

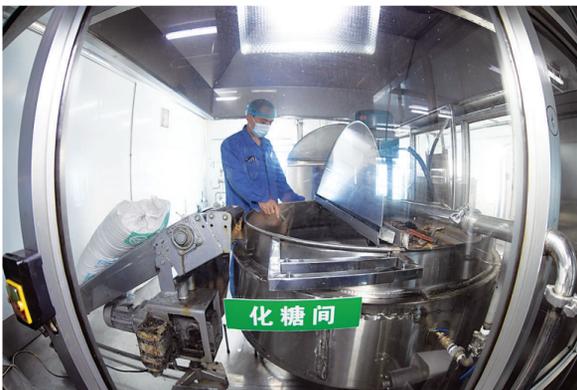
太原品牌 品牌强市



老厂新貌



科技引领



规范严谨



摄影 赵世凯 文字 李静



推陈出新



多元发展



供需两旺



规模生产

漪汾饮料 炉前清凉进万家

对于老太原人来说,夏天的记忆,一定少不了街头巷尾小卖铺里,竖立在塑料格子箱里的绿色玻璃瓶。起开盖子,“砰”的一声,瓶子里的白气伴着清新的果味,香甜了被高温封印的嗅觉,发出幸福的喟叹。

“从小就喝它”“这个味儿很太原”,来自山西漪汾饮料食品有限公司的“太钢汽水”带来的这口清凉与香甜爽快的味道,印在了大家的心里,成为一道无法抹去的记忆。历经多年发展,企业现已成为生产“太钢”牌、“漪汾”牌汽水、纯净水,“清漪泉”牌桶装水、袋装水,豆制品、肉制品,集主食加工、餐厅、商超为一体的规模化、品牌化、特色化、绿色、营养、放心的食品生产园区。



就好这口

“汽水精神”永传承

历史沉淀的味道和精神,不能被遗忘。企业近70年的发展历程中,始终传承第一代掌门人邹立基创立的“严把产品质量,工作一丝不苟”的企业精神。

企业前身为太钢汽水厂,是伴随着共和国钢铁工业大发展脚步而诞生的一个幸福型作坊。1952年,为解决炼钢炉前工人高温作业问题,太钢开始筹备建设汽水厂,汽水属于饮料范畴,当时国内并无饮料这个概念。什么叫汽水?如何生产?太钢谁也不知道。纵观国内,当时只有北京的“北冰洋”汽水、天津的“山海关”汽水、沈阳的“八王寺”汽水、广州的“亚洲”汽水以及上海“正广和”汽水,偌大的山西,当时还没有饮料生产厂。太钢专门从上海中央汽水

厂调来了汽水技工邹立基,在他的建议指导下,上马了一条上世纪三十年代的一体化灌装汽水流水线。虽然设备年头有些久远,但在当时的太原市,那可是第一条生产汽水的流水线。

1953年,太钢汽水厂建成投产,邹立基为第一任厂长。虽然条件简陋,但企业对质量高度负责,严格把关,对卫生标准、含糖量和含气量等都严格控制。邹立基对汽水的生产严格到不近人情的地步。

正因如此,建厂后仅3个月就生产出第一批合格的汽水。经过品尝体验,深受工人喜爱,此后,瓶装汽水的味道逐步成为几代太钢人以及太原市民的美好回忆。

拥抱市场闯新路

上世纪90年代初,在新掌门人白福寿的率领下,汽水厂进入了新的发展阶段。

长期以来,太钢汽水是给太钢工人防暑降温的特供饮品,从不外卖,而且属于季节性生产,每年只生产5个月。由于产品单一,生产周期一过,汽水厂便无事可做。面对陈旧的生产环境、过低的收入待遇以及员工担忧无职业发展空间的情况,白福寿决定带领太钢汽水厂走向市场,这是建厂40多年来第一次真正意义上的改革创业。

大家不等不靠,不找领导

找市场,多方筹资,大胆改造旧设备和落后工艺,先后对汽水生产线、水处理工艺等6大工艺实施了改造,自行设计、自行施工,新上了纯净水生产线、果汁茶饮料生产线等,形成了5个规模型生产车间,完成了35项产品升级必备的基础设施工程,新增资产近450万元。

1999年8月,“太钢”牌汽水上市,当年开发,当年见效;2000年,创下年销售1542万瓶的纪录,一举拿下太原市场60%的份额;2001年销售2542万瓶;2002年销售2800万瓶。



迭代升级

迭代升级谋发展

时代的脚步飞速发展,不进则退。市场的路子闯出来了,但如何更好地往前跑,问题又摆在了大家面前。

2003年,太钢汽水厂作为山西省第一家国有大中型企业主辅分离、辅业改制的试点单位,经省政府批准、工商注册,组建多元化投资的股份制企业,更名为“山西漪汾饮料食品有限公司”。

改制后,决定用“太钢”这个招牌,打本地牌、企业牌、情怀牌,汽水名字就叫“太钢汽水”。并启动了新一轮大规模的迭代升级改造:投资上马新的、现代化的生产线,改造生产车间和完善

配套设施,精耕细作太原市场,并扩张河北、河南等省外市场;采用o2o营销模式,在全国市场做网上销售;快速调整产品结构,向民生必需品馒头、面条、豆制品、肉制品发展。

以岗定人、以岗定责、以责定酬。竞争机制促使原有职工迅速转变观念,由过去盼下雨、盼停电、盼设备坏的“三盼”,变为现在怕下雨、怕停电、怕设备坏的“三怕”,以前是“领导要我干”,而今是“我要干”。

几十年来,企业的耕耘从未停止过自我超越和创新,今后还将乘风破浪,逐梦前行。



严控质量

繁忙有序