



●马雪莲说,“天时地利人和”安多公司都具备了,欢迎合作伙伴来参观考察、交流合作、共谋未来。

“安多牧场”以最好的服务创造价值

——甘肃安多集团副总裁、安多清真绿色食品有限公司总经理马雪莲访谈

■ 本报记者 何沙洲

8月21日上午,甘肃安多投资集团董事长王志荣和集团副总经理、安多清真绿色食品有限公司总经理马雪莲与来访的马来西亚柔佛州行政议员、柔佛州旅游、商贸与消费人事委员会主席拿督郑修强,在安多畜牧产业园会议室举行的座谈交流会上,互赠了纪念品;安多公司赠送的是拉卜楞唐卡,安多牧场邮册和牦牛绒围巾,来宾回赠的是“马到成功”艺术品,都具有地域文化和特殊意义。

“本次马来西亚以官方形式访问本身就具有特殊意义。”马雪莲告诉记者,来访的是马来西亚柔佛州政府伊斯兰旅游与清真贸易考察团,通过彼此间的相互了解,为推进双方在体系认证、经贸合作、旅游项目开发等领域的合作做了铺垫;并为安多集团生产的“安多牧场”牦牛、藏羊系列产品国际清真认证及开拓海外市场打下了坚实的基础。

马雪莲说,人们越来越关注健康的问题,营养健康已成为消费者的首选,这也是世界食品消费趋势,而“一带一路”也使“安多牧场”清真绿色食品走向世界的机会大增;现在和未来“安多牧场”要努力做的仍然是坚持“诚实守信,健康到永远”的经营理念,主动关注和满足合作伙伴、消费者需求,在发展中以最好的服务创造更好的产品和服务。

青藏高原的阳光从玻璃窗照进产品展示厅,马来西亚来宾津津有味地品尝“安多牧场”牦牛、藏羊肉休闲产品;陪同来宾参观的马雪莲亲自担任了解说员,她的笑容似那安多牧场上美丽的格桑花一样灿烂。

●希望与发展理念一致的合作伙伴真诚相待创造更好的共享共赢

记者:从媒体宣传看,贵公司最近很引人注目,其中中肽生物、山东腾骏祥、四川乔恩天赐藏享负责人和马来西亚柔佛州投资贸易团相继到来,安多食品公司有什么吸引他们,能谈谈他们来与贵公司有什么合作吗?

马雪莲:营销大师菲利普·科特勒认为:消费者在选择不同企业的产品时,首先考虑是否能够获取最大受让价值。今天的消费者要求厂商以最快的速度提供最好的服务。他们来到安多就是要将我们各自的优势整合互补,为消费者提供各自的产品、服务和价值。中肽、腾骏祥将和安多公司合作,精选优质新鲜的安多牧场牦牛骨为原料,采用中肽专利技术,萃取生产具有高生物活性的牦牛骨髓胶原蛋白肽;天赐藏享和安多公司签了贴牌生产牦牛肉酱、西式牛排的协议,以及安多牧场系列产品四川总代理合同;马来西亚贸易考察团来是要通过合作,推进原生态、有机、清真的安多牧场牦牛、藏羊肉产品走出国门,走进马来西亚。

客人到来,我们都要献上吉祥的哈达和敬上三杯酒,三杯酒代表敬天、敬地、敬人。通过努力,“天时地利人和”安多公司都具备了,安多公司近些年每年都迎来一百多批次的国内外贵宾,客商前来参观考察、交流合作、共谋未来。

记者:合作伙伴们都看好“安多牧场”牦牛、藏羊优质资源,贵公司将商标取名“安多牧场”就是要突出好肉品源于好山水吗?

