

安徽民企突破百万户 上市公司达55家

民营企业：从破土而出到经济发展主引擎

记者从安徽省经信委获悉，截至今年5月底，安徽省民营企业总数突破百万户大关达100.04万户，个体工商户达284.83万户。目前，安徽省实有各类市场主体404.02万户，首次突破400万户大关，同比增长16.86%。其中，企业109.77万户，同比增长23.22%。

改革开放40年来，安徽省积极优化营商环境，全面落实支持民营经济发展各项政策，积极培育壮大主体，推进创新发展。安徽省个体工商户数量由1978年的7049户猛增至如今的284.83万户，增长了403.07倍；私营企业总数由1990年的1089户增长至目前的100.04万户，增长了917.68倍。民营经济在安徽省经济社会发展中的作用越来越大，已成为安徽省经济发展的主引擎、自主创新的主力军、社会就业的主渠道。

随着改革开放的逐步深化，个体私营经济在安徽省国民经济中的比重迅速上升。2017年，安徽省民营经济实现增加值15917.3亿元，同比增长9.3%，占安徽省GDP的比重为57.8%，对安徽省经济增长的贡献率达55.1%。

民营企业规模不断扩大，实力不断提升。截至2017年底，安徽省私营企业注册资金亿元以上的3686户，较2016年底增加669户；民营上市公司已达55家，占安徽省上市公司(102家)的54%。民营经济实力的增长，也带动了税收贡献的提升，2017年，安徽省民营企业缴纳税收2672.2亿元，占全省税收的68%。

民营经济已经成为吸纳就业的主力军。数据显示，2017年安徽省民营企业新登记雇工69.9万人，同比增长35.3%，个体工商户新登记从业人员109.5万人，同比增长16.9%。

企业效益向好。2017年安徽省民营企业营收百强中，实现净利润333.3亿元，营收净利率达6.4%。截至2017年底，安徽省民营企业拥有省级以上(含省级)商标3199个，占安徽省90.9%。其中驰名商标214个，占安徽省78.7%；拥有省级以上(含省级)名牌产品1361个，占安徽省86.2%。

□邹传科

以匠心，续传奇：

宣酒6新品上市发布会在合肥隆重举行



6月26日晚7点40分，安徽电视台亚洲1号演播厅内灯火璀璨，主题为“匠心·传奇”的宣酒6新品上市发布会，在众多媒体人士、行业专家学者以及数百名观众的注目下拉开帷幕。

在安徽，宣酒因坚持只做一款产品而闻名，并把红瓶宣酒打造成了超级大单品，成就了中国白酒行业的一个神奇案例。众所周知，白酒行业举行新品发布会是一种常态，而此前从未举办过新品发布会的宣酒，精心打造了这场声势浩大的新品发布会，表明了宣酒不仅把产品质量做到了极致，也把新产品的发布会做到了极致。发布会开始后，出席会议的四位嘉宾：著名文化学者王立群、前央视著名主持人赵普、中国白酒协会副理事长刘秀华、著名媒体人秦书尧等也

都从各自角度，围绕传说、传承、传奇、传人四大主题与观众分享了精彩的观点。

随后，宣酒集团董事长李健在观众热烈的掌声中登台演讲，他满怀激情地讲述了此次发布会举办的初衷。同时，李健首次正式揭秘了宣酒成功背后的三位神秘大师，即中国白酒泰斗沈怡方、“定位理论之父”杰克·特劳特、“现代管理学之父”彼得·德鲁克。他着重回顾了宣酒与三位大师的缘分往事，并指出正是在他们的指导、指引下，宣酒才有了今天的成就。李健的演讲激情澎湃、扣人心弦，让观众看到了一个企业家身上所具备的智慧和情怀，也让所有人看到宣酒取得成功的必然性。最后，李健按下启动按钮，通过高科技的光影投射方式，宣酒6的形象出现在舞台正中央。宣酒6正式上市！

□邹传科

从一个普通休闲食品成长为如今的中国坚果炒货行业领跑者；从单一的传统炒货企业，到全球最大的瓜子坚果企业。自2001年创业至今，洽洽食品股份有限公司谱写了从小到大、从弱到强的华丽篇章，成功实现了从地方传统企业向世界知名品牌的转型与跨越。

洽洽食品是如何谋求多元化发展、产业转型升级、实施国际化战略的？质量至上——被洽洽视为永葆生机的法宝，“我们设立了三层级质量目标体系，即安全、稳定和新鲜，安全是底线，新鲜是终极目标。”

质量是生命 建立全产业链整合供应链

经过17年的发展，如今的洽洽已经成为中国坚果炒货行业的领军企业，是坚果炒货行业上市第一股。洽洽品牌连续多年位居全国坚果炒货协会评选的“全国坚果炒货食品十大著名品牌”之首，荣获了“中国农产品加工企业50强”、“中国食品工业百强企业”、“中国食品工业质量效益先进企业奖”、“国家科学技术进步奖”等诸多称号。

