



四季胖哥報

邱新航

卜算子·中秋寄友人
一茗尚未凉，
丹桂又飘香。
举杯对月邀故友，
共把团圆享。
格物思拓荒，
长宜放眼量。
盘点岁月应无憾，
谈笑画扶桑。
邱新航

内部刊物 免费交流

主办：河南四季胖哥集团

2011年9月28日 星期三
农历辛卯年九月初二

总编：邱新航 总第132期 今日八版

2011河南四季胖哥集团新产品发布暨全国经销商见面会在郑州隆重召开

本报讯：“2011胖哥食品新品发布会暨经销商见面会”于2011年9月16日—18日在河南省郑州市高新技术开发区光华大酒店顺利召开。参加此次盛会的有来自全国各地的经销商代表300余人及国内10余家知名新闻媒体。

2011年9月16日的光华大酒店张灯结彩、一片喜气洋洋。晚上18时30分，总经理朱殿超主持的欢迎宴会在光华大酒店宴会大厅举行，邱新航董事长致欢迎辞。

17日早上8时，集团董事长邱新航、集团副董事长孙海花、集团总经理朱殿超、总经理助理邱凯等公司领导在会场通道口处迎接与会嘉宾的进场，与全体参会嘉宾握手，与会



董事长邱新航、副董事长孙海花热情欢迎参会客户



集团总经理朱殿超讲话

营销部副总监章怡主持会议。总经理助理邱凯代邱新航董事长发表了欢迎辞。集团总经理朱殿超做报告，他讲：“胖哥新品研发的理念是安全、健康、美

味。”他还就胖哥集团发展战略、发展思路、产品策略及五年上市计划向与会嘉宾做了详细的讲解。蓝道（中国）品牌总监袁顺华用PPT同大家探讨了品牌在当今企业发展中的重要性。营销总监冯璐就冷冻食品行业展望发表了热情洋溢的讲话，随后部分经销商代表在会议上发表了讲话。在会议过程中还穿插了新品试吃活动，休息厅摆满了胖哥集团此次研发成功的新品，诸如面点类的芝麻球、南瓜饼、蛋奶馒头等，水饺类的猪肉大葱、三鲜、鸡肉香菇等，汤圆类的黑糯

米花生馅、白糯米五仁馅、小珍珠黑芝麻馅等，还有火锅料类等一系列新品。很多嘉宾在试吃后纷纷赞扬胖哥新品的成功，纷纷表示没有理由不多下订单。

下午，与会嘉宾一行在集团

公司领导的带领下分别对郑州市区的丹尼斯未来路店、世纪联华东风路店的胖哥食品专柜做了详



董事、总经理助理邱凯代表董事长致词

细的参观与考察。17日晚上6时，董事长邱新航亲自在四季同达生态园天河路店设宴款待了与会嘉宾，并即席发表了热情洋溢的讲话。在宴会上，来自北京等地的文艺工作者表演了精彩的节目。

在18日上午举行的新产品发布会上，与会经销商代表热情高涨，争先恐后签下胖哥食品销售订单。截止到当天晚上6时，签订的订单数额已超出预期200%。在会议结束后的很长时间内，还有很多商户慕名致电营销总部加入到胖哥食品的代销售理团队中去。

此次盛会会议的宗旨在于：一是凭借新品以“安全、健康、美味”的特色走进市场；二是相约全国经销商做深入沟通，介绍公司发展战略、思路及举措，统一思想，共同发展。此次会议为期两天，赢得了广大经销商代表及消费者的一致好评。

截止本报发稿前，中新社、中国食品报、河南省政府门户网站、河南日报、郑州日报、大河网等十余家知名媒体都对胖哥集团此次盛会的召开做了相关报道。

本期导读

邱凯助理代邱新航董事长在胖哥食品新品发布暨经销商见面会上的讲话

(详见二版)

朱殿超总经理在胖哥食品见面会上的讲话

(详见二、三版)

冯璐总监讲话

(详见四版)

技术总监邓修青大师讲话

(详见四版)

经销商代表讲话

(详见四版)

邱新航董事长在欢迎经销商晚宴上的致词

(详见五版)

记者采访胖哥集团朱殿超总经理纪要

(详见五版)

蓝道（中国）袁顺华总经理讲话

(详见六版)

记者采访集团技术总监邓修青大师纪要

(详见七版)

大会花絮

(详见七版)

相关链接

(详见八版)



2011年9月6日—8日，2011年全国农产品加工业投资贸易洽谈会在驻马店市成功举办。我集团公关项目部总监韩伟、副总监卢荣德等代表公司参加这一会议，我公司产品“胖哥”芝麻球获得了“优质产品奖”。（见图）

邱凯助理代邱新航董事长在胖哥食品新品发布暨经销商见面会上的讲话



客户观看新品

尊敬的各位来宾、经销商朋友们、媒体朋友们：

大家好！今天，因中国工商联在一个月前已确定我父亲要出席一个重要活动，并以水产协会会长的名义发表讲话，所以今天上午我父亲不能到会。下午他将和大家一起看市场，晚上也将和大家共进晚餐并讲话。在此，我代表我父亲致词。

首先，我谨代表我父亲、代表集团公司股东会，向今天在百忙之中抽出宝贵时间前来出席会议的各位来宾、经销商朋友们及各位媒体同仁，表示热烈的欢迎和诚挚的敬意。

自1986年，河南四季胖哥创建以来，在

董事长的带领下，始终坚持以多元化经营、持续发展为基本指导思想，以优势互补、强强合作的方式，走兼并联合的发展道路。至今，河南四季胖哥集团历经了25年的风风雨雨，从最初的四季鲜鱼行发展到今日的集食品加工、水产品加工与销售、阳光餐饮、房地产开发、文化传媒于一体的大型集团化公司。付出终有回报。集团公司在董事长的带领下，二十五年如一日，全体员工兢兢业业，用勤劳的汗水浇灌出了累累硕果：2010年胖哥集团作为河南唯一代表入驻世博会中华美食街和上海城隍庙美食街；胖哥食品荣获“中国驰名商标”的美誉；胖哥食品在速冻行业内率先通过ISO9001国际质量体系认证；获得“全国知名品牌”、“重合同守信用企业”、“中国优秀商标企业”、“全国食品安全示范单位”等众多美誉。但是，在荣誉面前，胖哥集团并未停滞不前，更不忘回馈社会，答谢同仁。

