



华生 燕京华侨大学校长、知名经济学家

双轨制引发的联想：80年代时尚无合法的民营企业，万元户即个体户就上了报纸新闻。当时的腐败和贫富差距可说不到今天的百分之一。但当年人们对所传的官倒和腐败怒不可遏，是当时人们对不平等的承受力太弱，还是我们今天的承受力太强？

# 符离集烧鸡，难以走出的市场瓶颈



遭遇市场瓶颈、泛品牌推广受阻……符离集烧鸡的发展近年来饱受争议——为什么至今符离集烧鸡的市场仍困在宿州及周边地区？百年品牌为何推广难？为什么与之齐名的山东德州扒鸡却能行销全国、风靡海外，而符离集烧鸡却望尘止步？

符离镇政府和烧鸡企业通过多年的努力给出了回答，从集群发展到市场化运作，从标准化生产到产业链延伸，符离人正在力挽品牌，力争走上复兴之路。但宣传匮乏、融资艰难仍在困扰着整个产业，成了精耕市场奋力搏杀难以走出的“红海”。

记者 赵汗青 志强 文/摄

## 复兴之路

2011年10月21日上午11点，符离镇刘老二烧鸡厂旁的直销店。

“我是特意从宿州市赶到符离镇买烧鸡的。”宿州市民李先生在刘老二烧鸡直销店接受了记者的采访，他告诉记者，来到符离镇买烧鸡，买的就是一个“鲜”。

刘老二烧鸡公司的生产部经理王洪亮说，符离集烧鸡经历多年的不景气，需要打一个漂亮的翻身仗。

2002年，宿州埇桥区委办副主任胡永军调任符离镇长，面对长期以来符离集烧鸡产业发展中的种种问题，胡永军上任第一件事就是策划主办了第一届中国·符离集“金鸡杯”烧鸡评比大赛。

“这个大赛重新找回了符离集烧鸡品牌的名气。”王洪亮说。

经过不懈努力，符离集烧鸡原产地域保护并取得成功，成为国家地理标志产品；2006年，国家标准化协会九位专家一致通过符离集烧鸡国家标准，使符离集烧鸡有了“国标”……利好消息的不断传来，给萎靡不振的烧鸡产业注射了一针“强心剂”。

“我们已经在省城合肥设立了办事处，率先开设了6家徽香源烧鸡专卖店，与知名超市对接，将高质量的烧鸡通过商超渠道与市民零距离接触。”在符离镇徽香源公司古色古香的会客室，行政部主管季曼告诉记者。

杨家林秘书长告诉记者，“符离集烧鸡”现在已经形成了一个完整的产业链，由多个知名厂家参加组成符离集烧鸡集团，通过烧鸡厂龙头企业的作用，建立养殖基地，重点发展大户，通过和养殖户签订合同，提供鸡苗，让养殖大户养殖。成鸡后，烧鸡厂回收加工。通过养殖来带动养殖农户增收。通过饲料，带动饲料生产。

## 拓展之困

“美国的肯德基开遍世界，武汉的周黑鸭也开遍了全国，我们的烧鸡能不能真正走向全国？”李魁说，“前几年政府一直喊着搞烧鸡节，但到现在也没搞成，符离集烧鸡这个品牌亟待打出去。整个产业的发展关键就在于政府，尤其是宿州市政府的全力扶持。企业要想做大，那是企业的意识，整个行业要想做大，那必须是政府的意识。”

据记者了解，刘老二烧鸡和徽香源的销售量重头仍在宿州市、徐州和淮北，而在合肥乃至外省销量则很小。刘老二在宿州市开了37家分店，徽香源也开了10家直销店，但两家的负责人均称，自己的重头还是在以宿州为中心的周边城市。“就拿省城合肥的销售情况来说吧，口味不适应，很少买整只烧鸡的购买习惯都与宿州这边不同。怎样打开省城乃至全国市场，对我们来说都是考验。”徽香源公司的季曼说。为了抢占市场，徽香源已经关注到了网络营销，在淘宝网上开设专卖店。

“市场是符离集烧鸡产业发展的决定力量，但培育和开拓不是一日之功，就现在而言，整个开发市场还很大，镇政府将组织专业队伍去研究策划组织落实。”符离集镇党委书记朱卫东说。

