

品牌 Brand

奥星粮油：塑造双低油菜第一品牌

□本报记者 付嘉鹏 张广普

“老板，来一碗面！”
3月27日晚上，在沙洋县城的街边小吃摊儿上，湖北洪森天利油脂生物科技有限公司办公室主任姚勇，体贴地为湖北奥星粮油集团公司董事长梁红星要了一碗面条。

虽然较晚加入集团的分公司，但洪森天利公司的许多员工已经了解了他们董事长的饮食习惯。

“他从来都是一碗面条解决一顿饭，然后紧接着去忙工作。”

近几年，梁红星总是很忙，忙着参加各类会议，忙着筹备每届油菜花旅游节，忙着投资兴建“中国双低油菜科技文化产业园”。

“双低菜籽油代表了中国油菜的最高科技水平，把双低油菜打造成强势产业、强势品牌是众望所归，也是湖北打开资本市场的强势产业之一。奥星粮油集团通过建设‘中国双低油菜科技文化产业园’，可以充分挖掘并利用沙洋的双低油菜农业科技及产业资源和潜力，实现企业的集约化经营，以此提高企业盈利能力和抗风险能力，实现企业的良性循环和做大做强。”梁红星说。

塑造强势品牌

中国双低油菜科技产业园是湖北省农产品加工“四个一批”工程十大重点产业链项目，占地面积500亩，主要建设中国双低油菜科技研发中心、每日20万瓶自动化灌装中心、仓储物流交易市场和植物蛋白、双低保健品、生物科技、植物萃取项目等。2013年初，该产业园已经在沙洋经济开发区奠基



奥星粮油集团通过建设“中国双低油菜科技文化产业园”，充分挖掘并利用沙洋的双低油菜农业科技及产业资源和潜力，实现企业的集约化经营，提高企业盈利能力和抗风险能力，实现企业的良性循环和做大做强。

建设。

近几年，湖北奥星将“中国双低油菜科技产业园”作为集团中心工作来抓，梁红星更是事必躬亲。

姚勇介绍说：“这是湖北奥星粮油集团为全面践行‘四个一批’工程，打造‘双低油菜科技产业链’，实现双低油菜品牌化目标而做出的一次重大投资决策决策。”

一直以来，作为油菜籽的生产消费大省，湖北省的油菜产业长期停留在提供初级原料的低端产业链上，缺乏全国知名的菜籽油品牌。

“我们使用了先进的科技，先进的技术，优良的品种，但因为无品牌拉动

不了消费，使油菜科技成果转化成为难题。”梁红星说。

尴尬的现实逼迫下，奥星粮油高举“塑造双低油菜第一强势品牌”的大旗。

“奥星粮油刚刚从一家生产型企业向品牌型企业过渡，近几年才开始进行品牌创建。我第一感悟是，品牌是一个产业的灵魂，同时也是一个企业的灵魂，品牌水平的高低决定了行业发展水平的高低，是衡量我们行业发展水平高低的惟一标准。”梁红星认为，品牌化竞争已经成为当今食用油行业竞争的核心要素，菜籽油行业品牌的短缺直接影

尴尬的零品牌油菜产业

□本报记者 付嘉鹏 张广普

湖北省荆门市是长江流域最核心的油菜种植区域，是湖北种植油菜第一市。常年种植面积200万亩，种植面积约占湖北的1/10、全国的1/60；总产量35万吨，约占湖北的1/7、全国的1/40，现已成为全国油料产业带的核心区。

作为湖北最大的优质双低油菜生产区，荆门市油菜种植面积大，品种优，产量高。近几年，荆门市油脂加工企业迅速崛起，全市有日处理能力100吨以上的油脂加工企业20家，年处理油料能力200万吨，精炼能力50万吨，居湖北第一。

然而，在如此众多的加工企业之中，有区域性影响力的品牌寥寥无几，能影响全国市场的品牌，还没有出现。此现象成为荆门油菜产业人士的痛。

品牌林立

中国粮油学会油脂分会会长王瑞元曾表示，油菜籽是我国最重要的油料作物，在很长的历史时期里，菜籽油一直是我国食用油市场的当农产品，为我国食用油市场的供应做出了贡献。

作为国内油菜种植第一大省，湖北荆门自1994年以来，全市大力推广优质高产的双低油菜，目前种植普及率达到了95%，基本上实现了油菜双低化。油菜籽平均亩产达到200公斤，单产是全国的1.5倍，油菜生产