胖哥集团自去年以来，调整公司发展战略，以食品为集团核心产业，全面发展。要力争五年有两个子公司上市，成立了以朱殿超先生为总经理、以各部门各企业总经理为成员的总经理办公会，全面负责公司的经营管理。总经理办公会调查研究，审时度势，制定了新的市场策略、产品策略和经销商政策；聘请了国内多位著名营养专家、烹饪大师为顾问；聘任上海锦江集团厨师长、中国烹饪大师、我国最著名点心大师邓修青先生为技术总监；聘请了国内一流的设计大师、会计师、营销专家对公司及产品进行全面规划，规范管理。高起点高标准，不断引入国际领先的生产设备，现代规范的管控体系，顶尖的研发团队。同时对车间、设备、工艺进行全面改造，新车间配备国际先进的生产设备，根据产能进行合理配比，对于企业今后的发展起到至关重要的作用。胖哥集团严格控制食品添加剂，狠抓食品安全卫生，严把产品质量关，在中国食品行业事故频发之际，胖哥食品经受住了消费者和社会的考验。特别是在邓修青先生的指导与带领下，胖哥集团对新一轮的胖哥食品进行了升级改造，从原材料，到生产，到物流，到销售进行了全面的提升与管控，打造了从原材料到餐桌的健康美味食品安全链。此次新品发布

会大家将看到并品尝到全新的胖哥食品，相信一定会给大家带去可喜的视觉与味觉的双重冲击。

有了优质的产品，还需要有优秀的销售团队，最佳的合作伙伴。经销商始终是企业市场渠道和终端的构建者，是企业渠道通路和产品终端的战略合作伙伴。胖哥食品拥有今日的众多美誉是与在座各位经销商的鼎力支持密不可分的。在此，我将诚挚的感谢各位同仁一直以来对河南四季胖哥的支持和帮助。（鞠躬）食品行业是良心行业，胖哥集团始终致力于打造让老百姓放心、舒心的食品。此次，胖哥集团新产品的推出更是让我们信心百倍。在此，殷切希望各界朋友，一如既往的关注胖哥食品，支持胖哥食品。让我们携手合作，互惠互利，在今后的日子里再创佳绩，共同缔造属于胖哥集团和您的更加美好的明天！

谢谢！



朱殿超总经理在胖哥食品见面会上的讲话



大会会场

女士们、先生们、朋友们、同志们：
上午好！

在这金秋九月硕果累累的好日子里，我们有幸请到全国三百多位经销商朋友相聚郑州，共商胖哥食品发展大计。今天的光华酒店群贤毕至，少长咸集，欢歌笑语，蓬荜生辉。你们的光临是对胖哥邱新航先生的友谊肯定，也是对胖哥集团全体员工的信赖，使胖哥这艘财富之船有了更多的划桨人，将成为一艘财富航母。我代表胖哥集团全体员工谨以我个人的名义，向你们表示热烈的欢迎和衷心的感谢！

胖哥集团是一个综合性的大型企业集团，二十多年来在胖哥邱新航先生的带领下，各方面事业取得了长足发展。当然也得益于各位经销商朋友的鼎力相助。我来胖哥公司将近一年的时间，胖哥邱总不但时常把大家的好挂在嘴上，而且把大家的事摆在高于一切的位置，不管哪位有

什么事，包括哪位的朋友来郑州、来河南或河南周边办事，只要邱总知道，除热情招待外，更不遗余力相助。邱总常说：“朋友是天，朋友是地，有了朋友就能顶天立地。”今天7月份我和公司几位老总走访7个省市，30多个城市的30多个流通市场，近百个终端商超，拜访近30位经销商朋友，感触更深。可能前一段时间，做胖哥生意并不多，但感情丝毫不减，反而与日俱增。大家对于胖哥食品前段时间的不足给予了充分的理解、谅解；对胖哥食品下一步的发展给予了深情关注、热切的建议和指导。在这里，我对胖哥食品过去做的不到、服务不周的地方表示深深的歉意！对大家的深情厚意再一次表示感谢。

市场变我也变，我变适应市场变；市场不变我也变，我变引领市场变。“变”应成为任何企业永恒不变的法则。

秉承广大经销商朋友的旨意，为了适应市场进而引领

市场，胖哥集团从公司战略、产品战略、经销商政策做了巨大的改变，现予以分享：

一、公司战略调整

胖哥集团建立二十五年，积累了大量的经验和人脉，当然也有很多不尽人意之处。集团决定进行“二次创业”。我们本着“整合资源、规范管理、健网增效、组团谋远”的指导思想，对公司涉及的近十个产业进行了逐一分析，确定以胖哥食品为核心产业，要在五年时间，把胖哥食品、四季生态园两个产业分别包装上市，并先从胖哥食品做起。

上市绝不仅是一个企业的事，是大家的事。领头企业只是大家共同意志的桥梁。

从2011年开始，胖哥集团一切从上市的标准严格要求，从办公的自动化到财务规范化；从产品安全、健康、美味到经销商政策优惠、稳定服务制度化；（下转三版）

朱殿超总经理在胖哥食品见面会上的讲话

(上接二版) 胖哥集团将以一个崭新的形象出现在中国食品界。

二、胖哥食品发展思路

冷冻食品是一个新兴行业，十年的时间有了飞速的发展。这个发展是必然的。经济社会的发展，人们在厨房的时间越来越少，一是工作压力大，二是要解放自己。那么速食快餐逐渐会深入寻常之家餐桌。

这个发展还不够，还不全面。目前的冷冻食品还只是未来冷冻产业的冰山一角。现在的欧美国家，家庭厨房都建的非常漂亮，但在厨房做饭的机会却少之又少。从社会发展的角度讲，我们国家也一样，先是逢年过节来客就餐在酒店，现日常生活中冷冻食品已占一定比例，我认为，在未来十年内，冷冻食品还会井喷式发展，然后进入常态。

但我也同时认为，目前的冷冻食品还仅限于方便。在安全、健康、美味上还远远不够。随着安全、健康、美味与冷冻食品相结合，冷冻食品在人们日常生活中的地位会由现在的补充转而变为主体。

