

不会有人想到,有那么一天,世界长寿企业的代表,曾经作为手机代名词的“诺基亚”、曾经作为胶卷代名词的“柯达”,会在主流市场消失。“科技以人为本”、“分享此刻 分享生活”,这些深入人心的广告语,似乎还在缅怀那些经典的记忆。

在世界范围内,企业生命衰亡期有一个规律,即不超过10年。一个个轰然倒地的“大象”级品牌,是这一铁律的验证,同时也带出企业如何基业长青的考问。

在湖南湘潭,却有这么一家企业,历经百年沧桑,饱受时代变局,依然屹立不倒,至今仍熠熠生辉。让我们一起来走进成立于1905年的张新发,不仅为了见证其109年的历史传奇,更为了探寻其成长的足迹,以期带给中国企业更多具有实际意义的启示。

有一种“变” 是百年张新发的“不变”

行业传奇： 百年兴衰更替像个传奇

德园的包子、和记的米粉、双燕的馄饨、德茂隆的香干……纵观这些从小就非常熟知的老字号企业(品牌),许多市民不由感慨万千,随着时光流逝,当下越来越多的老字号陷入了产品单一、商业化、门店没有特色的窠臼,逐渐从记忆中淡去。

而在这其中,成立于1905年的张新发却是一个传奇般的存在。不仅历经百年,品质依然如金,如今品牌升级后,一时间风光无二,成为湖南省内第一槟榔品牌,市场占有率遥遥领先。

湖南人嚼槟榔的习俗由来已久,据考证已有400余年,这一个小小槟榔果,更是被誉为“四大南药之首”。《本草纲目》记载:槟榔味苦、辛、性温,具有驱虫消积、下气行水等功效。明清时期,槟榔尚是皇室贵族的专享品,像《红楼梦》里贾琏向尤二姐讨吃的槟榔,像慈禧老佛爷金银宝盒里装着的槟榔,想必也是当年出了名的商号供奉的。

然而,历史巨变中,槟榔文化史志无人拾掇,曾经辉煌显赫的槟榔商号,多已无从考证寻觅。

所幸,曾经贵族化的槟榔,在湘潭手艺人孜孜不倦的探索中,“飞入寻常百姓家”。如同由传统中药熬制成的药膳“凉茶”一样,槟榔从一味传统中药材,逐渐发展成湘潭地区的一种特色食品。其中,1905年开始挂牌经营的“张新发”门店槟榔,因取料上乘,加上祖传的秘制配方,更是受到几代湘潭人的喜爱,成为湘潭槟榔文化的一份中坚力量。解放后,湘潭市人民政府授予“湘潭老店张新发”以“槟榔大王”的称号,并颁发了木质牌匾。

专业支撑： 槟榔史上浓墨重彩的一笔

湖南人嗜辣,天下闻名。殊不知,一个湖南人倘若远游,行囊中或许不带辣椒,却一定少不了一包槟榔。2010年7月23日,上海世博会湖南周,10万颗自然醇香的槟榔作为湖南名片纳入展馆,免费供来自世界各地的世博会游客品尝,便是最好的例证。

从最初一把菜刀、一个盆子、一块砧板夫妻店似的“散兵游勇”,到如今规模企业50余家、年加工量20万吨、年产值近百亿的食品加工龙头行业,湖南槟榔发展的背后正诠释着一个小小果子的裂变传奇。

湖南省槟榔行业协会相关人士介绍,当下正规槟榔厂商生产的槟榔不仅有严格的生产标准,而且有专业化、机械化、规模化的支撑,经过30多年的产业化发展,目前大部分企业已经实现了洗籽、发籽、切籽、封口、包装等方面的机械化,安全质量与其他食品行业一样完全能得到保障。



一九一零年 张新发为革命捐款
1910, Zhang xinfu donated for revolution

产业神话： 张新发的兴衰史,也是一个产业的发展史

除了悠久而深厚的历史底蕴,张新发在品质和口碑方面也在湖南槟榔史上留下了浓墨重彩的一笔。张新发槟榔均取自海南岛上的品原果,颗颗精选,保证了槟榔果实中槟榔油、生物碱、儿茶素、胆碱等有益成分的品质,因选料上乘、秘方精制、口感醇厚、回味悠长,且诚信经营,深受街坊喜爱,名声远扬,时至今日,在激烈的行业竞争中,“张新发槟榔”秉承其秘制配方和独特的制作工艺,仍在湘潭本土占有很大