成为当地农民增产增效的重要途径。

荆门市粮食局负责人介绍，丰富的原料，使得荆门地区积聚了众多油菜籽加工企业。如今，湖北省10家年加工能力30万吨以上的大型油脂加工企业，4家在荆门。奥星粮油（洪森天利）、日月油脂均为国家级重点龙头企业，中粮祥瑞是中粮集团布局长江流域的第一家大型油脂加工企业。

据了解，在荆门地区，“奥星”、“玉树”、“三月花”等品牌的菜籽油，已经成为全省四大优质菜籽油之一，“三月花”、“荆楚花”、“荆星”菜籽油成为湖北省名牌产品，远销全国20多个省市。

荆门市政府相关负责人评价表示，全市加工企业数量众多、参差参差不齐。“既有工艺设备先进、年加工20万吨以上的大型加工企业，又有工艺水平落后、日处理不足100吨的作坊式企业。

即便如此，粮油市场报记者随机采访的几位湖北当地消费者中，几乎无人能说出荆门当地的菜籽油品牌”。

“中国菜籽油产量占食用油消费量的40%以上，而中国十大食用油品牌中没有菜籽油；世界油菜看中国，中国油菜看湖北，而湖北没有一个油菜籽品牌挤进中国十大食用油品牌，不能不说这是中国油菜、湖北油菜的悲哀。”湖北省油菜办公室主任田新初说。

湖北奥星粮油集团董事长梁红星也坦言，全国已经有几百个菜籽油品

作为湖北最大的优质双低油菜生产区，荆门市油脂加工企业众多。然而，在如此众多的加工企业之中，有区域性影响力的品牌寥寥无几，能影响全国市场的品牌，还没有出现。此现象成为荆门油菜产业人士的痛。

牌，区域性品牌很多，但都处于整合阶段，全国知名的菜籽油品牌还没有出现。

鲁建华定位咨询公司负责人鲁建华认为，菜籽油产业必须升级，而强势品牌是源动力，是菜籽油产业转型升级的关键。

标杆待现

“中国的众多农产品有品类，无

品牌，产区就是农产品企业的名片和身份证。”湖北洪森天利生物科技有限公司负责人认为，湖北是“全国油菜第一大省”，油菜是湖北省大宗农产品中最具区域优势、最具开发潜力的农作物之一。将湖北的油菜产业推向全国，使之在全国农业发展中具备领先性和代表性，必须与企业的品牌资源进行绑定。

上述负责人举例表示，蒙牛在“特仑苏”的广告中打出了来自乳都核心区——“和林格尔”的产区概念，其实在蒙牛没有在和林格尔建厂之前，和林格尔只是一个默默无闻的贫困县，但通过传播和林格尔无疑成为消费者心目中的乳品天堂产区，蒙牛无疑是最大也是最长远的赢家。

“也就是说，一个产业的成功，必然伴随着一个领袖品牌的诞生。”上述负责人认为，品牌缺失，已经成为湖北油菜产业的困局，但是，对于诸多湖北油菜深加工企业来讲，却是一个不容忽视的机会。

业内专家表示，如今，消费者对于湖北的油菜资源，还没有形成认知，那么，谁率先打造品牌，提升品牌的知名度，让消费者由对该品牌的认知进而深入到对品类认知，谁就能够成为该品类的代表，抢占该品类的高峰。因此，创建品牌，是湖北油菜深加工企业的一个必修课，也是企业发展的一个重要的机会点。

奥星粮油和洪森天利，无疑已经

响了中国菜籽油行业和企业抵抗市场风险的能力。

引领最潮流科技

过硬的产品，是品牌的坚实支撑。长期以来，由于加工技术上的瓶颈，有“东方橄榄油”美誉的双低菜籽油，只能充当调和油、火锅底料的配料。

品牌是基于产品之上的，如果没有产品，品牌无从谈起。奥星粮油始终把品质放在第一位，产品是经过严格的生产检验的。

为了使人们对菜籽油有了全新的认识和价值定位，奥星粮油与中国农科院油料作物研究所、华中农业大学等科研单位合作，研发追踪国内外生产加工新工艺和消费新趋势。为打造绿色、健康、安全的油制品，奥星粮油采用冷榨、100%纯香压榨新工艺，避免了化学溶剂污染对人体健康的危害，采用低温和适度精炼制油工艺，最大限度地保留了油的活性成分和营养物质。