还有，冷冻食品的渠道开发还不完全。流通、商超、酒店、企业单位特供、团购都有巨大空间。再说商超、酒店、流通渠道产品的不同定位、不同渠道、不同供应方式、不同经销商政策都有待完善。

据此，胖哥食品反复进行市场调研，征求市场专家、品牌专家和经销商意见，确定了胖哥食品新的产品策略、市场策略、品牌运作策略。即三个品牌、三个系列产品、三个通路。

适应品牌发展需求，胖哥集团在上海组建公司，生产经营高端产品“城隍尚品”，走上海、北京一线城市高端超市和高端酒店特供，这个系列产品是胖哥食品的形象。当然在包装上基本看不出和胖哥的关系，就是出自名门的大家闺秀，定位中国最美味水饺，是公司的品牌产品。

胖哥食品公司及合作公司生产经营中档产品“胖哥食品”，重点走二三线城市商超和中高端酒店特供，胖哥系列产品定位是价格适中，最健康、最生态、最淡雅、经销商利润最丰厚的中档商超主打产品。

原来的流通产品整合改进后统一改成“四季鲜”产品系列，走流通渠道及一般酒店和企业单位特供，在流通产品这一块，胖哥食品一定做质量最好，价格最合理的优秀作品。麻团、南瓜饼是胖哥的优势，公司决定在不降低标准的前提下调低价格，让消费者吃到起发大、色泽鲜、外焦里糯、香甜适口、健康的好麻团，也为经销商创造更多商机。

这三个品牌三个系列定位都注重不打仗的策略。高不和湾仔冲突，我们走特色、走功能；中档不和三全、思念打仗，他们已定位于中高档，包括很多品牌都在冲中高档，那么我们就走中档，并且我们还在技巧上做一些改进，少SKU，让消费者易购买，商场易结算，经销商少进店费，易谈判，易管理。



应会客户签到

当然，未来的冷冻食品一定要首先是安全的，再次是健康的，最终还要是美味的，还有一定要是经销商乐于经营的。安全、健康、美味和冷冻食品完全可以融为一体，在这个方面胖哥食品利用倒推的思维方式，在安全、健康、美味和让经销商盈利方面迈出了坚实的一步。我们站在消费者的角度做产品，站在经销商立场上订政策，我不

敢说胖哥销售一定会很大，但我可以自豪的向大家承诺：胖哥食品每一粒都是健康的、安全的、美味的；胖哥食品的每一位经销商一定会比经销其他产品利润丰厚。

三、胖哥食品，安全放心食品

食品安全近五年来一直牵动着每个中国人的心。甲醛、三聚氰胺、瘦肉精、染色馒头、染色小食品……一起起事件让消费者惊呼：“没东西可吃”！食品行业也如履薄冰。

食品企业究竟该如何做，大家都在困惑，因为有些源头并不在食品企业本身。

以胖哥邱总的为人，更是焦虑。中国的民族食品行业难道让外国人来做成不成？外国人可靠吗？答案当然是不尽然。邱总奋举义旗，承担民族责任，用中国的办法解决中国食品安全问题。我们联合中国烹协、河南烹协、上海烹协特别是上海烹协秘书长、中国烹饪大师徐长宁先生，上海锦江集团著名厨师长、中国烹饪大师、著名面点大师、国家级技术大师、国际中餐评委邓修青先生，共同利用工艺、技艺解决美味、起发等相关问题，胖哥食品断然停掉了除盐、少许味精以外的所有化学添加剂，包括性质不确定的提纯添加剂，还食品以本来面目。如南瓜饼，本来南瓜饼就是黄色的，可是为了好看，有人就加了辣椒素，红红的，色彩鲜艳，并无益于健康，所以我们就停了这一添加剂，让他以本色出现在消费者面前，可能有人会不太理解，但我想，我们既为消费者负责，也为自己留足了后路，作为经销商，我想您也一定会理解的。再比如，现在市场上销量尚可的油条，也有的标明不含明矾，光不含明矾就够了吗？远远不够！邓大师用一种星级酒店的做法，完全不添加任何添加剂，以生面团出售，稍微解冻，拉开下锅即炸，起发非常漂亮，口感非常之好，且没有任何异味。水饺完全告别了五香粉、十三香、鸡精和任何增味剂，用油、水植物提萃调味。

我们还对胖哥食品的所有原材料，委托国际认证机构进行认证，建立原材料供应基地，全程跟踪。在证照齐全的前提下，采购前、入库前、进车间、出车间、出厂前五道检验，发现任何问题该批次产品全部扣下。

今年上半年我们还对胖哥食品公司车间和工艺，按照饮料生产十万级卫生标准，颠覆性的予以改造、再造。墙面贴上了不锈钢，地面五层自流漆。工人进出车间严格着装、消毒，操作规范。按先后工艺顺序，层层质量检验，不合格绝不进入下道工序。经质量监督局验收，我们的化验室获得资格认证。我们所有新产品在河南省质检中心检验全部优级，河南省质检局把我们公司作为食品安全生产标杆企业，推广我们的做法。我可以自豪的说：设备我们不一定是最好的，但卫生标准我们一定要做最高的。

四、胖哥食品，健康食品

胖哥食品请国内著名的营养专家和河南省食品工业研究所、河南营养学会，按照中国人膳食习惯及健康标准制定了新的营养学标准，除了拒绝化学合成添加剂外，对各类食品的营养构成进行了认真的添减。在原料选择上，我们注意产地、品质，如我们把怀山药作为水饺食材，为了确保怀山药的品质，我们收购了在焦作最大并一直致力于怀山药研究和优良品种推广的，在温县有万亩基地的焦作怀草堂食品有限公司，确保了怀山药根根正宗，品质优良。我们还把两院院士周中普老先生试验种植的彩色小麦用于高端产品原料，彩色小麦是世界科技奇葩，小麦经太空试验等，表面色彩可以控制，赤橙黄绿青蓝紫，更重要的是它的十八种氨基酸和微量元素分别是正常小麦的几倍至几十倍，纤维素也较正常小麦几倍长，十分营养，分外劲道。在生产过程中，我们注意食材原有营养的保护，大粒切菜，大粒切肉；在配料上，我们注意各种营养成分的搭配合理，首先确保蛋白、各种维生素和碳水化合物搭配合理，大幅度减少脂肪含量。让各类食品长吃长鲜。视觉鲜，不乱加酱油。味觉鲜，保持动植物原有味道，不腻口，可以常态化食用，各种营养均衡，



