

创新是企业可持续发展的源泉

《食品工业科技》2004年第六期“互动平台”栏目，我们向读者推出以下热点话题：

对于墨守成规者来说，“黔驴技穷”是对他们无情的嘲讽，也预示了他们悲剧的结局。在这个瞬息万变的时代，对于任何一个企业来说，跟在别人后面可能会勉强维持生计，但永远谈不上做大、做强。有一个故事讲，儿子问父亲：是不是父亲永远比儿子知道得多？父亲回答：那当然！儿子问：谁发明了电灯？父亲答：爱迪生。儿子反问：那爱迪生的父亲怎么没发明电灯？于是，我们有理由相信：打破陈规、穷则思变，也就是我们常说的创新是任何企业在激烈的市场竞争中立于不败之地的关键。

黄海英（杭州新绿香精香料有限公司总经理）

“逆水行舟，不进则退”。处于当今中国特色的激烈市场竞争中，创新不仅是任何企业立于不败之地的关键，更重要的是企业的前进与发展之本。相信这个理念没有人会有疑义。



对于新绿香精香料公司来讲，公司决策层一直向员工灌输“人无我有”，“人有我优”，这种观念强调坚持创新对企业的重要性。我们认为创新应该包括内外两个层面的涵义。首先是外层，也就是没有市场的需求，创新无从谈起。必须顺应行业发展的趋势，紧跟市场的需求和变化，不断地收集市场信息，加以科学的整理和分析，进而建立完备的、及时的、准确的产品综合开发计划，才能源源不断地推出既适销对路又引导潮流的新品种和新香型。

其次是内层，即遵循“科学技术是第一生产力”的理论，提高企业的整体技术含量，软件硬件

两手抓，两者缺一不可。众所周知，调香是一门“嗅觉艺术”，而另一方面，香精的研制和生产是一个以化学化工为基础，综合性科技要求很高的技术密集型行业，事实是在这两个领域，我国和国外先进技术相比仍然存在一定的差距。通过近几年的努力，这种差距有了明显的缩小。我们理应时刻保持清醒的头脑，倡导“学习、学习、再学习”的理性化态度，虚心学习国外的专业知识和相关技术，加以合理地吸收和运用，争取早日达到与之相等或相近的水准。因此，新绿公司每年投入一定比例的资金用于技术进步和革新，频繁地与国外顶尖品牌的香精香料公司和相关化学领域的知名企业的接触、交流，开阔调香、应用、分析、合成等各方面技术人员的眼界，提高他们的技术素养。与之相配套的，引进高科技的分析、检测方法和仪器设备，如固相微萃取 SPME 提香，微量同时水蒸气蒸馏萃取仪，GC-MS 仪等。运用这些技术和设备以及公司现有的独特技术，公司分析研究了大量天然食品的香气和口感成分，综合利用合成、调香手段，研制出多种天然香精，香味自然纯净，比如，龙井绿茶香精、花生牛轧糖香精、纯真粽叶

香精、原味酸奶香精等,深受客户的欢迎和国外专家的赞赏。

我们认为来源于天然,回归到天然食用香精公司和食品制造企业创新发展的必由之路。

王三平(吉林四平帝达变性淀粉有限公司总经理)

四平帝达变性淀粉有限公司成立几年来,公司产品销售平均以每年42%的速度递增,经营呈快速上升趋势。公司能够取得一个好的开端,与奉行的“以人为本、科技先行”、“建成具有高科技含量的科研创新型企业”的经营思想密切相关。

变性淀粉在国内起步时间不长,产品市场销售增长速度很快,但应用领域和应用程度与国外相比从总体上存在着“企业规模小、产品种类少、产品质量波动较大、应用服务不够”的差距。



而国外著名企业如CPC国际公司、美国NSCC公司、荷兰AVEBE

公司、欧洲赛力事达公司等大型淀粉及变性淀粉集团垄断着世界主要的市场。他们拥有先进的科研机构、优良的生产设备和大批的专业技术人才,不断开发新型的淀粉衍生物及其生产新工艺、新技术和新的应用领域。从淀粉植物品种的培育到淀粉加工,再到变性淀粉的开发及应用等已形成一整套的工业体系。