奥星粮油自主研发的40℃以下冷榨菜籽油新工艺，和国内目前菜籽脱皮冷榨工艺相比，产品达到了德国冷榨菜籽油同等质量标准，改变了传统菜籽油颜色过深、油烟过重等缺陷，降低了工艺的复杂性，为冷榨菜籽油的规模化生产奠定了良好基础。奥星粮油联合高校成功研制的20℃以下低温、真空脱臭新工艺，不但保证了油脂营养成分不流失、不变性，还解决了传统菜籽油芥末味过重的问题，使菜籽油更能适合广大消费者的口味，其“奥星”牌双低菜籽油因此一举摘得“湖北优质菜籽油第一品

牌”桂冠。

梁红星说：“要保证粮油产品安全，技术创新是关键。我们每年在技术创新的投入都很大，但正是这些新技术，使我们敢于承诺自己的产品更放心、更安全。”

不仅在技术上追求更安全、更放心，在外包装等细节方面，奥星粮油也花了不少心思。目前，奥星粮油推出精品菜籽油，用铁罐替代透明食用油瓶包装，使奥星纯香压榨菜籽油、双低冷榨菜籽油等颇具特色的菜籽油新产品更上档次、更具品位。

“这种新包装并不仅仅是为了美观。食用油采取透明塑料瓶包装有两个不足：1、塑料会微量溶解在油脂里，有害人体健康；2、透明包装容易导致食用油光氧化，缩短保质期。而使用铁罐包装既稳定又避光，保质期可达到2年以上。”梁红星介绍说。

在生产管理方面，奥星粮油严格执行出厂检验制度，产品生产记录、检验记录和销售记录完整齐全，产品批批检验、批批留样，未经检验或检验不合格的产品不出厂销售，售出的产品要具有可追溯性，发现问题要及时召回，让那些不达标食品无法进入流通领域。

其倾力打造的放心粮油“奥星模式”成为当地粮食行业协会主推的放心粮油工程示范模式。

目前，湖北奥星粮油集团公司已具备100万吨油料加工能力，拥有11家全资公司及控股分公司，现有员工1200多人。近几年来，奥星粮油集团中国粮油行业协会发布最新行业排名中名列前茅。

田新初：如何创建中国菜籽油好品牌

□本报记者 付嘉鹏 张广普

油菜是湖北省的优势产业，种植面积1800多万亩，占夏收作物面积的60%以上，在大宗农产品中，油菜是最具优势、最具竞争力的作物。湖北省委、省政府对油菜产业历来十分重视，高度关注，推动发展。

湖北省油菜办公室主任田新初认为，湖北油菜产业发展过程中有“两个突出”：1、油菜产业的发展成绩突出；2、油菜产业的发展难点突出。

田新初表示，湖北省油菜产业从2010年起双低率在90%以上，而收购价格除极少数油脂企业加价收购外，绝大部分的油菜籽没有实行优质优价。投入与产出失衡，价值与价格背离，严重影响着发展双低油菜生产的积极性。

同时，尽管湖北推行了油菜轻简化栽培和机械化生产技术，每亩种植油菜的用工量由2004年的10~13个工降到了6~7个工，但全省油菜生产机械化程度仍比较低，劳动强度大依然制约着生产成本的降低，依然制约着油菜生产的发展。此外，国家在粮油作物政策扶持上，油菜一直处于劣势地位，与同季作物的小麦相比差距很大。

如良种补贴政策，油菜良种补贴每亩10元，此政策一直沿用了6年没有变化。而小麦除良种补贴外，还有粮食综合直补等政策，每亩合计68~70元；再如收贮政策，小麦有最低保护收购政策，而且是在种小麦之前就下达，而油菜只有一个临时收贮政策，还不能保证全部收购，而且下达时间晚，最近2年都是在油菜登场后1个月下达。