聚精会神

绝不增肥。

五、胖哥食品，美味食品

一直以来，人们一直认为冷冻食品就是方便，好像和鲜美无缘。胖哥食品联手烹界精英很好的解决了这一问题，实现了冷冻食品和健康美味的统一，彻底摆脱了冷冻食品“咸香腻”的一贯风格，坚定走“清、淡、雅”路线。邓修青大师用其二十余年总结沉淀的精湛技艺和长期服务于国家领导人的经验，在选材精、拒绝化学添加剂的前提下，充分考虑现代家庭和高端酒店需求，研发生产的花生酥、核桃酥、榴莲酥等高端产品用微波炉加工，色香味型让消费者如同置身星级酒店贵宾餐厅。各种水饺、水、油植物萃取提鲜，最大限度保持动、植物原有味道，让消费者如同享受妈妈刚包的水饺感觉。油条面既安全健康，还可以过把厨房瘾，更重要的是第一次过油（也是唯一一次过油），味道鲜美，浸油少，相信消费者一定会乐此不疲。



客户在商超考察

六、胖哥食品，财富之旅

胖哥邱新航先生视朋友为生命，是人中豪杰，是真君子。他信奉“凡做事，先做人；人诚信，厚载物”。他的厚道人所共知。胖哥食品新的经销商政策把胖哥的“做人”理念和“做事”紧紧的连结在一起。公司总经理办公室明确提出：董事长一人做人，总经理以下所有人要做事，做好事，做成事，把董事长的人格通过公司政策让朋友、让经销商真切的感受到。市场服务人员要把对经销商的服务落实到行动中，要切实让经销商赚到钱，让经销商感到尊重和光荣，进而让经销商全心全意服务市场、服务消费者，实现消费者、经销商、胖哥集团共赢。为此我们聘请专业营销精英，按市场规律办事，把经销商利益放在第一位，然后我们扁平组织，减少环节，压缩成本。我们把大量的操作空间、利润空间留给经销商，我可以自豪的说：胖哥食品的经销商政策是真朋友的政策。人常说：只有永远的利益，没有永远的朋友，感情加利益，我们可以让友谊成为永远。

当然，胖哥食品的真正腾飞仅靠胖哥公司自身的努力还不够，我衷心的期望在座的各位，把胖哥的二次创业当成您人生财富的一个加油站，我充分的相信：您和胖哥牵手，您的工作会更顺利，财富聚集更快，人生会更快意。让我们携手把胖哥食品打造成为中国食品的一面旗帜，胖哥的明天会更好，我们大家的明天都会更好。

最后祝你们郑州胖哥之旅愉快，祝你们合家欢乐，祝你们的企业在踏上胖哥财富之旅后，发展得更快更好！

谢谢！

冯璐总监讲话(摘要)



中国冷冻行业是优势明显，前景广阔的行业。

速冻食品行业在70年代末才开始在中国兴起，经历了20多年的发展，速冻食品已经成为中国传统食品产业化的一个成功的典范。速冻产业也成为了一个新兴的朝阳行业，速冻食品也成为中国城市消费者日常生活不可缺少的部分，并日益成为城市家庭的主流食品之一。

速冻行业的生产技术、加工水产品、产品种类、产品结构等方面也随之得到了蓬勃的发展，在国际行业具有一定的竞争优势，其市场需求是巨大的。中国速冻食品可分为以下三个阶段：产

品速冻，在1993年以前的速冻是以单一的冷藏方式储存的速冻，主要储存一下经过简单加工的和未加工的肉制品，这时候的速冻我们可以理解为速冻食品的一种储存方式的改变，因为以前我们受技术条件的一些限制，很多产品

是没有办法进行冷藏，那么随着冰箱这种冷链的发展，也具备了这种能力，所以此次把简单的食物进行了冷冻和运输；现代速冻，1993年到2008年。自从1993年中国有了第一条现代化的速冻汤圆生产设备以后，以冷链制品存在的速冻产品得于速冻技术的不断发展及物流配送技术的不断成熟，一时之间风行全国；经过18年的市场推广和运作，市场的竞争越来越白炽化，产品的竞争也越来越白炽化。我们将这一时间段的中国理解为速冻食品加工方式的阶段，企业把不方便加工的产品加工出来推给消费者使用，缩短消费者的品味过程，从生

活选择的一种方式融入到消费者的方方面面，具有健康品质的速冻产品成为今后市场控牌需求点。我们可以预测，中国未来的速冻食品将发展进入速冻健康食品的时代，健康的速冻产品成为消费者的首选。随着中国健康饮食的兴起，速冻食品经过这么多年的发展，未来必将成为速冻食品健康食品时代，必将成为现代人的一种生活方式。

这是一个中华商务馆的调查中心对于速冻食品行业的一种展望。那么我们目前处于成长中期，这个成长中期，我们把城市分为三类城市，一线城市、二线城市、三线城市及农村市场。由于速冻食品是从一线城市拓展出来的，又是萌芽期，萌芽期只是改变了消费者习惯的改变，由自己动手转向在超市、在售卖点购买，超市随着这种变化，惊醒了冷链的普及及延伸。随着成长的初期发展，一线城市改变为城市化运营提高。二线城市开始走一线城市的推广，二线城市往往是跟随一线城市的发展，在我们处于成长中期的时候，在一线城市产品已经多样化，不仅仅局限于饺子汤圆一类产品，出现了日常面点类的产品，二线城市开始走入成长初期的阶段，随着他们普及率的提高，后边还有成长后期和成熟期。

中国速冻行业到目前为止还处于成长中期，并没有到后来的成熟期，所以我们的空间是非常巨大的。



章怡副总监主持会议并宣读经销政策



客户在商超考察

技术总监邓修青大师讲话



各位领导、各位经销商朋友，大家好。

我已经是第二次站在胖哥集团的舞台上了。第一次是在2002年的嵩山饭店，当时在胖哥集团的一次大型会议上我进行了一次发言，但是这一次的经销商见面会，我是永远不会忘的，因为今天9月17号，正好是我54岁的生日。

