

# 感恩节

## 特刊

2012年11月22日 星期四  
编辑/陈静 图编/言琼  
美编/陈懋 实习美编/陈阳  
校对/张郁文

A28

三湘都市报

大自然是最慷慨的馈赠者，它赋予我们伟岸而奇特的自然景观，丰富而宝贵的物种，而这其中又深藏了我们赖以生存的食物原材料，聪明而勤劳的华夏子孙利用大自然的馈赠繁衍生息，创造了博大精深的中华饮食文化。

中国饮食背后的文化核心是中国人“民以食为天”、“食道即天道”的价值观。因而对待美食，不仅仅要观其色、嗅其香、尝其味，更要心怀感恩——感恩大自然的馈赠，感恩辛苦劳作的人们所创造的中华饮食文明。

心怀感恩大自然与感恩食物的精神，怀抱回馈消费者与奉献社会的历史使命，身肩发扬光大中国饮食文化的责任，二十年来，康师傅专注于中国各地美食研究，专注于面食品质升级，从选料到烹制无一不地道考究，精益求精地打造每一种方便面的味道。

■记者 杨刚

感恩、传承、责任

# 让康师傅越做越强

从文化入手 以口味定江山

1992年，康师傅推出了第一碗家喻户晓、畅销大江南北的红烧牛肉面。但高瞻远瞩的康师傅没有停滞不前，更没有被“红烧牛肉面”的成功束缚手脚，因为它深知单一口味的方便面早晚会被市场抛弃。

于是，“对症下药”从口味着手寻找突破的想法开始慢慢成型。过去的数十年间，康师傅千方百计地将方便面的工艺与中国传统饮食文化中的菜系相结合，采集地方美食工艺、选择新鲜食材，记录下当地的人文环境，探寻美食生存的基点。

如今，康师傅已成功打造畅销全国的红烧牛肉面、香辣牛肉面、香菇炖鸡面、鲜虾鱼板面、酸菜牛肉面、卤香牛肉面、酸辣牛肉面“七大天王”。

以区域为基础 打造多元美食

除七大天王外，康师傅的区域口味更是百花齐放，以华中为例：地方天王爆椒系列两种口味爆椒牛肉面、爆椒排骨面满足了华中消费者爆辣劲爽的味蕾需求；区域Campaign千椒百味旗下两种口味麻辣牛肉面、白椒牛肉面演绎风情万种的食辣风尚；陈泡风云系列下的泡椒牛肉面，泡椒竹笋鸡面成就酸香爽口的地道陈泡享受，还有专属湖南的本地口味豉汁排骨，汁香绵浓，回味无穷。

以区域口味为战略布局、以遍布全国的生产线为基础、以高达两百余种口味选择为后盾，形成了康师傅所独有的产品运作模式，产品口味从“一味”到“百味”的扩张，为消费者带来美味新体验的同时，也成就了其不可撼动的市场地位！

以食物突破 打造中华风味

康师傅方便面，面才是主角。一碗好面，不仅是汤的味道，更是面的筋道，这才是面食传达的精神。

深谙面食之道的康师傅数十年如一日专注于制面工艺，打造出适合不同区域吃法搭配的面条。康师傅的食面八方，它结合“拌”、“炒”、“捞”、“燃”等干面烹制工艺，精选全国各地干面口味，开发出华北、东



北、华中、西北、西南等具有地区特色的干面美味。

无论你来自何方无论你对面条有多挑剔，总能在康师傅大家庭中找到一碗适合自己的好面。

谋品牌塑造 心怀世界第一

在美国，有一座可口可乐的展馆，展馆里放置了可口可乐所有的产品线，你甚至可以尝到1962年可口可乐的味道。而现在，在中国也有一座康师傅方便面的印象馆，定位是中国第一座展现面食企业文化的专业印象馆。

康师傅的品牌价值就在“康师傅”这三个字，拥有很丰富的中国饮食文化。它的口味走多元化路线，并且创新地将这种速食品与源远流长的饮食文化相结合。康师傅这种品牌运营、产品开发的创新已经获得了市场认可。如今，当中国方便面的产量占到全球方便面产量的一半，当康师傅已经成为全球方便面行业中在生产吨数、包数、营业额、营业利润等指标的“四项全能冠军”时，如何从过去依靠价格和规模取胜，转变到品牌运营和做基业常青的企业，成为康师傅人更要思考的问题。

虽然康师傅目前依然锁定“把中国国内市场做大做强”，但康师傅人相信，“未来的世界第一必定诞生自中国第一之中”。



# 民族情 中国味

## 民族品牌 [康师傅] 开创美味好生活

康师傅心怀感谢，  
20年来取之于社会、  
用之于社会，并不间断  
的以实际行动回报社会大众

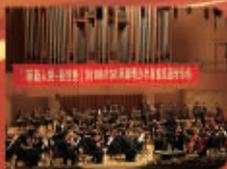
作为中国特色民族品牌的代表，康师傅不仅向消费者奉献优质安全的美味食品，更着力社会公益，从2008年起，连续4次荣获中国慈善领域的最高政府奖项——“中华慈善奖”中“最具爱心外资和港澳台企业类”，在文化教育、灾难救助、社会公益等方面全力尽责，回报社会。



文化教育：从成立以来，陆续投入5亿多元，持续关注内地儿童教育和福利。



图：顶新希望小学的孩子们



图：顶新集团康师傅持续致力于两岸青少年文化交流

灾难救助：积极迅速支援中国每一次灾难，并协调引入国际资源救灾。



图：5.12地震中，康师傅组成联合行动队伍深入灾区，并在绵阳市设立帮食点，为灾区同胞提供热水及帮食

社会公益：以企业名义积极号召社会公益。