帝达公司在国内淀粉深加工行业上起步较晚,因此要想在行业上有所作为,产品创新是企业发展的必由之路。

公司成立伊始就确立了以国外进口产品为目标,首先通过模仿来吸收、消化国外技术,实现进口产品的国产化;其次是对现行产品的不断完善,最后通过加强企业自身的产品研究开发力度,以及与省内大专院校和科研机构联合开发生产具有自主知识产权的新产品,将企业发展成为国内淀粉深加工的龙头企业的产品开发、科研、创新三步发展策略。

在这个发展策略的指导下,公司先后开发出可应用于食品、造纸、工业胶粘剂等领域的16大系列、130余种产品,可针对用户的不同需求提供不同规格、种类的变性淀粉。

经过公司研发人员、商务人员、应用技术服务人员的共同努力,“帝达”牌变性淀粉已被众多用户认可,随着企业实力的不断加强,产品正在向国际市场迈进。

**金绍黑[成都金鹰生物技术研究
所、成都航空职业技术学院(研究员、
副教授)]**

科技创新是农产品加工增值的关键。成都金鹰生物技术研究所以主要从事蔬菜水果食(药)用菌等生物资源为主要对象的农副产品加工、精深加工(食品饮料调味品、植物功能成分的提取分离组合、组织培养等),综合利用及防腐保鲜贮藏运输的技术开发、转让、合作、培训、讲座工程及技术服务。创新与发展是食品、农产品加工增值的关键。



随着人们收入水平的不断提高,对加工型产品不仅可以提高农民的经济收入,开拓农产品市场的需求空间,而且可以延长农业的产业链,增加农产品的附加值。以普通的大蒜为例,将大蒜加工成盐渍蒜、蒜米、蒜脯、蒜酱、蒜泥等可增值1~2倍;大蒜加工成脱水蒜、蒜粉,增值2~8倍;蒜粉加工成调味品、胶囊(片),增值8~20倍;大蒜提取大蒜油(素)及胶囊(片),产品增值30~100倍。目前,我国许多农产品表面看来供过于求,实际上是加工能力和水平太低,也就是说农产品加工科技创新的能力太低,制约了农产品的加工增值和市场的扩大。我国往往将农产品或初级加工产品低价出口,经海外加工再以高价返回我国或行销海外市场,赚取高额利润。另据商务部去年进行的一项调查显示,87.9%的食品土特产品和畜牧产品出口行业,受调查企业称受到技术性贸易壁垒影响,82%的企业减少了市场份额,35%的企业则被挤出市场。

农产品加工企业要建立和完善与我国社会主义市场经济相适应的、新型的农产品加工科技创新体系,坚持以效益为中心,以市场为导向,把发展的重点定位在拥有自主知识产权,具有广阔市场前景的产业化项目上,大胆创新,并加强海内外有关农产品加工项目的相互支持和有机衔接,造就一个重视技术投入,鼓励技术创新的良好氛围,让各项新技术融入农产品中,全面提升农产品加工业的技术水平和产品附加值。为解决我国的“三农”问题,农产品加工增值,出口创汇,农民致富做出更大的贡献。

**赵巨龙(上海美双贸易有限公司
总经理)**

首先,我们公司非常注重产品的创新,注重新产品的开发。

一般说来,当香精调配师谈及天然香精时,他们所指的是100%从原水果中提取、制造的香精。这些

“指定果源”的技术能力将继续使果酸香精居于全球健康和天然成分消费潮流之前锋。在饮料方面,果酸香精的应用在不断增长。这主要得益于人们对有关香



精应用方面的知识提高。混合热带水果汁以及香型酒精饮料,如:伏特加、葡萄酒和啤酒等,都向香精业提出了特殊的挑战。成功的香精公司很理解,与饮料公司的沟通在成功开发一种理想的香精过程中起着重要的作用。