我从事速冻食品行业已经有35年了，和胖哥合作也已经有十多年了，做速冻点心这一品种有21年。应该说在面点方面，我是全中国最早进入冷冻食品这一行业的。多年来，胖哥食品每一年都在进步，特别是今年开始，我们公司开展了“二次创业”的战略规划，大家

今天看到的新产品，不是简单的把包装换了，而是从口味到质量全部的一个创新。对于这次二次创业，公司领导不断的提醒我们要从源头抓起，不断提高产品质量。所以，我们从一开始的原材料采购就考虑了很多因素，从原材料的产地进行考核，就是看是不是环保的，有没有污染的，有没有掺假造假的。我们从原材料开始抓起，就是为了追求产品品质，追求食品安全。

昨天我跟随大家到两个大卖场去看了看，过程中有两位经销商给我说了几句话，我感到非常的高兴，他们说：“吃了十多年的水饺，这次的最好吃！”当时我顿时有了一种成就感。在面点方面我得到荣誉可以不算少，但是对经销商在这一方面对我的认可，我感到非常的欣慰。当然我们也听到了不同的声音，但是我可以向大家保证，我们会在今后的生产过程中把它解决掉。同时我可以在此向大家透漏一点，接下来我们胖哥食品还将推出一系列的面点食品，不仅仅是汤圆、水饺、麻球。我们现在正在对我们的员工进行培训，我们已经准备好了一切。在我们的新产品得到市场的认可后，我们会源源不断的推出新的品种，希望我们在座的各种经销商朋友多多的支持。

愿我们胖哥集团、各种经销商多多赚钱，祝大家身体健康，合家欢乐。

经销商代表讲话



秦皇岛凯生商贸有限公司董事长鲁凤军

尊敬的邱总、孙总、朱总，在座的各位经销商朋友，大家好！

我是秦皇岛地区的经销商鲁凤军，感谢胖哥集团搭建这么好的一个平台，让各位经销商从天南地北相聚在这里，相识相知。

我经营胖哥食品的时间不长，只有短短的一年，但是在这一年的时间里，我得到了比做生意赚钱更让我珍惜的东西，那就是相识了胖哥就相识了朋友。刚开始做的时候没有经验，是胖哥集团的领导帮我们出主意想办法。在经营过程中，单品库存量很大，公司想办法帮我们解决，一年下来，公司帮我们度过了一个又一个难关。在交流的过程，也真正的体会到胖哥理念的精髓：凡做人，先做人，人诚信，厚载物。

现在的企业想出名很容易，拿几个亿，央视一宣传，转身一边就成了知名品牌。但是，我感觉能够长年累月坚持诚信经营的企业就为数不多了。但是我认为，“胖哥”就是这样把诚信摆在第一位的企业是可以做到的。和这样的企业合作，我非常放心；

和这样的企业做朋友，我非常开心。

借此胖哥二次创业的大好机会，我愿意和大家一起努力，深挖市场潜力，做大做强品牌。

与胖哥共赢，共创辉煌。



商丘恒立水产有限公司总经理马美娟

今天能够作为经销商代表站在这里，我感到非常的荣幸。同时感谢胖哥集团给予了我们这次与全国经销商欢聚一堂，共谋发展大计的机会。

我做胖哥食品的经销商已经有十几个年头了。我和胖哥都一共走过十几年的风风雨雨，见证了一个企业发展壮大的历程。刚才听了各位领导的讲话，我从中很受启发，对胖哥集团的二次创业也充满了信心。相信跟着公司的改革走，我们经销商的生意也会越做越红火。

在此我想对胖哥集团表示深深的谢意，作为胖哥的经销商，我感到很荣幸。

谢谢大家。

邱新航董事长在欢迎经销商晚宴上的致词

尊敬的女士们、先生们、朋友们，大家晚上好！

在这秋高气爽，万物收获的季节，我们迎来了胖哥食品新品发布暨经销商见面会，我感到非常的高兴。在座的很多经销商都是我们胖哥集团多年的朋友，在座的有很多都是当年我第一次当你们当地开发的客户，十几年来，风风雨雨我们一同走过，就像亲人一样。我们从做买卖到成为好兄弟、好姐妹，我感到由衷的高兴。我觉得我们胖哥食品十几年来最大的收获就是有你们这样像亲人一样的经销商朋友。你们是看着我们企业成长的人，你们是跟着我

们胖哥集团一起前进的。

我今天非常的激动，非常的高兴，因为我看到了很多熟悉的面孔，以前我每年都要去全国各地拜访我们的客户，在座的很多都是我每年一定会去拜访的朋友。我真诚的代表我们胖哥集团五千多名员工深深的感谢大家，希望在这几天里能够过的开心，带着问题而来，带着满意而去。我也相信今年我们胖哥食品推出的新产品会为我们的经销商朋友带来丰厚的利润。

让我们一共成长，让我们共同见证胖哥食品在速冻食品行业的辉煌，谢谢大家！



郑州人民广播电台记者采访胖哥集团朱殿超总经理纪要



记者：做为胖哥集团的总经理，您能介绍一下贵公司的产品定位策略么？

朱总：经过我们长期的调研准备，对产品进行定位然后进行研发。我们聘请了邓修青大师担任技术总监，细分人群，对食品的不同需求研发了三个系列产品：一个是高端产品，这次会议不发布，在上海生产，只在上海、北京及高端酒店经营，是企业的品牌产品，也是中国冷冻食品与美食接轨的标志性产品；二是定位中档的一个商场产品，这个商场产品是胖哥第一次做的系列产品，这个产品系列主打二、三线城市，针对追求生活品质、追求

健康的广大白领阶层，是企业的主打产品；三是把原来的产品进行有机的整合、提升，打造了一个主要针对流通市场的四季鲜系列，这个系列有一个基本原则，和现有市场任何一家的产品从定位、配方、口感、包装都不冲突，力避“打架”，这也是我和邱总及我们团队的理念。