“中国菜籽油产量占食用油消费量的40%以上，而中国十大食用油品牌中没有菜籽油；世界油菜看中国，中国油菜看湖北，而湖北没有一个油菜籽品牌挤进中国十大食用油品牌，不能不说这是中国油菜、湖北油菜的悲哀。”田新初说。

在田新初看来，创建中国菜籽油品牌是多年来从事油菜工作者的梦想，而创建了“湖北优质菜籽油”品牌，开辟了“湖北优质菜籽油”市场，结束了买不到菜籽油历史、带动了湖北油菜产业发展的奥星菜籽油，最有希望实现这个梦想。

田新初建议，在品牌建设方面，奥星菜籽油应该优化产业布局，夯实建设基础；统一质量标准，打造品牌信誉；实施有序管理，树立品牌形象；推进科技创新，提高竞争能力；大力宣传推介，扩大品牌效应。

鲁建华：强势品牌是菜籽油产业转型升级的关键

□本报记者 付嘉鹏 张广普

“如果一个品牌不强，那么企业只有依靠低价生存，必然对内收缩上游农民利益，对外向政府要政策和补贴，同时，企业利润积累不够，致使技术进步没法促进，如此恶性循环，农民、涉农组织有巨大的造假、使用有毒农药的冲动，这样会导致农产品、食品安全问题频出三农问题解决无从谈起，农业产业化也不可能实现可持续发展。”鲁建华定位咨询公司负责人鲁建华表示。

菜籽油产业必须升级

作为鲁建华定位咨询公司负责人，鲁建华认为，菜籽油产业必须升级，而强势品牌是源动力，是菜籽油产业转型升级的关键。

“产业不升级，产品销售规模上

不去，产业价值创造不出来，产业形象与生产规模严重失衡，三农问题无法从根本上解决，整个行业为他人作嫁衣。”

在鲁建华看来，原来的油菜产业是龙头企业带动的非品牌化农业产业化道路，也即“弱势品牌+龙头企业+基地+农户。”由于没有强势品牌带动，在农业产业化发展的初期，这些品牌对农业生产、加工和销售组织化程度的提高，起到了一定作用。但如果长期不打造品牌，又占据了稀缺的农业资源，他需要不断地以低价获得市场，不仅可能拖累农业发展，而且让绿色、循环农业经济建设化为泡影。

鲁建华认为，强势品牌带动的品牌化农业产业化道路，应为“强势品牌+龙头企业+基地+农户”。

“真正的强势品牌，企业依靠高附



加值生存，对上游更多考虑农民利益，对外呼吁公平竞争；其溢价和规模销售为技术进步提供坚实的资金保证。”鲁建华表示，强势品牌对农民生产技术要求高，农民也可因技术进步而持续提高收入，同时，因为彻底解决了三农问题，农户、涉农经济组织没有动力去造假，在强势品牌的推动下，农业产业化进一步向更高层次的市场化方向迈进，实现可持续发展。

定位是强势品牌的核心

鲁建华说：“定位就是在与竞争对手正式开战前进入和占据一个最有利的位置。定位是建立在竞争之上，随竞争的发展而发展。竞争导向要求营销者首先要考虑的问题是如何让自己的品牌与竞争品牌区分开来，实现差异化。”湖北省生产的优质菜籽油饱和脂

肪酸含量较低，一般为7%，明显低于橄榄油；油酸和亚油酸含量较高，两者之和占全部脂肪酸的82.3%，与橄榄油相当。

鲁建华说：“菜籽油的营养价值堪比黄金，这是事实；但价格只能比调和油高一点，完全不能与橄榄油相比，人们对橄榄油趋之若鹜，对菜籽油是视而不见，价格比别的油贵那么一点点就不愿意买，这就是认知，消费者对菜籽油的认知。认知与事实部分或完全背离，这是商业中的事实。”

“什么是事实？其实事实也是一种认知，是一种受包装蒙蔽的、一种受你观念影响的认知，是一种已经深入人心的认知，一种显而易见的可以作为一种共识的认知；甚至是一个角度、一个侧面、一个方面的但人们普遍相信的认知。”鲁建华由此结论说，油菜产业必须升级。