从小到大，从弱到强，洽洽成功的秘诀到底在哪里？洽洽食品股份有限公司供应链总部总监杨煜坤说，“这些变化是TPM带来的，更是洽洽全体员工创造的。早在2015年3月份，洽洽供应链系统便引入全球先进的TPM管理理念，并在全国9个工厂的生产系统导入，在国内属于很早引入TPM管理工具的。通过近三年的TPM推进，现在整个公司逐渐建立了‘全员改善’的企业文化，日常的TPM活动也由开始的制度约束变成员工的日常节日。TAG的查找、SUG的提出、KAIZEN的实施、OPL的展示，所有的这些让员工知识和技能得到极大提升，工作现场变得更加整洁规范、生产设备故障日趋减少、员工安全事故趋向于零。”

“随着公司未来TPM三年规划的推进和达成，成本的节约优化、士气的提升、交付速度和精确，所有的这些都会给公司的产品品质和客户需求提供了强有力的支撑，为公司‘创造美味食品’的价值使命奠定了坚实的基础。”供应链总部总监杨煜坤说。

为避免“洽洽”原料质量和供应量的不稳定，保证满足消费者的需求，洽洽食品自己成立了农业公司，负责研制葵花籽优良品种，专门为农户提供优质品种，保证洽洽瓜子原料的品质。由于“洽洽”对原材料的质量指标严格把控，“洽洽”每年坚持采购优质的原料，又是最大的采购者，这样，“洽洽”的采购标准同时也成了当地农民种植的标准，“洽

从“制”到“质”

——国民洽洽创新发展走出世界知名品牌之路



洽”的标准成了瓜子行业事实上的原料标准。

目前，洽洽原料采购基地主要有内蒙、新疆、东北、黑龙江，在葵花籽的生长成熟期充分了解各地区季节环境以及其对瓜子质量的影响，保证了优质原料的采购。

安全是底线 新鲜才是终极目标

“我们设立了三层级质量目标体系，即安全、稳定和新鲜，安全是底线，新鲜是终极目标。”洽洽食品股份有限公司质量总部总监李功说。

以洽洽瓜子为例，整个生产过程全部实现了流水线生产，仅仅是原料向日葵籽的筛选，就至少要闯过六道关卡，首选要通过清洗机的筛选，去除瓜子中的杂质、灰尘和瘪籽；接下来，瓜子逐个通过窝眼机马蹄状的圆孔，个头矮的瓜子被重力甩出；分级机内，瓜子按照肥、瘦被分为宽粒和窄粒；再利用鱼鳞状的筛片，进一步筛除细小石子；色选机内利用红外线成像技术，将外表发白的霉变籽和杂质尽量剔除干净。除此之外，还要再经过一道人工筛选，才能进入生产车间，力求每一粒的颗粒饱满与品质优良。

随着公司规模的不壮大，洽洽公司也在不断优化生产工艺，产品的包装逐渐由手工包装改为自动包装，减少了产品在空气中暴露时间，每批成品随机抽样，送到通过国家认证的化验中心进行感官、理化、微生物各项指标的检测；定期将产品送权威检测部门进行型式检验，验证重要指标如添加剂、重金属、微生物等安全性，所有产品出厂合格率必须达到100%。

“为了保障坚果食品的新鲜，我们的洽洽小黄袋每日坚果产品采取四道措施：首先是高品质的镀铝包装材料，同时在包装时进行充氮，然后每袋产品同时投放吸氧剂和干燥剂，这是有别于其他品牌的保鲜方式，因为坚果富含对人体有益的不饱和脂肪酸，有了这四道措施，加之我们原料食材的新鲜，就能最大程度保证营养不流失、口感更新鲜。”洽洽食品股份有限公司质量总部总监李功表示，“我们生产出来的食品要能给自己、家里的小孩和长辈吃，这是一种态度，也是我们的信念，所以必须严把质量关。”

创新为动力 为产品质量保驾护航

创新基因一直植根于洽洽的企业发展之中。

上市之初，“洽洽”率先进行工艺创新，推出全新的“洽洽香瓜子”，在继承悠久传统的基础上，通过技术和工艺创新发展，带动了坚果炒货食品的工业化生产。

随后，洽洽特别设立了一流的化验中心及独立的科研机构——安徽省洽洽食品设计研究院。

2013年6月3日，洽洽食品与瑞士布勒公司举行隆重的合作签约仪式，共同宣布将在食品加工方面缔结战略合作关系，因为布勒公司具有世界领先水平的食品生产技术、工艺和系统。

2016年，洽洽人喊出了“洽洽质造赢未来”口号，变“制”为“质”，推行全链条新鲜战略，全员参与、全程控制、全面提升的质造文化深入人心，建立了从“种植”到“产品加工”、再延伸到“消费者”的整个食品质量安全供应链的无缝管理体系。

除了在工艺技术上，洽洽在文化、营销、渠道等很多方面进行了创新。有人说：洽洽食品书写了坚果炒货整个行业的“革命”，每一款爆品都是坚果行业最靓丽的风景线。

作为为数不多的畅销海外的食品企业之一，经过数十年的发展，目前已经远销海内外近50个国家和地区。2014年-2016年三年内，洽洽出口额高达6000万美元。

从全球领先的瓜子企业迈向全球领先的坚果企业，如今，洽洽正在全方位塑造国际化知名品牌，为人类提供美味的自然零食。

□邹传科