记者：那么您对中国冷冻业目前的状况及消费者心态又是怎样看待的？

朱总：目前的中国冷冻产业实际上还是仅限于方便快捷，在安全、健康、美味这方面还有一定的欠缺。安全的问题有时候从另外一个角度讲也不是一个生产企业

完全的责任，因为原来国家标准不明确，企业也无所适从。但是消费者感觉没有什么食品可放心食用是一个客观的问题，食品企业该怎样办就是良心、道德问题了。同时冷冻产业对于食品的美味、健康这方面做的文章比较少，我们这次考虑的是要把这些问题争取一次性解决掉，安全问题在任何一个食品、任何一个国家、任何一个产业，不管任何时候都会面临的一个问题，这个过程是不可逾越、必须解决的。我们要让消费者真正的能够吃得到安全、健康、美味的食品。

记者：那么咱们怎样打造安全食品呈献给社会和消费者？

朱总：我们这一次重点解决了三个问题：一、食品安全问题是我们公司所注重解决的。邱新航董事长的人品好，社会责任感强，包括高层都达成共识。在这一次瘦肉精事件以前我们就彻底的断掉了所有化学添加剂。添加剂在食品行业有一段时间用的比较普遍，不但是食品行业有、家庭也有。国家解决这些问题的时候，我们总部下了文件明确严令公司下属所有企业使用任何任何化学添加剂。打个比方，南瓜本身就是黄色的，有的时候有的企业在生产的时候加一些辣椒素，辣椒素的使用给消费者一个错误的概念，让他们认为南瓜饼应该是红色的。包括所谓的提纯我们也尽量不用，我们有一个很好的解决办法，邓修青先生有将近30年的冷冻行业从业经验，他用了很生物提纯的方法可以回避掉添加剂的使用，现在还没有人用。

第二，我们在原材料这方面我们也有办法，我们的四季同达生态园在河南也是有名的，我们种植的有机蔬菜作为的原材料，另外我们的肉食尽量用品牌的，我们和双汇、大用都有很好的合作。同时为了健康我们在配方比上下了大工夫，比方说五花肉，为了掌握脂肪含量，我们把瘦肉和肥膘分开采购，准确按照比例兑拌，确保蛋白质、脂肪、碳水化合物、维生素、氨基酸等比例符合人体需求。第三个方面，我们车间进行了改造，刚才我在会上说了，我们厂设备不是最好的，但是我们的卫生标准是按照饮料的生产去要求，生产工艺、操作规范这在行业是非常好的。健康是冷冻食品重要的一块，我们这一次请了营养专家、烹饪大师按照人体健康标准，按照中国人的饮食习惯健康标准，从营养学的角度对于原材料搭配对我们进行调整、指导。然后我们还要考虑消费者经过冷冻食品到常态以后的健康问题。大家过去对于河南水饺都有一个感觉：咸、香、硬，这一次我们走的是清、淡、雅。对于美味这一块我们除了邓修青大师外，我们还请了上海烹饪协会的秘书长、国家级烹饪大师徐长宁先生。

记者：咱们打造速冻食品的理念在哪些方面？

朱总：我们一直秉承着对消费者负责、对社会负责的理念去适应社会的发展，我们的产品理念是将健康与美味融为一体呈现给广大消费者。



欢迎晚宴

安全 放心 健康 美味 产品升级 鲜声夺市 胖哥食品新品发布暨经销商大会



董事长邱新航、总经理朱殿超与部分签约三百万以上客户合影

蓝道（中国）袁顺华总经理讲话（摘要）



我参加过非常非常多的各大企业的新品发布会以及经销商的大会，但是这次我真的感受到非常的特别。在过去很多的大会上，我们往往看到的是永远的利益，但是在昨天包括今天这个短暂的时间里，我看到的不但但是利益，而是长远的朋友。昨天邱总也提到了胖哥经过这么多年的发展，和经销商的关系犹如兄弟，亲如一家。所以站在这里的时候我非常的感动和非常的温暖，因为今天面对的不但但是全国经销商的精英，而是一个个驰骋上阵的

兄弟。在此我希望大家能用热烈的掌声欢迎我们这群回家的朋友们。

我们这次新品发布会的主题是：鲜声夺市，以变制胜。今天我们汇聚在这里，是为了构建一个更好的财富平台。美国的著名学者乔治·盖洛普经过多年的研究，把经销商分为六种类型：第一种，天女散花型。现在很多人都羡慕这种类型，因为她可以在天南地北都有关系，有能力在任何地方建立销售网络，但是人有一长就必有一短，他铺货很神速，但是渠道的功底却很不扎实，经常是见招拆招，很难去把任何一个市场去做透。第二种是空中楼阁型，我们做经销，不但要把货经我们手里发出去，更要让消费者把我们的产品带回家，我们现在经销都推崇发货就收钱，但是慢慢的会发现中部空白。第三种是稳若泰山型，有的经销商经过多年的经销之后具备了一定的实力，有了自己的一亩三分地，但是到了这个时候对于市场的投入和热情都不如以前那么的主动了，激情不在。还有一种是多管齐下型，浑身都是激情，对多元化情有独钟，有限的资金分散精力分散，很难做出规模，规模做不出，产生的经济效益就会很低。第五种是脚踏实地型，从我们做人的角度来说，脚踏实地绝对是一个做人的准则，但是做经销的时候，脚踏实地却不一定是一个很好的生财之道，因为脚踏实地也可能就意味着原

地踏步。最后一种是知性沉着型，刚才朱总也说了，企业的发展不是靠个人而是靠整个团队，当我们经销商经过多年的经销时候，在做出一些判断的时候往往就会靠着多年累计的经验和直觉。这个时候我们去思考一下，这六种当中有没有我们的影子，您是哪一种呢？

那么以变制胜我觉得首先要做到的就是要看懂大环境，在中国做市场目前来说我们不是计划经济，而是市场经济，但是斟酌目前中国的国情，政府对市场的干预力还是很强的，所以正确来说是政府市场经济。80年代开始，中国加快的城市化的步伐，而城市化就意味着文明度的提升，也决定了一个市场的发展方向，当时每年的城镇人口要增加一千万左右，而这个数字到了90年代变成了一千五百万，到了2000年，提升到了两千万。而在城市化的步伐下，我们的身边的生活也发生了翻天覆地的变化，不但提高了房价，提高了猪肉价，更带来了零售模式的改变，带来了终端模式的改变。现在的终端市场大家看到最多的就是我们身边的超市，细心的人会发现，超市里的冰柜越来越多，越来越长，速冻食品的品种也是越发多样化。

