董事长石聚彬深入车间参与研发

用“好想你”三个字为红枣代言绝对是个非常艺术的决定。中国人重感情，“想”字几乎不离口，对爹妈、爱人、孩子、亲戚朋友、同事、知己都爱用这个字，甚至几千年文化中，从唐诗宋词到散文佳作里也满是抒发“想”的味道，用来寄托世间沉浮、情感变幻。再倒过来说“好”字，这是一个非常美妙的字，可用来形容世间万物的美丽、优秀、正义、善良等，也是寻常人在生活中表达最真挚感情的不二之选。所以，新郑红枣上市企业的掌舵人石聚彬将“好想你”三个字冠于公司和产品，绝对是超凡脱俗之举。而事实也证明，“好想你”红枣也确实具有超凡的魅力，能跟着“神八”上天遨游，能下海在股市中显威，并非浪得虚名。

吆喝着做生意对中国商人来说绝不陌生，这几乎是所有商人在原始积累阶段努力修炼的功课，但这之后，能脱颖而出的生意一定只属于某一个强势崛起的品牌。带着好想你枣业股份有限公司（以下简称“好想你公司”）一路高歌的石聚彬对此深有体会，他说：“好想你公司的大门上有‘道德产业、良心工程’八个字，公司发展20多年来，一直追着这八个字走，不为别的，就想打造出一个硬气的红枣品牌。”

凭借20多年的苦心经营，“好想你”红枣终于在全国打响，并成为驰名神州大地的响亮品牌。“好想你”怎样成就自身品牌的传奇故事？“好想你”品牌的魅力究竟在何处？带着一连串疑问，记者昨日走访好想你枣业股份有限公司一探详情。

好想你：驰骋神州二十载 铸就中国红枣第一品牌

好想你枣业股份有限公司于2011年5月20日在深圳证券交易所成功上市，成为中国红枣第一股。

1 起步篇▼ 拨开迷雾见青天

好想你公司所在的新郑市，因盛产红枣，被誉为中国红枣之乡，其种植红枣的历史可以追溯到8000年前的裴李岗文化。改革开放后，新郑红枣种植业迎来发展的春天，多达数十万的当地群众纷纷涌入枣树林淘金。这期间，为鼓励和扶持本地红枣种植业发展，该市引导培育出20多个枣树新品种，并获得国家新品种名录保护。

红枣种植业蓬勃发展，带动了红枣产量增加，也直接激活了庞大的红枣加工业。当时的新郑市，尤其是孟庄、薛店镇一带随处可以见到大大小小的红枣加工厂，好想你公司的前身新郑奥星实业有限公司也在此时起步，并开始参与市场竞争。红枣加工工厂、作坊如雨后春笋般地出现，为百姓增收拓宽了渠道，但由于缺乏科学引导，造成生产、竞争环境极度混乱。当时，除了少数几家龙头企业外，还有40多家乡镇企业和数以百计的家庭作坊式加工点，这些小企业设备简陋，甚至还停留在手工作坊式的生产阶段，导致生产效率和产品质量非常低。

“这种情况如果发展下去，新郑红枣的美誉就撑不住了，只能砸在种枣人的手中……”上世纪80年代起就牵手大枣种植的石聚彬看到家乡红枣进入恶性竞争阶段后，马上警觉起来，并意识到新郑大枣加工业必须转型，必须创出品牌向外发展。石聚彬说：“当时的情况不容人再糊涂下去，到处是管理不善的小作坊，设备落后、加工质量低劣……长此以往下去，新郑大枣恐再无翻身之时。”

怎么转型？怎么脱困？善于审时度势的石聚彬经深思熟虑后捧出了“好想你”的牌子，并将原本的新郑奥星实业有限公司更名为新郑好想你枣业股份有限公司，同时他还将新公司的生产、销售等标准全面提高，立下志愿欲打造“好想你”红枣品牌为河南的名片、中国创造的名片。