合理地讲,果酸香精在激烈竞争的果汁饮料环境中显得更为重要。目前,消费者在果汁和果汁饮料方面有着前所未有的广泛选择。当然名牌产品,如:TROPICANA、可口可乐和百氏可乐等都有相当的知名度。但即使这些公司也必须消耗大量的精力和资金来支持他们的品牌。消费者们已习惯于用形象品牌来识别某种产品。此种形象品牌是几种特征的组合,如:价格、包装,当然还有香精的特性等等。实际上,香精在消费者识别某一品牌和支持某种产品的全面形象方面起着犹为重要的作用。一种香精所创造的独特味道和芳香会在相当程度上影响消费者对某一种特殊饮料产品的概念。使用一种独特的果酸香精将使一种饮料有别于其它同类产品,并建立人们对其品牌的忠实。当达到此目的时,类似于价格等因素将成为消费者们在做出购买选择决定过程中的次要因素。

我们很幸运我们能在此行业中运作。这是一个崇尚天然原料的行业,也是不断创新、不断发展的行业,这一行业给予天然产品,如橙子、柚子、桃、香蕉、苹果或菠萝中提取的成分很高的评价。我们还确信,这种环境对果汁公司也同样有益。果汁和饮料公司采用天然产品,要比使用非100%天然原料更有竞争力。继续保持致力于天然高品质产品,一定会使当今的果汁生产公司在未来相当长的时期内持续处于回报率稳定的有利地位。

艾小春 (广州丰得利实业公司 总经理)



谈到创新,不能不说一下打码机的行业问题。打码机具有价格便宜、实用范围广、进入门槛低等特点,所以生产企业众多,其中就有部分企业不惜降低产品质量打价格战,我们曾经核算过,有些同行的打码机价格连我们的成本都不够,那只能靠降低产品原材料的品质来实现。这样的打码机能用多久呢?我们

希望能够行业自律,丰得利的产品价格是其产品它的好几倍,当然使用寿命也是其它牌子的打码机不可比的。为了避开和同行之间的低档次和价格方面的竞争,我们在产品的创新上采取了差异化的方向,例如使用丝网版、机电控制实行一体化、集成控制,而且使用不挥发、可环保的油墨,让用户将后期使用成本降到最低,而且维护方便等好处。

同时,丰得利在客户管理上的方面创新也是看得见的,今年,正好是丰得利公司成立10周年,丰得利为了更好地为用户服务,将所有的用户资料均在建档,包括用户购买时间、用途、机器型号等,定期回访,提醒保修等。丰得利就是要为用户提供高品质的产品和无后顾之忧的全程跟踪服务。经过10年的不断创新发展,丰得利在食品和日化行业都拥有了相当大的客户和固定客户,我们希望能在以后的日子里继续和大家一起分享丰得利的产品和服务,同时也谢谢大家长期以来对丰得利的支持!

王忠方 (吉林市康富芦荟开发有限 责任公司总经理)

吉林市康富芦荟开发有限责任公司成立于2000年8月,经过几年的艰苦创业,现已成为具有一定规模专业生产芦荟产品的公司。公司着眼于国外同行对产品的开发,通过自身的技术力量及与省内各大专院校和科研机构密切合作,逐步开发了芦荟粉、芦荟凝胶及其他芦荟终端食品。我公司的芦荟干粉产品尤为突出,我们经过科学特殊的生产工艺提炼芦荟粉,又经过超细研磨得到的芦荟干粉是食品工业的良好添加剂,能广泛应用于食品企业。

我国芦荟产业起步较晚,企业层次参差不齐,国内消费者对芦荟产品的消费误解,都使我国芦荟产业不能健康长足地发展。我们作为新兴的芦荟企业如何在这种形势下站稳脚跟,并且能够有一席之地,我们必定要更新观念,不断创新,开发新的产品来满足国内消费者的认可,使我们不断地壮大。

公司之所以能在市场上有一席之地,关键在于企业对创新的深刻理解。无论是员工,还是企业领导,我们从各方面不断创新。通过与科研单位的合作,使我们成为拥有自主知识产权并独立开发新产品的企业,从而使企业时刻保持着激情与活力。

创新是企业可持续发展的源泉,而科学技术才是企业创新的原动力。因此公司始终将科学技术与创新作为企业发展的重中之重。

经过我们共同的努力,我国的芦荟产业会健康有序地发展,使我们真正成为这个产业的赢家!



STEF