为“机”,在度过危机的同时,抓住机遇,把郑州花花牛和新郑花花牛的销售统一起来,郑州花花牛进行了改制,引进民营资本和实现职工持股,突破了体制瓶颈,为下一步资产重组、花花牛的腾飞做好了充分准备。

15年来,“花花牛”从第一瓶牛奶和第一盒冰淇淋做起,年产值已超过4亿元,成为河南乳业的龙头企业,忠诚的消费者近2000万人,养育了几代人,带动了周边3000多户奶农走上了致富道路,引领了河南乳业的发展方向。

## 科技创新,花花牛独领风骚

“以智为先,走科技兴企之路。”这是多年来花花牛公司牢牢遵循的准则。科技创新是企业形成核心竞争力和保持长久竞争优势的动力源泉。“花花牛”公司从建厂初期就确立了以科技兴企的发展思路,在发展中一直致力于科技进步产品创新。从冰淇淋到乳品,从大众产品到以低糖、保健等为代表的功能性产品,形成了一系列具有自主知识产权的产品。公司年年有新产品推出,新产品每年对销售收入的贡献率平均在15%以上,基本上做到了销售一代,开发一代,储存一代,通过技术创新占领市场、通过产品创新引导消费和赢得广大消费的信赖,尤其是酸奶产品在郑州的市场份额持续保持在70%以上。

今年上半年,花花牛“中荷牧场”推出了纯牛奶、红枣牛奶、黑珍珠牛奶系列奶品。花花牛营销顾问表示,新推出的中荷牧场纯牛奶富含天然活性乳蛋白,每百克奶中蛋白质含量≥3.2

克;红枣牛奶添加了枣汁,具有安神补血的作用,含有丰富的维生素C、蛋白质、胡萝卜素、钙、铁、磷等多种营养成分;而黑珍珠牛奶则特别添加黑芝麻、黑豆、黑米,俗称“黑色营养三珍”,富含蛋白质、维生素E等多种维生素,更含有锌、铁、铜、硒等人体必需的多种微量元素。

多年来,花花牛公司高度重视智力引进和具有创新能力的研发队伍建设,探索多元化的研发投入运行机制。建立了一套智力引进、转化机制和人才获取、培养、使用、激励机制,保障了企业持续科技创新的能力。花花牛公司还建立了人才使用和人才培养机制,公司设立专项培训基金,用于专业人才的培训和继续教育。

目前技术创新已成为花花牛持续发展的第一推动力,花花牛公司已通过科技成果转化,连续推出功能性酸牛奶、益生菌发酵乳系列产品,荣获“河南名牌产品”、“河南高新技术产品”等荣誉。

## 好奶源,得了好奶富了奶农

“得奶源者得天下。”

一个乳品企业能掌控多少奶源基地,奶源基地能否提供充足、优质的鲜奶,最终将决定一个乳品加工企业能走多远。花花牛作为河南本土最大乳品生产企业,打造中原地区最大的绿色奶源基地,又临近省会郑州,背依黄河滩绿色奶业养殖带,兼有了城市型乳业和资源型乳业的双重发展优势。

早在几年前,以李文献总经理为首的经营团队便把奶源基地建设纳入到企业的战略规划,将把占据天时、地利、人和的黄河滩绿色奶源示范带打造成公司的第一车间。几年来他亲自一手抓奶源建设,下养牛小区,沟通奶户,洽谈投资商,组建挤奶厅,每个环节都留下他辛苦的汗水。正是由于上下齐心,精心开拓,花花牛奶源基地与河南花花牛公司同发展、共进步。多年的经验使公司探索出了一套行之有效的经营模式,总结出的一套科学的喂养方式,在黄河滩绿色奶业示范带建设了67个标准化养牛小区,覆盖了郑州、开封、新乡、鹤壁、焦作、许昌、周口、平顶山、商丘等9个地市,存栏黑白花、荷斯坦等优质奶牛3万余头,全部实现机械化挤奶,带动3000多农户规模化饲养奶牛致富,实现了公司与奶农的双赢。

花花牛公司从第一个奶牛养殖小区投入运营以来,进行了卓有成效的探索,逐步摸索出一套“小区”投资主体多元化、小区管理企业化、饲养管理科学化发展路子。主要采取“公司+牧场”、“公司+基地+农户”、“公司担保+贷款购牛+以奶还贷”等奶业产业化发展模式,实施“统一配种、统一供料、统一防疫、统一挤奶、统一治疗”的“五统一”管理模式,对养牛小区实施