2 成长篇▶ 将心比心迎挑战

在风口浪尖上飘摇而立后，好想你公司发现等待她的并非是朗朗乾坤，而是一连串的考验和挑战。

2004年是中国食品安全事故频发的一年，先是龙口粉丝“吊白块事件”，接着是河北鸭蛋“苏丹红事件”，接踵而来的是波及全国的“瘦肉精事件”和“激素鱼事件”，一时间，食品安全问题骤然热烈起来，人们开始讨论这样的食品是否能入口，那样的食品是怎么样加工出来的。老百姓对食品的谨慎态度不仅给食品业发展带来了压力，也使国家和有关部门更加重视食品安全问题。

“大浪淘沙沙去尽，沙尽之时见真金。”食品安全问题出现后，一场全民喊打食品违法的时代随之到来，国家有关部门和广大百姓一道对食品违法行为穷追猛打，如大浪淘沙一般将危害食品行业发展的害群之马踢出局。此时，在食品行业刚刚有所建树的好想你公司已进入大众视野，面对突如其来的挑战，好想你公司没有慌张，而是以更大的决心要做食品行业中的“真金”。

要做“真金”，就得经过千锤百炼。为在全国食品行业中树立好想你公司的食品安全生产的形象，好想你公司在当年召开了一个具有重大历史意义的会议，并宣布两条改进红枣加工的方案：一是借鉴医药行业标准建立净化车间；二是采用精细化清洗工序，通过冷水、热水交替对原料红枣进行全方位清洗。此套方案宣布后，会议室里炸了锅：按医药行业标准的投入很大，值得花这个钱吗？平时抓得严点不就行了；高射炮打蚊子，小题大做；投入太大，公司运作恐怕会出现问题……

新的生产方案引来连片的反对声，令石聚彬始料不及，但他决定不在这个问题上让步。之后，一向温文尔雅的石聚彬一改往日形象，力排众议，要求必须执行下去，一干人等这才没有继续反对。回忆当时斩钉截铁的拍板，石聚彬有些激动地说：“当断不断反受其乱。我认为按药的标准去生产红枣、精细化加工红枣是非常正确选择，食品企业是一个良心产业，决定食品质量的关键因素就是生产者的良心，对着消费者昧良心，那是没有前途的。另一方面，好想你公司一直倡导‘安全、卫生、营养、口感’的企业核心价值观，此时就应该落实到具体行动上，将心比心地对待消费者，消费者才会喜爱你。所以，好想你当时不是为了出风头，而是要彻彻底底地站出来率先垂范，为全行业带个好头。”

最终，在石聚彬的带领下，好想你公司全面升级生产质量标准、流程设备等，其中包括按照医药行业GMP标准建立十万级净化车间，并于2005年3月投入使用；制定标准完善的GMP制度，相继通过了ISO9001：2008国际质量管理体系、ISO22000食品卫生安全管理体系、HACCP食品安全体系等相关认证。

3 奋斗篇▼ 剑走偏锋抢高地

所谓剑走偏锋，就是要敢于创新找路子。新郑历史上，从来不缺乏创新的基因和人物，战国时期韩非子在《五蠹》中用“是以圣人不期修古，不法常可，论世之事，因为之备。”劝诫世人做事不要墨守成规，并鼓励人们通过变通、创新找到解决问题的好办法。

一路风尘仆仆走来的好想你公司，虽然历经坎坷，但也让其从应对困难中领会到创新能给企业带来活力的奥妙。因此，该公司格外重视创新发展。

初期发展中，好想你公司一直渴望自己的产品从单一化、同质化中突破。为此，石聚彬先后69次到广州、上海等地访名师、求名家，并经常深入市场走访。期间，他发现一种和阿胶一起加工的枣产品正风靡深圳、广州、香港等地，于是他马上想到参照阿胶和枣的结合的方法把鸡心枣与人参结合起来。回到公司后，石聚彬马上组织技术骨干试验，并最终成功研发出鸡心人参枣。与此同时，他还大胆启用了新加坡包装设计、深圳高品质印刷，将鸡心人参枣做成100克的小袋包装。1993年10月，包装素雅小巧的“鸡心人参枣”在深圳、广州销售后，引发经销商争相订货，好想你公司因此获利不少，而“鸡心人参枣”也成为该公司创新生产获得的第一项专利。