马雪莲:是的。安多牧场是亚洲四大牧场之一,是牦牛、藏羊的栖息地,地域涉及甘、青、川、藏、滇五省藏区,被誉为“世界上最后一片净土”。我们曾邀请全国的百名餐饮业精英、名厨来这里近距离观察、了解在雪域高原安多牧

场自然生长的牦牛、藏羊,他们考察后感慨不已:“这些欢快的牛羊,可谓吃的中草药,喝的矿泉水,住的是风景区,堪称全世界唯一排他性原生态牛羊。”同时也对高原藏胞中广为流传的“牛吃药草我吃肉,无病无灾药不求”有更深的体会。

当然,我们不能仅根据企业的起名好坏来评判企业的发展成败,因为会不会利用无形资产还涉及营销手段等多方面问题。一个好产品的推广,关键还是这个产品的品质做得好不好。安多公司依托安多牧场优质的牦牛、藏羊资源优势,投资几亿建成了高标准、工艺先进、设备一流的牦牛、藏羊肉产品生产线,目前成为甘、青、川地区最大的高原特色畜产品精深加工基地,就是希望在嘈杂和污染充斥人们生活的现状下,让更多消费者感受安多牧场的静谧和带给人们健康、纯净的享受;也希望通过和合作伙伴们一起努力,将雪域高原牧场好山好水培育的原生态美食传递到国内外千家万户餐桌,从而更好的传播“安多生态肉品,健康源于自然”。

记者:在您看来,安多食品公司目前最需要的是什么样的合作伙伴?什么样的合作伙伴才是优质伙伴?

马雪莲:诺贝尔经济学奖得主诺思说过:“自由市场经济制度本身并不能保证效率,一个有效率的自由市场制度,除了需要有效的产权和法律制度相配合之外,还需要在诚实、正直、公正、正义等方面有良好道德的人去操作这个市场。”安多公司需要的就是与有着坚守诚信、追求品质的理念和正直做人、求实做事的合作伙伴并肩前行;安多公司希望与发展理念一致的合作伙伴真诚相待,通过多种形式合



●马雪莲和董事长王志荣(右)与拿督郑修强议员(右)互赠纪念品

作给企业不仅带来资金、先进技术、管理经验,还能提升企业与时俱进的核心竞争力和拓展市场的能力,使“安多牧场”的品牌核心价值竞争力得以提升和超越。

合作伙伴的信任度不是简单地以产品为标准,而是以企业的持续力和品牌价值作为衡量标准;只要是合作伙伴,安多公司就会努力提供超越竞争对手的价值,创造更好的共享共赢机会。安多公司计划总投资6亿元,按照国际一流标准规划建设集“生态畜牧产业链、观光休闲、旅游接待、技术培训”为一体的安多生态畜牧产业园,打造以安多原生态牦牛、藏羊的养殖、交易、屠宰以及肉、毛、皮、奶、血液、生物科技制品等循环经济产业链条,就是要将安多牦牛、藏羊的经济价值和社会利益发挥到最大化。

●从“诚实守信,凝固到永远”到“诚实守信,健康到永远”践行着社会责任

记者:据了解,安多公司在40年的发展,前30年企业的核心价值倡导的是“诚实守信,凝固到永远”,近10年改为“诚实守信,健康到永远”,请介绍一下这其中的发展变化,

“安多牧场”的核心价值在经营中又是如何体现的?

马雪莲:安多集团虽然前几十年在从事新型建材产业和水电开发,但十年前也在摸索、研究开发安多牧场大草原的牦牛肉和藏羊肉。国人越来越向往最天然、生态的绿色食品。安多人做建材时,最让人耳熟能详的是倡导的“诚实守信,凝固到永远”经营理念,那时是将“山上”的石头搬下来做成水泥,服务于改善国人的居住环境;现在是把“牧区”的牦牛、藏羊牵过来做成清真、绿色、健康的安全食品,认真实现“诚实守信,健康到永远”的企业核心价值。按照安多集团董事长、总经理王志荣先生的说法,安多人尽管存在缺氧的高海拔雪域高原,但是安多人不缺健康精神,公司坚持“做真牦牛,真做牦牛”的经营理念,发挥牦牛、藏羊肉产品加工企业的规模和技术优势,深挖牦牛、藏羊高营养、高品质、独特性、稀有性的特点,向顾客提供优质的、具有竞争性的产品与服务,目的就是要让安多牧场真正的天赐美食“为国民的健康和幸福助力”。

