

▼黃鶴樓科技園中的神農百草園

黃鶴樓·1916

中國頂級品牌

下

北緯30°，地球的臍帶，一條神秘而又奇特的緯線，它橫貫四大文明古國。在這條緯線附近，中國之外，還有神秘的百慕大，壯麗的金字塔，沉沒的大西洲……湖北之內，有雄偉的黃鶴樓，清瀾的金銀湖，原始的神農架，峻奇的恩施州。

每5天就有4項發明或實用技術申請專利，累計申報專利逾1200項，授權專利逾800項，專利申報量和授權量保持行業第一……湖北中煙人用這條看不見的緯線串起了黃鶴樓、金銀湖、神農架、恩施州，成就了一個頂級品牌——黃鶴樓·1916，書寫着一個個看得見的奇蹟。於是，這些奇蹟以武漢為圓心，放射狀傳播出去，北京、上海、廣州……亞洲、美洲、歐洲……

文：梅雨

▲黃鶴樓香料盡享天然植物寶庫的得天獨厚

▼黃鶴樓科技園人員進行天然香精香料提取研究



血統高貴傳承經典

在黃鶴樓科技園，最佳的創新是不限大小，不限部門。

黃鶴樓的研發機構以黃鶴樓品牌為幾何中心，可隨時向四面八方聯機，實現模塊的自由組合，可改進創新，也能原始創新，更能集成創新，各模塊在自我意識下實現自我進化，彼此通過共享和競爭實現最佳的協同效應。「走動式的研發管理」、「無縫式的研產轉化」、「循環式的信息反饋機制」，不出園區便能看到研究成果的應用效果，科研與生產，真正實現零距離。

以科技園為坐標，黃鶴樓踏出了產業鏈整合的探索步伐。從黃鶴樓科技園，到黃鶴樓原料生態園、神農百草園、天鵝湖香料園，再到黃鶴樓工業園，繪出的是一條從產品設計、技術研發、品牌創新到原材料保障，再到生產製造和物流運輸的貫穿於黃鶴樓品牌崛起之路的全新產業鏈。一改人們對製造業僅止於原料和生產的傳統認知，另闢蹊徑地將目光瞄準技術和文化兩個極具嵌入性和延展性的價值要素，給產業鏈帶來無限延伸的可能。

逾千項專利技術，371道特色工藝，舞弄美學創造「東情西韻」的雅士情結，技術和文化基因的注入使黃鶴樓成功找準着力點，對價值鏈進行有序再造，成就其產品血統的高貴。

湖北中煙總經理彭明權說，過去談製造業，談的是產品本身，生產按照企業的標準執行即可。而如今，「產品為王」的理念已不再管用，要變產品為服務於消費者真實需要的載體，滿足需求，提供服務。「服務為王」要做的就是將產品轉變為一種多功能、多價值的集合體，讓產品變得不再冷冰冰，而是擁有溢價能力，能與人們的生理、心理、審美、

情趣等多層次產生共鳴。

經典得以傳承，倚重的是傳統和氣質。黃鶴樓品牌所蘊含的文化積澱空前濃厚，南洋兄弟所攜帶的美麗傳說回味無窮，在文化與夢想的交互作用下，一個新時代的頂級品牌形象就這樣被演繹得淋漓盡致。

「黃鶴樓·1916」印有南洋兄弟的頭像，並醒目標註「1916」的字樣。這些信息又將人們帶回中國近代史推翻滿清，走向共和的歲月和發祥地，帶回到創辦中國民族工業的艱辛歷程。這是一種紀念，也是品牌歷史悠久的明證，更彰顯了中國人見賢思齊的傳統美德。

文化是品牌形象的內在氣質。博大精深、博大精深的中國文化是中國人的驕傲，是中華民族的根，也是維繫中華兒女情結的紐帶。在消費群體有特定指向的高檔品牌上，黃鶴樓的冠名和釋放具有文化內涵、人文底蘊的諸多信息，很容易被那些心有靈犀的人群所感知和理解，引發他們的回味、聯想和共鳴，代表著他們的地位和層次，喚起他們的自豪感和歸屬感，滿足他們精神上的某種需求。

「1916」的懷舊基調，東方神韻；「感恩」的國粹經典，感恩情懷；「08」的綠色、人文、科技；「漫天遊」的金羽飛揚，飄逸扶搖；「為了誰」的鐵血迷彩，奉獻情懷；「問道」的對比交織，上下求索；「品道」的行隨心至，圓融舒緩；「論道」的跳躍永恆，動靜相宜；「雅香」的淡雅協調，和諧流暢。如此等等，不一而足。

