



# 小肥羊月度资讯

## 本期导读

店面信息 .....	2
新店风采 .....	2
新品荟萃 .....	2
公司相关新闻报道 .....	3
小肥羊荣登《2010 胡润民营品牌榜》 .....	3
调味品类商标案结束“五年长跑” “小肥羊”终归小肥羊.....	3
世界杯：小肥羊啤酒羔羊肉热销 60 万份.....	4
小肥羊入选“深圳老字号酒楼” .....	5
小肥羊食品首届全国经销商大会在锡林浩特开幕.....	5
小肥羊市场升级 前景钱景被看好.....	6
产学研联合攻关延伸羊产业链.....	8



## 店面信息

### ✚ 新店风采

◇ 小肥羊深圳大区梅龙路店隆重开业

2010年7月8日，小肥羊龙华梅龙路店隆重开业。梅龙路店占地面积近1500平米，可同时容纳500多人就餐，地址：宝安区民治街道梅龙路世纪春城4期2楼。店内特别引进了无烟技术，解决了油烟味、火锅味带来的烦恼。

### ✚ 新品荟萃



这款锅底主打“清润怡夏”的概念，适合夏季食用，具有清润消暑、散热解毒、润泽肌肤和帮助消化作用。香菜和皮蛋这两样产品都具有清新的口感，最宜夏季食用。利用这两款主料制成清可的香茜皮蛋锅，口味清



新且健康、色香俱全。再搭配爽脆的本地油黄瓜、口感鲜爽，若配上鱼肉涮锅，带来夏日火锅的清香口感，口味恰到好处。香茜皮蛋锅这款产品根据传统粤式菜肴改良，在目前市场上非常鲜见，独到且创新。

## 公司相关新闻报道

### ✚ 小肥羊荣登《2010 胡润民营品牌榜》

资料来源：新浪财经网等

7月5日，胡润研究院发布了《2010 胡润品牌榜》。在总榜的100名的企业中，中移动以2670亿元品牌价值连续四年位居总榜首榜。同时发布的子榜单《2010 胡润民营品牌榜》中小肥羊以19亿元的品牌价值成为唯一一家餐饮企业荣登该榜单。

至今，胡润研究院已经连续五年发布了中国企业品牌榜，由于对中国民营经济的关注，胡润研究院今年再次扩大到50个民营品牌，从而产生了子榜《2010 胡润民营品牌榜》。此次榜单中，共有42个民营品牌进入中国品牌前100。

### ✚ 调味品类商标案结束“五年长跑” “小肥羊”终归小肥羊

资料来源：包头日报等

7月26日，内蒙古小肥羊餐饮连锁有限公司收到了由北京市高级人民法院寄来的关于调味品类“小肥羊”商标的行政判决书。长达16页的判决书最后明确：驳回上诉，维持原判。这意味着，小肥羊公司与内蒙古华程科贸有限公司长达5年的调味品类“小肥羊”商标纠葛终于有了定论：华程公司恶意抢注的“小肥羊”调味品类商标不被核准注册，这也意味着华程公司已经取得的商标注册证将被撤销。



小肥羊常务副总裁张占海接受记者采访时表示，这是小肥羊商标被认定为驰名商标后，受到跨类保护的最直接体现。今后，小肥羊商标也将成为小肥羊公司生产的火锅底料以及小肥羊系列调味产品的专用商标，任何企业和个人企图利用“小肥羊”混淆市场的恶劣行为都将受到法律的惩罚。

中国调味品协会理事、内蒙古小肥羊调味品有限公司总经理云革称，“小肥羊”调味品类商标案件的尘埃落定，将进一步推进“小肥羊”系列火锅底料和相关调味品的市场影响力，也将对整个调味品行业的品牌保护与规范起到巨大的示范作用。