成为受人尊敬、爱戴的企业是我们的志向。在安多公司的发展历程中,员工们都能够融入这种“受尊敬的,负责任的”的企业文化中,以“生态循环经济”可持续发展为经营指导,践行着“一片牧场,健康一个民族”的社会责任。安多公司也因此荣获了“中国质量?服务?诚信AAA企业”、“国务院扶贫开发重点龙头企业”等一百多项殊荣,产品取得“有机食品认证”、“HACCP认证”、“国际清真食品 Halal 认证”。这说明企业在为社会和顾客创造价值的同时,就在提升企业的核心价值。

记者:在用品牌打造核心竞争力上,“安多



●陪同临夏老华寺的大阿訇参观公司产品

牧场”在品牌定位、品牌使命方面确立了哪些战略指导思想?

马雪莲:在品牌定位上,我们就是要努力打造中国青藏高原生态有机清真肉品加工供应基地,接青藏高原健康的底气,走好安多健康发展之路。在品牌使命上,我们坚持“真做牦牛,做真牦牛”,从牧场到餐桌,始终确保安多牧场产品的健康与原生态品质,倡导“保护生态,健康身体”,传播“健康源于自然”的健康饮食理念。

记者:目前“安多牧场”的主销产品和主销市场有哪些?下一步公司在新品开发上将有哪些新的调整动作?

马雪莲:目前安多牧场的产品主要以冷链有机肉品、休闲熟食品、调味料产品三大类为主,基本涵盖了肉品加工业涉及的生产品种,从大的类别来看也基本能够满足消费市场的需求。主销市场包括北京、天津、西藏、西安、上海、内蒙、广州、青岛、海南、湖南等高端市场。安多牧场食品从一开始,就坚定了走高质优价、以完美质量给人提供健康的道路,从生产设备、原料采购、现场管理、售后服务等各个环节,建立了完善的质量保证体系,并在与国内30余家科研单位建立院企合作的基础上,

分别与中科院兰州分院、甘肃农业大学、甘肃民族师范学院签订了《全面科技合作协议》和《产学研合作协议》,加强合作的目的,更多地是将重点放在如何培养新的竞争力、新观念以及新技术上,坚持高起点、高标准、高质量、高效益,严格要求的管理目标要求,严把产品生产加工的十八道工艺关,深挖牦牛、藏羊高营养、高品质、独特性、稀有性的特点,为客户提供更多的产品组合。

由于我们屠宰加工的过程中挑选了牛羊优质部位的肉品进行加工成产品,还有部分如血液、毛皮等副产品需要更好的利用起来,接下来公司也会开展血液制品、工艺品加工等项目,将优质牛羊资源利用放在重点开发项目上。同时,审时度势,大胆创新细分市场,一方面会抽出更多精力做高层次的产品,另外一方面会出更多的品类,给消费者更多的选择空间,并将会在重点城市建设中央厨房等。

记者:我看见“安多牧场”有自加热方便牦牛、藏羊杂汤,今年成都市场上也推出了几十个牌子的自加热方便小火锅,您怎么看待这种现象?

马雪莲:这是一个好事情,中国人的生活节奏和结构发生了很大变化,收入高了,节奏快了,对快销自加热方便食品需求自然增多。大家来研发出更多方便、营养、健康的方便食品,将传统美食与方便食品融为一体,能让人们在享受美味的同时得到健康和快乐。“安多牧场”自加热方便牦牛、藏羊杂汤就很受市场欢迎。