的市场份额。

历经百年,张新发从最开始的如日中天,发展至20世纪初已经日渐式微,在众多新的槟榔品牌中,逐渐沦为小众食用的槟榔品牌。

为了更好的发展“张新发”槟榔品牌,传承“张新发”门店槟榔精髓,2012年12月,张氏与槟榔标杆企业湖南皇爷食品有限公司正式合作,湖南皇爷食品有限公司斥巨资从“张新发”后人手中整体收购了“张新发”品牌(含商标等知识产权),以门店连锁经营

专家分析： 张新发存续百年,在于其变与不变

如今,消费者购买家电产品不再是走进传统卖场,而是先上网比价;买一台电视,不再是先交钱再提货,而是需要先在网上抢预约码……互联网浪潮已经让传统企业经营模式发生变革,线上和线下的边界日益模糊。

在诺基亚的故乡,芬兰瓦萨市市长斯特兰德接受采访时说,“忽视了用户体验,就要失去市场,这是竞争法则。”关注槟榔的人,都会对百年张新发不断开拓创新,推出新产品的速度和节奏惊讶。

在过去的2年内,百年老字号张新发为进一步丰富消费者的味觉体验,张新发重力开发“清爽味”新品,采用独特的“青果烟制”工艺,向消费者提供了“槟榔大王”张新发的多样选择。这款经过长时间的反复研究调试、倾心打造的张新发新品类,不管是在前期的选籽还是后期的制作上,都将湘潭槟榔的传统制作工艺与现代技术进行了完美地结合,产品无论在品质还是品相上都是难得的佳品,正是张新发不断丰富与创新的体现。

模式,实现“百年张新发”品牌升级,沉淀了上百年历史的湘潭槟榔文化更加芳香四溢。一个老字号的复兴由此开始。

很多人都在说,通过探寻以张新发为代表的湖南百年槟榔老店的发展史,其实也可以发现湖南槟榔产业的经济脉络。

如今,当市场上所有槟榔包装袋上写的生产厂家都是湖南湘潭时,它计划将在2012-2016年的五年时间内,实现总销售额500亿元。

移动互联网、云计算、物联网、自媒体、大数据……新的事物不断涌现,传统的生活方式、企业的商业模式、产业的发展方向甚至人们的思维方式,都正在发生颠覆性的变化。奇怪的是,走进张新发工厂,时间似乎又是静止的。

109年前的工艺配方,传承不变的严苛的酿造标准和流程,每一次切壳、每一次点卤,都有严格的规定……109年,张新发对工艺的态度一丝不苟,对质量的标准决不妥协,严谨、执着,百年坚守,只为制作一颗好槟榔。

观察

张新发 守正出新的启示

《基业长青》的作者柯林斯,在颠覆有理、变动不断的过程中,经过6年的研究,“在巨变中寻找不变的通则”,其中有一条就是:高瞻远瞩的公司几乎都虔诚地维持核心理念,很少改变。

专业化还是多元化?短期见利见效还是长期可持续发展?要规模还是要效益?“变”与“不变”之间,这些矛盾、纠结、诱惑和抉择,长期影响着企业。纵观张新发109年,真谛就在于对高品质“不变”的坚守。

把握好企业发展中的“变”与“不变”,才能创造企业发展的持久生命力。作为传统企业的张新发,赢得竞争新优势的法则,可以总结为“守正出新”。“守正”,是要守住企业的核心竞争优势,比如张新发的百年好品质,守住“永远满足消费者需求”的真理;而“出新”,则是“与时俱进”、以新求“鲜”,比如不断地推陈出新,尝试新口味,生产新产品。只有这样,才有可能在坚守中创新,在创新中坚守,从而赢得美好的未来。

这或许是张新发,这家有着109年历史的传统企业,带给中国企业“变”与“不变”的辩证力量。