相关专家指出，小肥羊商标维权案例，为那些快速发展的中国企业如何在现有商标法律、法规的体系下实现品牌保护提供了一些新的思路。

## 世界杯：小肥羊啤酒羔羊肉热销 60 万份

资料来源：内蒙古新闻网等

6月11日，举世瞩目的南非世界杯开赛，全世界聚焦南非。从6月11日起，在中国，小肥羊为迎接世界杯热销新品“啤酒羔羊肉”上市，啤酒、羊肉、火锅，引爆小肥羊餐厅。截至目前，小肥羊“啤酒羔羊肉”已热销60万份。

小肥羊在世界杯期间推出啤酒羔羊肉，该产品采用6月龄羔羊后腿肉，腌制0.5小时，把腌制好的羊肉放入水晶碗里，倒入啤酒微微没过后腿肉，泡制5分钟即可。这款新品，啤酒和泡制的羊肉犹如大力神杯，啤酒的清香，羊肉的鲜嫩，润滑的口感，让球迷们在小肥羊感受世界杯的酣畅淋漓。



## ✚ 小肥羊入选“深圳老字号酒楼”

资料来源：深圳特区报等

深圳最闪亮的餐饮名片，上万名鹏城人共同投票选出的“深圳老字号酒楼”日前出炉。“深圳老字号酒楼”推选活动，历时近一个月，通过推荐自荐、入围、投票三个环节，利用网络、短信两大投票平台，严谨公正地在深圳市酒楼中选出消费者心中最富有名望的“老字号”酒楼。他们分别是潮泰牛肉店、小肥羊、华神龙火锅城、中森名菜、十号公馆新概念粤菜酒家、东北人风味连锁饺子坊、留园饭店、缪氏川菜、豫园上海饭庄，堪称餐饮业“金牌军团”。

记者获悉，入选的酒楼里有多家都有近20年的品牌历史，包括18年的潮泰牛肉店和华神龙火锅都是属于“深圳土著”。也有“中国火锅第一股”之称的小肥羊和“亚洲日本料理母舰”美誉的中森名菜，其背后集团实力雄厚，为品牌发展提供强力后盾，助力品牌稳步发展。

## ✚ 小肥羊食品首届全国经销商大会在锡林浩特开幕

资料来源：中金在线等

7月25日，来自全国的百名肉制品经销商齐聚内蒙古锡林郭勒，不过，他们不是普通的观光游客，而是为了一个共同的目标—小肥羊食品。

来自山东的经销商王先生告诉记者，近年来，市场对羊肉的需求逐年看涨，尤其是与起伏变动的猪肉价格相比，羊肉的价格却逐年看涨，充分反映了人们对羊肉的喜爱程度，这也给经销商极大的市场信心。数据显示，几年前吃羊肉基本人平均消费量在1公斤左右，2010年达到3.5公斤，预计未来五年内人均消费会小幅增长，基本保持平稳，到2014年将增长至5公斤。



不过，与庞大的市场需求形成明显对比的是，羊肉的供应却严重不匹配，尤其是羊肉市场的质量层次不齐，使得很多消费者无法吃到好羊肉。改制后的小肥羊食品全面发力羊肉市场，将全国百名经销商吸引至此。小肥羊食品的品牌经理李家洪告诉记者，小肥羊食品全面发力羊肉市场，一方面是因为经过几年为小肥羊餐饮的配套服务，小肥羊的肉制品已经受到了消费者的广泛认可。另一方面，小肥羊食品也有责任承担起整个行业的重任，让全国消费者吃到真正的好羊肉，引领整个羊肉制品领域的健康、持续发展。

大会上，小肥羊食品不仅推出了六款新品，企业营销团队高层更是对小肥羊食品未来五年的战略规划、市场策略、产品定位做出了具体的分析和解答，为经销商朋友释疑排忧，整个会议气氛热烈而踊跃。

内蒙古小肥羊食品有限公司市场总监吕雅丽称，2010年恰逢小肥羊肉业的五周年生日，更是小肥羊食品改制的第一年，小肥羊肉业不仅取得了连续三年羊肉制品全国产销量第一的优异业绩，更将在未来与经销商朋友共同成长、共同发展，全力打造中国草原羊肉第一品牌，这也是本次全国经销商大会的重要意义。