自热方便食品是一个未来千亿级的新板块,也是一个新兴产业,谁都渴望从琳琅满目的方便自热食品中脱颖而出,在未来千亿级产业板块分得一杯羹。但大机会也存在大风险,



●陪同马来西亚贵宾参观考察

新兴产业行业标准欠缺,产品同质化严重;技术不稳定;知识产权保护及储备不足;标签标识规范性差异易被查处;包装设计、品牌推广手段单一等,都是行业所面临的严峻形势。为此,政府、行业协会、企业要一起来努力,解决行业现状及问题,才会推动这个新兴产业健康、有序、良性的发展。最近成都市食品药品监督管理局发布了我国首份针对方便火锅制定的质量监管方案,提高了快销自热方便食品准入门槛,企业必须要达到更高的新标准才能生产食品,这有利于坚守企业责任用心做食品的品牌企业,同时也将提高生产企业对食品质量的责任感和消费者对食品质量的安全感。

记者:请问如何才能让企业在市场的洗牌中健康发展并能占据主动呢?

马雪莲:还是要把产品做得更好,把市场做细、做深、做透。在这个日新月异的社会,要使“安多牧场”受到顾客尊敬和喜爱,企业要做到不断创新,必须熟悉顾客,了解用户,调查他们现实和潜在的需求,分析他们的购买动机和行为,研究他们的消费习惯、兴趣和爱好,只有这样,企业才能科学地顺应顾客的需求走向,确定产品的开发方向,占据市场主导。

企业要活下去,重要的是市场,没有市场,

做得再好也是白干;这就要求我们第一时间感知消费者变化、渠道变化及产品、技术、设备的变化,根据不同的变化努力作市场引领者和行业发展推动者。

●已形成“安多牧场”线上线下相结合的互动销售模式

记者:网络营销逐渐成为各行业企业探索的创新型营销手段。请问您对网络营销是怎样理解的?公司在这方面已做了什么?

马雪莲:现在打造的互联网+,使得原来很传统的产业加入了很多新鲜的元素;互联网技术使食品产业链全过程透明,也保障了食品安全。网络营销是借助一切被目标用户认可的网络应用服务平台开展的引导用户关注的行为或活动,目的是促进产品在线销售及扩大品牌影响力。

“安多牧场”系列牦牛、藏羊肉产品在线下市场,例如直营店、代理商、超市等实体店销售,同时通过开通安多集团官方网站、甘肃安多清真绿色食品有限公司官方网站、工商融e购安多牧场旗舰店、甘南藏宝网店、安多牧场微信公众平台、“雪域藏味”淘宝店、中国农业银行四融安多牧场旗舰店、“食行生鲜”网络平台、灵犀网“安多牧场”旗舰店、“任我在线”安多牧场安多休闲食品等13个网络平台搭建起网销渠道。甘南州电子商务孵化园去年在安多畜牧产业园挂牌成立,公司建设的集团基地大厦企业形象展示厅、甘南土特产品展示厅、产品销售厅和科技研发中心等,也在全面宣传销售安多牧场肉品,已形成“安多牧场”线上线下相结合的互动销售模式。



●在座谈会上谈安多牧场品牌发展思路

记者:一个好的企业管理制度是企业健康运作的基础,对一个企业总经理来说,您认为企业管理最重要的是什么?

马雪莲:中国市场的消费正从一个依靠外需为主转为内需,而且内需发展会更快,消费结构和消费理念会发生一个非常大的变化。在这种趋势下,任何企业在发展过程中会有千丝万缕的各种问题和矛盾。身为一个企业总经理,要做好企业管理工作,必须以完善的企业管理制度去规范管理行为,用良好的企业文化来引导企业发展方向。作为管理者要懂得抓住每一个阶段存在的主要问题核心,一定要知道这个阶段最核心和突出的是什么,从而优化好各方面资源去解决好最突出的问题,创造更多推动企业发展的“正能量”,形成更多行业发展的“合力”,才能推动企业健康发展。

安多集团一直将企业文化定位于坚守责任与诚信,在企业管理中坚持“四统两严一强化,衡量标准是效益”的管理模式,并以“诚实守信,健康到永远”为经营理念,坚持“真做牦牛,做真牦牛”,专注于高原生态畜牧产业。这是安多集团及安多牧场高品质生态食品能够在未来良性发展的决定性因素,也是企业健康发展的基础。