最近几年来，谈论最多的两个字就是行业，有的行业被大家认为市场前景明朗，发展潜力巨大，我们称之为朝阳行业，而有的行业经过多年的发展，市场的

空间很小，我们叫它为夕阳行业。中国著名的调查公司零点调查对速冻食品行业最近的调查结果显示：“速冻食品是中国城市化进程中受益最大的行业之一，按现有的人均消费和城市化速度，在相当长的一段时间内，速冻行业仍然会保持30%的增加速度高速发展。”放眼世界任何一个行业，能保持30%发展的行业，微乎其微。所以我很佩服大家的眼光投身于这么一个高速发展的行业中。

2012年胖哥食品的立体化战略我们会打响五大战役，首先从产品强化、品牌创新、团队培训、战略同盟和深度协销五个方面为大家服务。首先从产品强化开始，胖哥已经坚定不移的准备走品牌路线，也会逐渐加大品牌的投入和市场号召力及占有率，为大家在前线冲锋陷阵提供更好的武器装备。而品牌创新更是肯定的，我们的创新将不单单是从品种的创新，未来我们将要发布全国第一款“养生”水饺。而这次的计划中我们希望能够为我们的经销商和终端市场提供更好的规划，我们会提供专业的团队培训。同时，我们刚才也一直在讲，我们大家是一家人，只有你好，我好，大家才会更好，胖哥才会更好。

说了这么多，其实我们目的只有一个，就是看到1+1=11，希望在这个过程中间我们能实现双赢和多赢，谢谢大家。



参观商超



客户签订合约



现场品尝

记者采访集团技术总监邓修青大师纪要

记者：您说胖哥食品的新品在速冻行业是一个新的突破，那么这个突破体现在哪里了？

邓修青：我在胖哥食品已经做了二十多年了，邱总、朱总聘请我为胖哥集团技术总监我很高兴，说明他们真正想做好食品给消费者，我和集团技术团队很努力。每个月我都会过来1—2次，所有产品我都亲自操作、把关。在当今社会，随着人们生活节奏的加快，速冻食品也越来越为人们所青睐。随着劳动力成本的逐渐加大，很多酒店的劳动力成本成为了很大制约因素，这些速冻食品走进餐饮业、酒店乃至千家万户，可以减少大家对速冻食品这种反锁加工与成本因素。胖哥食品这次推出新的产品理念—绿色、健康、美味，我认为这在冷冻行业是一个突破，一个畅听，也是一个促进。因为生活节奏快，为了省

时省事，大家不得不吃冷冻食品，但是都怕吃。我们这次推出的新品用的是新理念，把这种怕吃的理念去掉，将绿色、健康、美味的理念运用到食品的生产中去，我认为这是食品行业和速冻业的一个突破。

记者：您认为胖哥食品重点打造绿色、健康、有营养价值的食品最重要的原因有哪些呢？

邓修青：食品安全成为当今的一个很重要的问题，人们对食品行业的疑虑与恐惧也与日俱增。为解决这些问题我们抓住了时机，及时推出健康、美味、有营养的食品理念，以适应消费者需要及市场需要。健康安全的产品是我们企业长足发展所必备的。

记者：您站在一个局外人的角度上怎样来评价他们的速冻食品？

邓修青：站在消费者的角度上，胖哥做生意讲究的是诚信。消费者在购买食品时会看货物的配料及配量，胖哥人在最初就取消了一切

化学添加剂，所有的产品都是严格按照国家标准生产出厂的。再者，我们选择食品的时候就会去看原料、口味以及食品添加剂的使用量，胖哥食品做到了健康美味。我觉得胖哥食品在各个环节都下了狠心要做好食品，做健康美味食品。

记者：作为我国著名的烹饪大师，您对消费者在选择食品时的忠告有哪些？

邓修青：首先要选择吃着放心的健康食品。像泡面，汤面，它们的添加剂的量是很大的，还有它们的口味比较单一，而饺子有惰性元素，补充营养价值也会比较

好，所以我们选择的时候应该首先选择健康安全的，其次再看美味。你可以有多种选择，但是可以考虑一下胖哥食品，毕竟我见证了胖哥食品在食品安全上的努力与决心。



胖哥食品新品发布暨经销商大会花絮



魔术师表演



中国食品报记者在大会现场



书坛怪杰胡小舟表演脱影双钩书法



著名书法家吴乾恩在答谢宴会前表演左手反字书法

编者按：在食品卫生安全问题备受关注的今天，“2011胖哥食品新品发布会暨经销商见面会”召开的消息散出后，河南四季胖哥集团便得到了中国食品报、河南日报、郑州日报、大河网、郑州人民广播电台等十余家知名媒体的倍加关注，各大媒体纷纷派出了记者应邀参会。

在17日会议的当天晚上，郑州人民广播电

台在78.6频道进行了广播，大河网也及时对会议作出了题为“四季胖哥集团欲在五年内上市打造安全放心食品”的报道、中国食品报做出了“产品升级，胖哥鲜声夺市”的报道。

此外，中新社、河南省政府门户网站、河南日报、郑州日报、大河网、网易新闻等十余家知名媒体也分别对会议做出了相关报道。本报选择部分媒体链接，以飨读者。



相关链接



今日（9月17日）上午，河南四季胖哥集团举办的“胖哥食品新品发布暨经销商见面会”在郑州举行。会议旨在：一是凭借新品以“安全、健康、美味”的特色走进市场；二是相约全国经销商做深入沟通，介绍公司发展战略、思路及举措，统一思想，共同发展。