## 三亿元销量的奇迹

由宿州市向北约20里，即到符离镇。

符离镇因符离集烧鸡而知名于世，在整个符离镇做烧鸡的企业就有28家，个体商户更是多达30余户，而在这些企业中，刘老二烧鸡公司和徽香源公司是其中的龙头骨干企业。

2011年10月21日上午，记者在刘老二烧鸡生产车间看到，生食车间、真空车

间、熟食车间、整形车全部窗明几净，井然有序。

该厂生产部经理王洪亮向记者介绍说：“先将一只只活鸡倒挂在铁钩上，经过自动化宰杀放血后，鸡被放进高温浸烫后褪毛。经过开、扒、别三道工序后再用活水清洗干净，放入锅内油炸，而后流水线作业进行卤制工序。工人们要把油炸的鸡经过卤制，再文火焖制，最后色佳

味美的烧鸡才能出锅上市。”

从活鸡进厂到制成色香味形具备的成品出厂，其中可见其制作工艺的复杂和考究。在这些看似简单的工序中，却要经过多年实践，和有经验的技师指点才能掌握技巧和火候。

符离集镇委书记朱卫东告诉记者，现今符离集烧鸡年生产销售1500万只，各种烧鸡产品年产值超过3亿元。

## 名牌诞生在民间

符离集烧鸡和德州扒鸡、河南道口烧鸡、锦州沟帮子熏鸡并称为“中国四大名鸡”。正宗的符离集烧鸡色佳味美，香气扑鼻，肉白嫩，肥而不腻，肉烂脱骨，嚼骨而有余香。

符离集烧鸡协会秘书长杨家林介绍，符离镇因北有离山，南产符草而得名。以前这里水草茂盛，沼泽遍布，野鸡

成群出没其间，当地居民擒而饲之，逐步演化成远近闻名的符离麻鸡。

符离集烧鸡的形成还要追溯到1918年，当时从山东迁移至符离的韩景玉经过对制作扒鸡师傅的偷学暗访，最终创出十三味中药、十五道工序卤料制成的韩家扒鸡。因津浦铁路经过符离镇，带来了大量客流，韩家扒鸡以味道好吸引

了大量乘客，口口相传作为最主要的传播方式，韩家扒鸡蜚声天下。

1951年，政府组织烧鸡生产互助组，将韩家扒鸡正式命名为符离集烧鸡，韩景玉被尊为符离集烧鸡创始人，同时政府将各种品牌烧鸡统一命名为“符离集烧鸡”，后来还成立了国营烧鸡厂，以便统筹兼顾，由此符离集烧鸡开始不断发展壮大。

## 品牌蒙羞

在符离镇的烧鸡食品工业园，记者见到了制作烧鸡的老行家李魁，他以自己的名字命名了公司——李魁烧鸡食品公司。

“1979年，市场刚放开，可以做点小生意。”在厂里的办公室，李魁回忆起当年的创业之路不胜感慨。李魁通过勤劳走出一条自己的路，而市场放开各种力量一拥而上，一时间缺乏政府引导，最终结果必定是鱼龙混杂，泥沙俱下。符离集烧鸡由此走上了下坡路。

上世纪80年代，由于质量管理不过关，经营方式落后等种种原因，整个烧鸡产业曾长期处在低谷中。符离集烧鸡协会杨家林秘书长说，上世纪80年代末，由于制度不完善，监管不力，一些商贩不择手段、唯利是图。“无证小商贩，为了便宜大量收购死鸡，块把钱一个，泡泡褪褪找油一炸一糊，两块三块一只，上个世纪的1985年到1992年那段时间，全镇光卖死鸡病鸡的有100多家。一趟火车上百十口子，都是卖死鸡的，死鸡充斥市场，

品牌能不砸吗！”回忆往事杨会林痛心疾首。

假冒伪劣的“符离集烧鸡”随着火车上的叫卖声而恶名远播。当时，符离集烧鸡由于失去消费者信任而一度沉沦，产品没了销路，烧鸡产业举步维艰。符离镇原镇长胡永军说：“我们原来有一个烧鸡厂，六十年代建的国营烧鸡厂，这个企业占地大约有50亩，当时职工是300多名，后来因为市场混乱等多种因素垮掉了。”