

2018

创新 开放
高质量 竞争力

河北十大经济风云人物

特刊

把核桃饮品做成一个大市场
独辟蹊径发展壮大全国知名品牌的

——姚奎章



- 河北养元智汇饮品股份有限公司董事长
- 正高级工程师、省管优秀专家、河北省第十二届人大代表、衡水市第六届人大常委会委员、河北省食品工业协会会长、中国饮料工业协会副理事长、河北省农业产业化龙头企业协会副会长、衡水市工商联副主席
- 荣获河北改革开放40年知名民营企业企业家、河北省劳动模范、河北省优秀民营企业企业家、河北省轻工业优秀企业家、第五届河北省优秀中国特色社会主义事业建设者、省“巨人计划”第二批创新创业团队领军人才、河北食品工业科技进步先进科技带头人等荣誉称号。河北养元智汇饮品有限公司管理团队被省委宣传部授予“燕赵楷模·时代新人”称号

入选理由▶▶

伴随着“经常用脑，多喝六个核桃”这句广告语，养元饮品家喻户晓，年销售额超百亿，核桃蛋白饮品市场占有率接近90%。作为掌舵者，他以“持续引领核桃产业、打造卓越民族品牌”的初心，把一个名不见经传的小微企业，发展成为目前中国最大的集研发、生产、销售于一体的核桃蛋白饮料制造企业，让养元公司从不产核桃的衡水走向了全国，成为改革开放进程中民营企业成长壮大的样板。

他近20年笃定做一件事，心无旁骛，没有因市场波动和急功近利而偏离初心，把小核桃做出了大品牌。在竞争激烈的国内植物饮料市场上，他高瞻远瞩，审时度势，走“农村包围城市”道路，实现产品突围。他凭着敏锐的市场嗅觉，确立核桃饮品“有益大脑”的精准定位，契合了强大的市场潜在需求，核桃饮品由此进入黄金发展期，由原来的风味型边缘饮料变身成为“南北通喝、全国同饮”的主流饮料，“六个核桃”也随之发展成为家喻户晓的全国知名饮料品牌、行业领军品牌。

他将创新作为企业发展的主要驱动力，先后主导起草了核桃乳饮料行业标准、核桃乳饮料国家标准，企业占领了技术创新、行业发展的制高点。他在资本市场起舞，做大做强企业。2018年2月，养元饮品在上海证券交易所挂牌上市，成功登陆A股资本市场。一路高歌猛进中，姚奎章头脑冷静，希望通过上市倒逼建立现代企业制度。

饮料行业排头兵 品牌传奇缔造者

——记河北养元智汇饮品股份有限公司董事长姚奎章

□ 赵文凯

“经常用脑，多喝六个核桃”，伴随着这一句家喻户晓的广告语，养元饮品“六个核桃”风靡大江南北。改革开放40年创造了众多“中国奇迹”。河北养元智汇饮品股份有限公司的发展历程便是最好的说明。

河北养元智汇饮品股份有限公司成立于1997年，是国内核桃乳饮料的开创企业，也是全球核桃单体用量最大的加工企业。成立21年来，养元饮品深度聚焦核桃植物蛋白饮料，坚定走“专注核桃饮品”的专业化发展道路，严守“真材实料”的品质承诺，以品类创新、技术创新为抓手，构建“六个核桃”产品矩阵，创造了百亿销量的品牌神话。

养元饮品是一家具有独特文化气质的企业，养元饮品的高速成长，很大程度上得益于公司掌舵人“憨厚做人、激情做事”的行事风格。越来越多的人羡慕养元饮品的发展传奇，而谦虚内敛、低调憨厚的姚奎章始终坚信——“守正笃实，久久为功”。

创立一个好产品 以消费者需求为出发点

养元公司成立时，国内植物蛋白饮料市场正处于“北杏仁、南椰汁”时代，生产企业众多，市场竞争激烈。“跟随战略是成本最高的经营战略。作为一家从零起步、没有资源优势和产业基础的小微企业，我们没有选择跟进杏仁或椰汁饮料市场，而是将眼光投向了核桃，独辟蹊径，开核桃乳饮料先河。”河北养元智汇饮品股份有限公司董事长姚奎章说。

核桃有很高的营养价值，与杏仁、腰果、榛子并称为“世界四大干果”且有着“干果之王”的美誉，但在当时核桃饮料还是空白。养元以创业者的胆识和企业家的眼光，从消费者需求出发，将企业定位于核桃深加工，生产

核桃饮料，并研制开发出了国内第一款核桃乳饮料，并通过起草国家核桃乳饮料行业标准，推动核桃饮品在饮料行业中成为一个独立的细分品类。

任何新生事物的成长都不是一帆风顺的。作为饮料，口感永远排在第一位。即便再有营养，可是口感不好，这个饮料的市场也不会打开。养元在发展之初，由于掌握的技术水平有限，产品口感存在着“涩”“腻”问题，发展得非常缓慢。经过多年的潜心技术研究，2005年率先在业内取得了研发技术与生产工艺的双重重大突破，自主创立了国内先进的核桃饮品生产工艺，成功解决了产品“涩、腻”的口感难题。自主工艺创新带来的产品升级，不但为公司的崛起奠定了基础，更将整个行业提升到新的发展水平，为核桃饮品大步迈进饮料市场提供了强大动力。