尝到弄新花样能挣大钱的甜头后，石聚彬和好想你公司的研发团队乐此不疲，他们发现在我国南方和东南亚地区，红枣用作煲汤原料，蕴藏着巨大的商机，但煲汤吃枣吐核很麻烦，如果能把枣核去掉，以小包装的形式卖给消费者，肯定会大卖。于是，洞察此商机后，好想你公司立即行动起来，并设计出一种类似于缝纫机的半自动机器，可以把枣核打下来。紧接着，该公司自主研发的“无核枣”迅速畅销珠江三角洲，使好想你红枣迅速成为珠江三角洲的“红枣大王”。

无核红枣为好想你公司带来了丰厚的利润，但好景不长，其他枣制品生产商跟风而来迅速结束了这份短暂的快乐。面对突如其来的市场变化，石聚彬并没有慌神，而是果断地抽身转向其他领域创新。20世纪90年代末，年轻人大嚼口香糖酷酷的形象又一次点燃石聚彬创新的灵感，他组织公司研发生产类似口香糖的枣片，并成功投产。之后，口香糖枣片在市场上大卖，一跃成为枣制品消费市场上的新宠。

创新、勤于研发让好想你公司摘得硕果，也提升了好想你公司的知名度，并成就了其在行业内的领军地位。据了解，好想你公司是免洗红枣国家标准(GB/T 26150-2010)的主要起草单位，拥有红枣自动去核机等加工机械方面的多项专利，以及84项外观设计专利。另外，气流粉碎(超微粉碎)技术、大枣多糖提取技术、真空低温连续干燥技术和花粉破壁技术等都具有自主知识产权；“好想你枣片”产品包装获得“世界之星”国际包装设计大奖；“干制红枣”采用真空快速连续干燥技术生产，最大限度地保持了鲜枣的营养成分；“好想你红枣粉”率先采用气流超微粉碎技术，解决了红枣因含糖量高而不易粉碎的难题……

4 成就篇▶ 高瞻远瞩立品牌

熟悉“红枣司令”石聚彬的人大都知道在重大场合、公司重要活动中，他常常是一身大红色西装登场，然后开心地致词或朗诵诗作。常人看来，一个大老爷们身着大红色西装实在让人难以理解，但如果你去细细品味好想你的公司文化，你一定会领悟到石聚彬高于常人的境界。再说透点，就好比大家爱评论高手舞剑，为什么会那么准、那么狠，原因很简单，高手真正做到了人、剑合一。所以，说到此处，石聚彬和大红西装也就不难理解了，他，就是在追求合一，将自我、员工、生产线，甚至是公司每一草、每一木都合在一起去捧就“好想你”这三个字。