标准化管理。这种模式,最大限度地方便了奶农:牛舍有人建,挤奶设备公司投,技术有专家培训,防疫公司操心,饲料统一采购,不分淡旺季,有多少奶收多少奶,而且奶款从不拖欠。奶户王先生说:“俺在这儿养牛,不愁管,不愁卖,只需一门心思养好牛。”也有人形象地把这叫做“空手道”致富法。

## 好基地,让好牛产好奶

现如今,河南花花牛公司的养牛小区已经成为当地的旅游景点,特别是已成为中小学生的课外活动参观基地。

每个小区四周用围墙与外界隔开,依据奶牛量及环境,小区划分的生活区、青贮饲草区、牛的饲养区、运动场紧密相连,形成统一规格牛舍,又分户饲养,错落有致,井井有条。每个小区都是集奶牛饲养、加工、饲草、疾病防治、员工生活休息于一体的大型智能化综合生态园区。

奶牛怕热,公司在牛舍屋面、室内安装了双层喷淋系统,引进韩国专用风扇,给牛降温。夏日炎炎,轻钢结构牛舍内,气温比外部低4℃~5℃。牛舍两边绿荫掩映,各有宽阔的活动场,奶牛可自由“运动”,管理人员随时清扫,场上根本见不到牛粪。

每天早7时、晚6时,牛群自觉排队进入挤奶大厅进行挤奶,瑞典先进的利拉伐挤奶机能同时给48头牛挤奶。应用仿生原理的挤奶器还模仿小牛吸奶的频率,适当播放音乐,使奶牛在轻松快乐的氛围中顺畅产奶,随后由公司的43辆奶罐车每天在恒温3℃的条件下运输到公司。

现如今,在水草丰美的黄河滩区,万余头黑白花奶牛在悠闲自在吃草的同时,悄无声息地通过花花牛公司这条经济纽带进入了规范管理,一批批新鲜、卫生、安全的高品质乳制品,也正通过河南花花牛公司的生产线,从绿色的黄河滩区,源源不断走上百姓餐桌……

## 花花牛,资本重组盼腾飞

“奶粉事件”重创了中国乳业,伤害了无辜的奶农和忠诚的消费者,肇事者已经受到了严厉的惩罚。花花牛公司认为行业格局的改变将为区域性乳制品企业带来做强做大的新机遇。

食品行业相关领导认为,中国乳制品工业产业政策已发布,核心问题是进一步提高行业门槛,河南乳制品企业应加速整合,先加紧内部整合,而后寻求向外整合的机会。

“在相同区域使用同一品牌生产几乎相同的产品,资源分散,相互制约。我们已经整合了销售资源,三个‘花花牛’变成生产加工基地,走出了第一步。下一步要把郑州花花牛、新郑花花牛和漯河花花牛资产重组,握紧拳头抢抓机遇。第三步拟引进战略投资者,按上市公司的标准打造一个新平台,力争用2~3年的时间,实现销售收入的翻番,达到8亿元~10亿元,实现花花牛上市。再用2~3年的时间力争‘花花牛’实现销售收入20亿元,跻身于中国乳业液态奶十大品牌行列。”河南花花牛乳业有限公司董事长李文献充满信心地证实了外界的分析。

目前花花牛的整合正在逐步推进,而花花牛品牌的提升战略也正在悄然进行。面对危机中的机遇,花花牛紧锣密鼓,步步为营,将应对目前危机和企业长远发展相结合,及时调整,制定了新的发展规划,而与美国嘉吉的战略合作将再一次提升花花牛这一品牌形象。

15年前,黄河之滨,在一片苜蓿摇曳的清香中,诞生了花花牛品牌。15年来,在全体花花牛人的拼搏努力下,“花花牛”一步一个脚印,一年一个台阶,实现了从小到大、从弱到强、快速扩张和高效发展的目标。

如今,黄河岸边摇曳的紫花苜蓿、三叶草,像绿色的绒毯铺在黄河滩区广袤的大地上;和风过处,红黄相映的牛舍前,一群群黑白花奶牛正安详地吃着绿草。位于经三路北端的花花牛基地,其标准化的养牛小区、生产线,现代化的检测仪器、技术研发中心等,用实力、用事实,无声地向记者展示着河南乳业快速发展的大画卷。晚报记者 聂广利