保障一个好品质 以质量管控为关键点

姚奎章说，“质量安全就是生命。我们时刻牢记食品安全就是企业的生命，建立‘从源头到消费者’全方位质量管控体系，全程把控从原材料收购到生产过程的每一个环节，从源头把控、过程监督、制度建设、硬件支持、观念意识等各个方面全面加强管理和建设，持续完善质量管理机制，提高企业的核心竞争力。”

源头控制，强化原材料检验。原辅材料合格是产品质量安全的先决条件，为使源头控制更加有效，公司对所有采购的材料，严格按标准进行检验、备案，实现原辅材料来源的有效性可追溯性，对资质证件不齐全的原辅材料坚决不用，对检验不合格的原辅材料坚决退回。同时对供应商每年进行不定期评定，通过实地考察、现场审核、资质评价、入厂验收及使用过程中的质量情况

汇总等实现优胜劣汰，从源头保障了产品的质量安全。

过程监控，严控生产管理。过程决定结果，公司对工艺操作和生产过程进行严格控制，深度开展操作者自检、上下道工序互检、质检员专检、督察员巡检等工作，大力推行实施车间岗位零缺陷目标管理。同时为保证各工序运行顺畅，公司对生产过程进行全程监控，定期对生产活动进行归纳总结，及时对岗位进行预警，为公司生产品质过硬的产品提供了有力的支撑与保证。

建立质量体系，保障消费者权益。公司对所有产品进行留样观察，对每批产品进行抽样检测，每年与市局食品检测中心进行检验比对，确保了检测数据的准确性。公司还斥巨资建设健全有养元公司特色的食品安全检测实验室，能够完成对产品质量安全国家标准要求的所有检验项目进行定性或定量检验，还能够对生产过程中的主要监测指标进行检验，对微生物指标严加控制。同时公司还完善了原料检验系统、半成品在线快速检测系统、产品溯源体系信息系统等，对生产过程各项记录均进行严格要求，对每个批号的产品在销售台账进行认真登记，及时、准确掌握产品各项生产信息及市场流向，通过加强食品安全检测能力建设，从整体上提高公司产品的安全性，全面保障消费者的权益。

2018年，公司六个核桃院士工作站及博士后科研基地正式启动，标志着养元公司在推进产学研合作方面迈出了新步伐，在引进高层次人才方面取得了新成效，使公司的技术实力和研发能力提升到一个崭新的水平。

培育一个好品牌 以品牌建设为着力点

公司主导产品“六个核桃”以“安全、美味、营养”的内在品质，由著名主持人鲁豫担纲代言，“经常用脑 多

喝六个核桃”的品牌诉求，深受广大消费者喜爱，在国内核桃饮品市场占有率绝对领先的市场份额。公司在业内率先通过ISO22000食品安全管理体系认证和ISO9001质量管理体系认证。

品牌是企业构建核心竞争力的重要内容，公司遵从“品牌在外、产品在内”“先树品牌、后塑企业”的理念，精准定位，梯次发力铸品牌。

高起点站位创品牌。好的品牌名称是铸就品牌的第一步，公司为把好产品升级为好品牌，遵循“品类品牌命名法则”，站在核桃乳饮料品类代表的高度，创立了全新核桃乳饮料品牌“六个核桃”，简单、好记、上口、好传播，并有“六六大顺”的美好寓意。公司依托先进技术，集中资源推品牌。公司实行单一品牌战略，集中企业全部资源将“六个核桃”打造为核桃饮品中的专家品牌。一方面加大品牌传播的范围和力度，聘请明星为品牌担纲代言，拉近品牌与消费者之间的关系；另一方面加大品牌认知的深度与广度，吸引消费者注意，迅速提高了品牌的知名度，使“六个核桃”由风味饮料变成主流饮品；再一方面率先在业内施行深度营销模式，与经销商建立战略合作伙伴关系，深挖市场，健全网络，深化客户及顾客对“六个核桃”品牌的认知。

精准定位铸品牌。2009年之后，公司认识到只有大品牌才能成就大品牌，一方面为核桃饮品品类确立了“有益大脑”的精准定位，提出了“经常用脑，多喝六个核桃”的品类诉求；另一方面投入巨额资金在全国领先媒体上进行大力度传播。核桃饮品品类由此进入黄金发展期，实现了“产品品牌化、品牌品类化”，推动核桃饮品打开消费市场，“六个核桃”也随之发展成为家喻户晓的全国知名饮料品牌以及行业领军品牌。