

一个本土品牌的崛起

——湖南省美津园粮油食品有限公司的品牌之道 ■刘西畴

2011年11月,2011中部(湖南)国际农博会上,中国工程院院士袁隆平驻足一个本土的粮油品牌展位——湖南省美津园粮油食品有限公司的美津园食用油展位,并向市民推荐这一品牌,继去年袁隆平院士连续两次为美津园食用油挥毫题字以来,这是他第三次亲临美津园,“民以食为天,油选美津园”,袁老的题字给予了美津园这一本土食用油品牌以特别的关注和厚爱。

农博会几千种品牌中,美津园凭什么独享殊荣?美津园凭什么能让德高望重的袁隆平院士亲睐有加、交口称赞?

美津园凭什么?毋庸置疑,一是品质!二是品质!三,还是品质!

这便是美津园的骄傲,一个本土品牌的荣耀,它用9年时间,创造了一个食用油品牌崛起的传奇。

这种传奇,树立了一个行业品牌崛起的标杆,唯一而不可复制。



▲在2011中国中部(湖南)国际农博会上,袁隆平院士参观美津园展区

小女子这厢“油”礼,内敛“美”名远扬之势

2002年长沙下河街,一间小门面,一个小女子,一辆自行车,借来三万元起步,在残酷竞争的业界略显寒酸,但就是这样一家不起眼的经营部,用真诚和汗水描下了品质至上“美名远扬”的第一笔丹青,为美津园品牌的孕育,夯实了最厚重的基石。

这个小女子,就是美津园的美女掌门人裴小芳。

9年前,裴小芳的油脂经营部湮没于长沙下河街林立的门面之中,骑着自行车上门送油的画像,像是一道美丽的青春风景,永远定格在裴小芳的心头。

这道风景,用真诚与汗水绘就,奠定了裴小芳和她的美津园。

她从坐等顾客上门,到上门推销,开启送油上门的先例,成功推开了长沙餐饮业食用油的大门,并占据一席

之地;她用简易、绿色的环保包装,用绿色环保的理念,悄然引领着长沙高档餐饮用油的时尚;她用“不接收不良品、不销售不良品”的宣言,迅速在业界站稳脚跟,在自己创业路上掘得了第一桶金……

当时诸多在下河街一道经营油脂门面的业主,都熟悉那道风景,也许当时并没有觉得这道风景有多美丽,因为大家都在坚持,不同的是,众多油脂门面经营者在日渐残酷的业界竞争中或平淡或挣扎或湮没甚至走向消亡,唯有裴小芳却一步一步走向了发展和壮大,到2006年,裴小芳经营的油脂竟然占据了长沙高档餐饮专用油市场的60%!

现在的下河街,曾经的那个门面已经随着城市的拆迁改造消失殆尽,只有当年的油脂香味还萦绕在

记忆之中。

于一个刚刚走上自主创业道路的大学毕业生来说,这份记忆是自己人生路上永恒的财富,对于六年后的美津园品牌来说,这份记忆是一次厚重的铺垫——当然谁也没有想到六年后,这个执着坚韧的女子和她的油脂经营部,竟会酝酿着一场本土食用油品牌格局的变革。

裴小芳就是这样,沉稳内敛,在简陋而艰辛的条件下,集聚着自己厚积薄发的能量,她用中国传统的“这厢有礼”,转化成为“油”礼,积淀着自己在业界的“美名”,这种美名依靠产品的品质和经营者的诚信——亦是一个创业者应具备的企业精神魅力。

于是,她开始谋划更大的发展,开始构建自己的食用油王国,开始走向品牌之道!

美津园逐鹿业界,顿悟“园”润生活之谛



浏阳市,美津园茶油生产基地,有一栋建筑风格迥异的楼,这是美津园打造的中国首家“茶油博物馆”,在这里可以体验茶油的种植和生产加工,可以了解茶油的历史,可以品味茶油的文化。这里,寄托着美津园逐鹿业界、“园”润生活之真谛:回归品牌文化。

美津园大举进军业界逐鹿江湖,湖南的食用油市场,迎来了本土新品牌的格局挑战。这种挑战不是小打小闹作坊式的试水,而是一个全新品牌的抢滩之战!