## 小肥羊市场升级 前景钱景被看好

资料来源：中国网等

日前，在北京召开的2010年中国国际肉类工业峰会上获悉，白条肉仍占我国全部生肉上市量的60%左右；冷鲜肉占10%左右，小包装肉品销售占10%。裸肉的区域性运输和销售极容易造成对肉品的二次污染，更无法进行完整的追溯管理，食品安全的隐患依然较大。同时，行业毛利普遍低下。



与成熟的猪肉等产业相比，我国羊肉行业产品普遍单一，主要是以冻羊肉为主，尤其是卷肉切片。在我国台湾地区，一些羊肉速食产品及精分割产品颇为畅销，在内地尚缺乏对羊深加工并充分利用羊体各部位的企业，而深加工恰恰是企业获得高毛利的来源。因此，羊肉行业面临巨大的挑战，但同时也蕴藏着机遇。

欲占领一个新市场，必须拿出创新性的产品，羊肉行业的产品及包装创新迫在眉睫。据了解，今年5月份，刚刚改制完毕的内蒙古小肥羊食品公司（前身为小肥羊肉业），由专注小肥羊集团产业链后台转向市场前沿，大力进行产品升级，走羊肉生产深加工之路。小肥羊食品的产品，除传统的卷羊肉、大力发展西式精分割产品和各式中餐包装羊肉，并着力羊肉高温熟食、速食产品，分别进入高档西餐、商场、便利店、国内中餐厅、火锅店、肉品批发市场等不同渠道。尤其是针对零售市场，将开发出“让消费者带回家直接吃”的产品——排酸保鲜肉系列，打造全新的羊肉品牌。

据小肥羊食品公司品牌经理李家洪介绍，小肥羊做出这一战略规划，主要是依据不断变化的羊肉产品流行趋势和食品安全的需要。“前几年流行大卷羊肉，而现在流行小卷羊肉。另外，以前家庭人口数量多，大包装产品畅销，现在多是一家两口或三口人，所以小包装开始盛行。同时，熟食速食化已不可阻挡，我们也将加快开发速食羊肉满足市场需求。但最大利润点仍在羊肉深加工领域，也就是我们的高端产品，例如针对西餐的法排等。”

针对这一市场前景，小肥羊已经高调出击，据悉，小肥羊食品在其七月底召开的客户大会将一揽子推出十几款颇富内容和包装创意的产品。在大力开发



新品，满足市场需求的同时，小肥羊亦在拓展产品渠道，其将在京津、内蒙地区建立多家专卖店，从而让消费者能及时买到安全放心的羊肉产品。

## 产学研联合攻关延伸羊产业链

资料来源：中国财经网等

7月19日，包头市举行了小肥羊绿色产业技术创新战略联盟成立揭牌仪式，这是包头市继稀土产业技术创新战略联盟和重型汽车产业技术创新战略联盟之后成立的又一联盟，也是我市第一个农牧业创新战略联盟。

小肥羊绿色产业技术创新战略联盟是在市科技局的组织指导下，由内蒙古小肥羊餐饮连锁有限公司牵头，联合17家养殖、加工、物流等骨干企业和5家在国内具有雄厚科研实力的农牧业科研院所、大学共同组建的产学研联合体。该联盟坚持以企业为主体，市场为导向，产学研相结合的原则，其主要职责是充分发挥联盟成员单位的产业、科研和人才优势，研发对加快小肥羊餐饮及我市羊产业发展有重要作用及具有市场潜力的拥有自主知识产权的新品种、新产品、新工艺、新品牌。小肥羊绿色产业技术创新战略联盟以羊产业发展的科技需求为基础，以延伸羊产业链为目标，以实施重大科技项目为载体，加强共性关键技术的联合攻关，在联盟框架内建设肉羊良种繁育基地、羊产品的深加工基地、调味品加工基地、小肥羊研发基地和企业信息化管理公共创新平台等。联盟以理事会为组织形式，通过理事会章程规定成员的权利和义务，同时设立专家委员会和联盟秘书处。