爱她就给她最棒的。因为深深爱着“好想你”这个牌子，所以，在好想你公司发展的每一个历程中，石聚彬都不惜花费所有去培育“好想你”这个牌子，并誓要将其推向最高舞台。

2000年，好想你在郑州市纬二路的第一家专卖店开张了。随后，按照好想你公司布局，所有新开业的好想你专卖店都统一门头、统一服装、统一产品、统一价格、统一陈列，使专卖店很好地发挥了户外无声宣传的效应。之后的十几年里，好想你公司在专卖店销售中更加注重品牌的展示，并迅速建立健全电子商务、商超、流通、出口四个渠道，形成“五驾马车”肩并肩的新商业模式。另外，最近，为适应全国市场变化，该公司又调整升级了全国范围内的店面，其中600多家店面被淘汰。“红枣司令”石聚彬说：“专卖店在过去及将来都是好想你产品销售的重要渠道。整齐、美观、服务标准的专卖店不仅销售了公司优质产品，还成为好想你品牌传播的重要渠道，很多消费者都是通过遍布全国的专卖店认识和喜欢好想你的。随着公司向品牌化方向发展，大部分经销商紧随公司步伐，加强专卖店的硬件、软件建设，越做越大、越做越强，涌现了一大批AAA级优质经销商。还有小部分经销商跟不上公司发展步伐，存在硬件条件差、服务意识薄弱等现象，不符合加盟合同要求和专卖店标准化管理要求，经公司要求和督促，不能整改和提升，影响了好想你品牌形象。这些经销商也占用了公司经销区域资源，阻碍了优质经销商的拓展空间。因此公司根据加盟合同和公司管理标准拟对部分落后的专卖店进行优化以至淘汰。”

外强销售响牌子的同时，好想你公司不忘广泛传播和深挖品牌的内涵。首先，好想你公司先从地方强势媒体入手，先后在深受河南人民喜爱的河南卫视戏迷擂台“梨园春”以及中国质量报、中国贸易报等媒体投入赞助和广告，宣传“好想你”的品牌文化，使“好想你”品牌逐渐在中原叫响，开始走向全国、走向世界；其次是提升品牌美誉度，积极参加公益慈善活动，塑造有责任、有爱心的企业形象。期间，好想你公司先后向遭受震灾、雪灾的地区捐资，赞助郑州关爱女孩“好想你支援团”、“好想你育才讲座”等社会活动，树立了“好想你”品牌的社会责任形象；再就是挖掘品牌文化内涵，大力弘扬红枣文化。2006年，好想你公司兴建了全国第一家“中华枣文化博物馆”，2011年组织召开了全球红枣论坛，2012年9月建立了全国第一家中国红枣学院。同时，该公司还化腐朽为神奇，将病死、枯死的枣树雕刻成弥勒佛，打造出一个叹为观止的“万佛苑”。公司积极发展绿色生态旅游产业，成功举办十一届中华枣乡风情游暨好想你红枣文化节，吸引久居闹市的城市人感受枣乡民俗风情，领略丰富的红枣文化内涵。

品牌的力量是无限的，品牌的力量也是惊人的。历经风雨之后，好想你公司在高质量产品、高知名度品牌的“双轮驱动”下，一路遥遥领先中国红枣行业，创造了数以百计的举世成就：开创了行业内54个第一，成为中国红枣行业规模最大、品种最多、技术最先进的领航者；实现160多项专利、四大品类100多个单品的产品架构；1998年实施品牌战略以来，形成好想你、枣博士双中国驰名商标，“早开心”等5个河南著名商标为主的200多个商标集群，注册范围辐射新加坡、韩国、日本、澳大利亚等多个国家和地区；2008年起，好想你枣业年销售额以亿元的速度增长，年产销量连续五年位居行业第一，并最终于2011年5月20日在深圳证券交易所成功上市，成为中国红枣第一股。

领军行业发展成就了“好想你”骄人的收益，但更令好想你公司骄傲的是带领群众发展致富。据了解，在好想你公司的带动下，新疆种植新郑大枣发展到700万亩，对该地区绿化沙荒做出了突出贡献；“好想你”公司的发展拉长了红枣产业链条，20多年来，带动全国各地1000多万枣农走上了致富道路，创造了巨大的经济和社会效益。

百舸争流千帆竞，借海扬帆奋者先。曾经“仨核桃俩枣”被视为笑话，难成大器，而今大枣撼动世人，成就传奇光耀九州，让人不得不感叹“好想你”的品牌魅力，也让人不得不佩服“红枣司令”石聚彬高瞻远瞩、乘风破浪的英雄气概，而这也恰如他激昂的诗作《青年颂》里写的一样：“青年是骏马，向前奔腾，驰骋疆场；青年是雄鹰，任我奋飞，展翅翱翔；青年是柴、是火，碰在一起便能熊熊燃烧，光芒万丈……”