胖哥集团总经理朱殿超、总经理助理邱凯等公司领导参加会议并发表讲话。会议还邀请了全国300多位经销商相聚郑州，商讨胖哥食品发展大计。

五年时间整合包装上市

河南四季胖哥集团本着整合资



胖哥集团总经理助理邱凯代表集团董事长邱新航发表讲话

源、规范管理、建网增效、组团谋远的指导思想，以胖哥食品为核心产业，预计在五年时间把胖哥食品、四季生态园两个产业整合包装

上市。

适应品牌发展需求，胖哥集团在上海组建公司，生产经营高端产品“城隍尚品”，走上海、北京一线城市高端超市和高端酒店特供；胖哥食品公司及合作公司生产经营中档产品“胖哥食品”，重点走二三线城市商超和中高端酒店特供；原来的流通产品整合改进后统一成“四季鲜”产品系列，走流通渠道及一般酒店和企业单位特供。

胖哥集团总经理朱殿超说：“我们做好系列定位策略，高不和湾仔冲突，中不和三全、思念打仗，胖哥食品就走中档，并注重在技巧上做一些改进”。

相关链接 中国食品报



图为经销商在大型商超的胖哥食品专柜参观与考察

9月17—18日，河南四季胖哥集团“新品发布暨经销商见面会”在郑州举行，来自全国各地的300多位速冻食品经销商，共同见证了希望通过产品、渠道、品牌创新而实现再次腾飞的胖哥食品。

本报记者 郑伟伟 任明华

河南四季胖哥集团举行新品发布暨经销商见面会 产品升级，胖哥“鲜声夺市”

【谈产品】

产品口味注重天然

“我们首先要从产品做起，改变速冻水饺咸、香、腻的传统口感，通过天然香料的调香处理，让水饺脱离不该有的添加剂，返璞归真还原水饺本质。”

17日上午，河南四季胖哥集团总经理朱殿超面对300多位经销商说，胖哥集团经过长时间的摸索和论证，决定把速冻食品打造为集团的核心产业，而对核心产业的改革发展，将从产品做起。

为此，胖哥公司从上海请来了多名烹饪大师，利用先进的物理提取技术，从天然产品中提炼植物香味，代替食品香精、十三香等，对产品口味进行调整。朱殿超说胖哥将会以“中国最美味水饺”来定位，严格把关质量，并推出“城隍尚品”、“胖哥食品”、“四季鲜”高中低档三大类产品，对渠道进行全面覆盖。

【论政策】

让经销商获得更多利润

在大会上朱殿超表示，未来5年

时间内，胖哥食品、四季生态园两个产业将会整合包装上市，这将解决企业壮大发展的资金困扰。在公司迅猛发展之时，经销商的利益维护将成为公司工作的重点。

“我做速冻食品经销商很多年了，和胖哥结缘是从去年开始的。通过一年的经营运作，现在胖哥在我们当地的销售已经呈现了迅猛发展势头。”一位来自秦皇岛的经销商说，胖哥公司不仅员工业务工作到位，而且产品利润回报也不错，厂商双赢让自己有更大的干劲。

前来参加此次见面会的，还有

做安全、健康的美味食品

据悉，胖哥食品的所有原材料，委托国际认证机构进行认证，建立原材料供应基地，全程跟踪。在证照齐全的前提下，采购前、入库前、进车间、出车间、出厂前五道检验，发现任何问题该批次产品全部扣下。



胖哥集团总经理朱殿超发表讲话

胖哥食品按照中国人膳食习惯及健康标准对各类食品的营养构成进行了认真的添减，除了拒绝化学合成添加剂外，更注重各种营养成分的搭配合理，使产品更加符合中国人的健康需求。

胖哥食品联手烹界精英邓修青大师巧妙地解决了冷冻食品和美味

的衔接问题，实现了冷冻食品和健康美味的统一，彻底摆脱了冷冻食品“咸香腻”的一贯风格，走上了“清、淡、雅”的路线。

会议全程穿插试吃活动

记者在步入会场之前，看到会场外的走廊上摆满了胖哥食品的新品种，诸如面点类的芝麻球、南瓜饼、蛋奶馒头等，水饺类的猪肉大葱、三鲜、鸡肉香菇等，汤圆类的黑糯米花生馅、白糯米五仁馅、小珍珠黑芝麻馅等，还有火锅料等一系列新品。

经过记者了解，摆放的这些新品是供参会的经销商代表品尝和试吃的。记者走进一看，经销商代表正围着几盘胖哥新品水饺品尝着呢，一位来自漯河经销商试吃之后，赞不绝口地说：“胖哥食品在产品的研发上确是下了真功夫，不仅从外表上看色泽光鲜，而且入口后更是鲜美可口，像这样的好产品，没有理由不多下订单”。

据了解，在会期两天的时间里，经销商还将在郑州参观部分胖哥食品市场，了解新品的销售情况。（记者 刘成）

一些慕名而来的经销商。质量过硬的产品、较好的市场知名度，再加上厂家政策的优惠吸引了他们。一位地级市经销商说：“在销售旺季我能把冰字2.5kg的大包装水饺每天卖出1000多件，我觉得同等价位下如果销售胖哥产品，估计会有更大销量。”

【看卖场】

商超系统成重点开发对象

17日下午，胖哥公司带领经销商参观了郑州丹尼斯以及世纪联华两大销售系统。由于商超系统直接联系到消费者，通过商超系统的发力能够让产品品牌在消费者中逐渐形成影响力。

在世纪联华东风路店，上百

名经销商看到胖哥食品漂亮的包装和不小的陈列柜面积，基本能够与龙头企业媲美，都表现出异常的兴奋。

经销商的参观热情也带动了现场的消费者。一位大妈在品尝过胖哥水饺后，立即挑了两大包。“以前没怎么注意过胖哥这个品牌，今天尝了一下味道确实不错，包装看着也顺眼，买两包回家尝尝。”

河南四季胖哥集团营销总监冯璐在大会上强调：“未来，胖哥公司将重点开发商超渠道，让胖哥在消费者心中建立品牌美誉度，形成忠于品牌的消费群体。”

相关链接 郑州日报



昨日，在四季胖哥食品新品发布会上，面对来自全国的300多名客商，公司负责人宣布：“我们的食品今后将告别所有化学添加剂，还食品以本来面目。”四季胖哥是我市食品行业龙头企业之一，公司聘请多名中国烹饪大师，利用独门技艺从食油、植物中提取调味素，替代传统的化学合成添加剂，并委托国际认证机构，对胖哥食品的所有原料，从进到出进行全程跟踪。

图为客商在品尝新工艺制作的食品。

本报记者 许大桥 摄