2009年一年时间内,美津园的红色“火焰”开始全面覆盖餐饮、团购、商超和渠道市场,第一次实现了真正意义上的产业化运作。

2010年、2011年,连续两年,美津园全国销售总额均超过1.5亿元,占据全省食用油市场近10%,在食用油品牌林立的油脂业界,这对于一个新成长起来的本土品牌来说,的确是一个营销奇迹。

美津园营销奇迹的背后,其实彰显着美津园丰富的品牌文化内涵,已经得到业界和消费者的认同与亲睐。

赋予品牌深刻而丰富的文化内涵,建立鲜明的品牌定位,并充分利用各种强有力的内外部传播途径形成消费者对品牌在精神上的高度认同,创造品牌信仰,最终形成强烈的品牌忠诚,这便是品牌文化。

美津园同样遵循着这样的品牌规律,美津园之所以能在油脂市场占有一席之地,裴小芳颇具前瞻性的品牌文化建设,对美津园大大口强企业的竞争能力、为品牌战略的成功实施提供强有力的保障。

品牌文化是凝结在品牌上的企业精华。品牌文化建设的最终目的是创造价值、服务社会、服务生活。

美津园“市场第一、顾客第一、质量第一、信誉第一”的企业宗旨和“做中国最优秀的粮油企业,做消费者最喜欢的粮油品牌”的企业目标,为美津园品牌文化做了最明晰的注脚:“科学养生、健康理念,均衡膳食、四季搭配”,一句话以概括:“园”润生活!

这是美津园一个本土品牌的终极价值,是裴小芳笑傲江湖之后的顿悟。

土品牌初出茅庐,磨砺“津”立天下之道

2008年3月,一个由局部变形字母“M”抽象图案和“美津园”三个组合的标志,在这个春天,开始招摇在长沙的大街小巷,耀眼的红色如皇冠、如火焰,昭示着这个标志的丰盈和内涵,一个本土油脂品牌初出茅庐,开始磨砺它的品牌成长之道。

这个本土油脂品牌就是美女裴小芳一手打造的美津园。

当年下河街的那个门面已经无法满足日渐扩张的经营,在众多小富即安目光的注目下,裴小芳在长沙上河国际成立湖南省美津园粮油食品有限公司,并在浏阳市农业科技产业园建立了生产基地,开始征战更大的市场,走上食用油生产和营销的品牌之路。

品牌是企业综合竞争力的体现,其基本指标在数量、质量和影响。

美津园也毫不例外:

它有自己的生产基地,3万亩天然山茶林基地和4万亩油菜基地,本身就是一个食用油品牌值得信赖的根本,提供最绿色健康的原料;它有自己的研发团队,从打造“维E”品类、创造油脂奇迹,到关注“心”健康的“智平衡”,它致力于绿色、科学、健康食用油的开发,涵盖茶籽油、菜籽油、调和油、餐饮油和礼品油五大系列48个品种;它有自己的罐装生产线,年产各种天然植物油近3万吨,能满足更大的市场需求;它有健全的质量检测机构和完善的质量管理体系,能保证消费者食用到的都是从美津园一滴一滴压榨出来的健康油、绿色油。

这就是美津园自己的品牌之道:一个以“创造绿色健康食品,提高膳食生

活品质”为企业使命的品牌。

这样有担当的品牌,注定是最具潜力的品牌。

2008年,美津园获得“全国工业产品生产许可证”,标志着裴小芳和她的美津园油脂开始由贸易型向品牌型过渡。

2010年美津园被评为长沙市农业产业化优秀龙头企业,成为湖南省餐饮用油领导品牌和首席供应商,同年美津园被评为湖南省著名商标,质量AAA信用等级单位,从此美津园开始全国招商,全面步入品牌营销的快车道。

裴小芳家有品牌初长成,美津园用它“津”立天下之道的历练,实践着自己品牌的责任。



用好籽 榨好油
颗颗精选 滴滴美味