一系列極具文化色彩的品名和詮釋，豐富著黃鶴樓淡香系列的文化內涵，體現了黃鶴樓人思想與文化的高度統一。名品與名樓相濟，名人與名作同輝，在留給人們無限遐想的同時，也為黃鶴樓品牌本身營造出難得的文化氛圍。正是有了這樣的氛圍，黃鶴樓品牌才有了自己獨特的形象、氣質、風格和意境。

技術催生產業集群

黃鶴樓人知道，在這個信息爆炸的時代，中國企業必須要創新，否則沒有出路。一個企業所謂的成功只不過是踏上了時代的節拍，符合了時代的要求。但時代發展非常之快，企業不會永遠踏上時代的節拍，沒有常勝不衰的企業，很多企業都是曇花一現，所以沒有成功的企業。企業應該追求做時代的企業，跟上時代前進的步伐。

最新消息，一項新技術就能催生一家實體公司，在科技創新的驅動下，湖北中煙產業集群效益明顯。今年前7個月，全省產業合計實現利稅290億元，同比增長25%。

一次赴德國博斯特公司的考察中，湖北中煙技術骨幹被對方先進的印刷生產線深深吸引。為引進消化這套技術，旗下公司註冊成立武漢虹之彩包裝印刷有限公司。經過兩年集中攻關，構建的高精度全彩印刷技術專線平台達到國內領先水平，申報技術專利46項。目前，已有國內高端白酒、飲料、化妝品企業向該公司拋出了繡球，有意定向合作建設品牌包裝印刷專線。該公司全年預計銷售收入突破10億元，利潤總額達2.5億，將一躍成為湖北產銷規模最大、成長最快的印刷包裝企業之一。

黃鶴樓香精香料公司的誕生、壯大，也源於技術創新。該公司不僅研發了從天然香料植物中提取香精香料的核心技術，形成790餘種天然單體香精，還開發出喉爽、植物含片、滋養酒、保健茶等「淡雅香」系列新產品，催生了日化、食品、飲料、保健品等延伸產業，帶動了神農架、武陵山區中草藥植物原料產業發展。僅今年上半年，該公司實現利稅總額近1.2億元。

技術創新托舉產業集群。以虹之彩包裝印刷公司、黃鶴樓香精香料公司為代表，新技術已在湖北中煙催生24家相關產業公司，衍生帶動省內生態種植、生物化工、造紙油墨、包裝材料、物流商貿、文化創意等產業，年實現產值數百億元。

「發展經濟實體的關鍵，在於掌握人無我有、人有我優的自主專利技術，創新是企業由弱變強的根本途徑。」湖北中煙總經理彭明權說，「代表科技力量的黃鶴樓科技園已成為創新策源地，成為企業和品牌可持續發展的堅實支撐。」

黃鶴樓人驕傲地告訴我們，致力於用技術創新推動產業升級，未來3至5年，有望實現主業產值1500億元，帶動關聯產業產值過1000億元。

我們看到了「黃鶴樓·1916」頂級品牌的九大榜樣力：市場銷售能力、市場競爭能力、市場獲利能力、資產增值能力、企業融資能力、人才凝聚能力、政府公關能力、社會關愛能力、可持續發展能力。

只有頂級品牌才招人喜愛，只有頂級品牌才給人臉面。作為一個與品牌有關的人，會時刻關注那個品牌的發展狀況。

青島人為什麼像關心大海一樣關注「海爾」的每一個舉動？因為那是讓他們自豪的資源。

今天的武漢人、湖北人、中國人為什麼像關心地球一樣關注「黃鶴樓」的每一次創新？因為她是武漢的自豪，湖北的資源，中國的驕傲，行業的風向——綠色、環保……

北緯30度線，一條看不見的曲線，一條地理學家為方便研究地球而畫出的虛擬的線。然而，沒有任何一條經緯線有着它那麼神奇的魔力，它所經過的地方是地球上最美麗、最神奇的風景線：最高的山峰、最深的海溝、最奇怪的湖泊、最瑰麗的山脈、最壯觀的大潮、最洶湧的海流……

人們不驚詫於大自然的的神奇，人們還驚詫於身邊的神奇，品牌的榜樣。是誰回應百年前的呼喚？是誰留下不滅的痕跡？是誰傳承永恆的經典？是誰還在雕刻著北緯30度這條難以言說的風景線？

聚焦武漢，「風景這邊獨好！」黃鶴樓，正在揭曉答案！



黃鶴樓淡雅香品類之淡雅之源——天然本草植物



▲神農香菊



▲黃鶴樓科技園

