



●安多集团董事长王志荣(左一),安多集团副总经理、安多清真绿色食品有限公司总经理马雪莲(右一)陪同来宾参观并和哈萨克斯坦前总理、中亚及俄罗斯丝绸之路八国经济联盟执行主席马西莫夫·卡基穆拉·卡西末维奇(左二),尼泊尔前总理、尼泊尔共产党主席兼外联部主任马达夫·库马尔·尼帕尔(中)合影留念

“党和国家方针政策就是安多的发展方向” ——安多集团董事长王志荣谈实现企业与社会的和谐发展

■本报记者 何沙洲

11月27-28日,中肽生物科技有限公司董事长贾宏伟带领他的管理团队,从北京来到青藏高原的甘肃安多投资集团夏河畜牧产业园,在园区门口那块镌刻着“安多牧场”的石头前下车,雪域高原的阳光照着一身暖和。让贾宏伟身心都感受到温暖的则是每次到安多集团都受到公司董事长王志荣亲自迎接,并敬上三杯“安多人”青稞酒,献上洁白的哈达。

“我选择和安多集团合作,一个重要的原因就是王总的为人和做事。”贾宏伟指着安多食品生产基地楼顶上立着的“真做牦牛,做真牦牛”字牌告诉同行。贾宏伟和王志荣从2017年就谋划携手在这雪域牦牛生长的第一家真正的小分子牛骨胶原蛋白肽研发生产基地,进一步开发珍稀牦牛的宝贵价值,共同做强一个大健康产业。

“这个项目不仅有前景,而且有意义。”王志荣说,近年来,随着健康中国建设的深入推进以及一系列政策文件的出台实施,十九大更是提出从国家战略层面统筹解决关系健康的重大和长远问题,全面维护人民健康;作为雪域安多牧场牦牛、藏羊肉食品健康产业的龙头企业,安多公司洞察到这一发展趋势与市场需求,已经在积极地调整思路,更好地借势发展。

“党和国家方针政策,就是安多的发展方向。”王志荣说,安多公司从当年一个年产几万吨水泥的小厂,发展成为涉及建材、畜牧、清洁能源、生物制品、塑料制品、金融、管理咨询等领域的大型集团企业,已逐步成为甘南州工业经济发展的重要支柱,成为改革开放的主体和推动者。然而,安多公司40多年发展历程中每一个重大决策,每一步大的发展,都是在努力把握好党和国家方针政策,抓住发展机遇转型升级。这次安多和中肽合作是要形成“合力”来助力“健康中国”建设,不论是对合作伙伴还是消费者,始终贯彻诚信经营,积极践行“关注健康,造福人类”的企业追求,更好地实现企业与社会的和谐发展。

40年坚持践行“兴企富民” 才屡屡赢得良好的发展契机

国际品牌联盟副主席弗朗希斯·麦奎尔曾对中国企业提出忠告:“不管是什文化背景,一个企业都应以人为本,成功的关键不在科技,而是在人。”安多集团是将“以人为本”的发展理念融入了企业核心价值观中,不论是在前30年以建材为主业服务社会基础设施和居民改善房屋条件的建设中,奉行“诚实守信,凝固到永远”经营理念;还是在近十年将高原畜牧产业作为未来发展的优势产业向国人提供生态牦牛藏羊肉食品中,奉行“诚实守信,健康到永远”经营理念,都始终在用心做好吃、住两大民生工程。

2018年7月,尼泊尔前总理、尼泊尔共产党主席兼外联部主任马达夫·库马尔·尼帕尔、哈萨克斯坦前总理、中亚及俄罗斯丝绸之路八国经济联盟执行主席马西莫夫·卡基穆拉·卡西末维奇

翰·卡西末维奇,世界绿色气候组织执行总部总议长(韩国)李雨承,新西兰中新投资总商会会长宗元等国际嘉宾莅临安多集团参观时,王志荣向来宾介绍:安多就是干了一份职业:搬运工,以前是把“山上”的石头搬下来做成水泥,再搬到城市里面盖楼房,为城市建设做贡献,提高人民居住环境;现在是把“牧场”的牦牛、藏羊搬过来做成绿色、健康的安全食品,再搬到百姓的餐桌上,为健康中国建设做贡献,提高人民生活质量。

谈到“安多水泥”,经过30多年的市场洗礼,已是甘川区域的大品牌了,怎么又想到跨行进入食品行业。王志荣说,“这不仅是企业发展的需要,也是民族地区特色产业发展的需求,保护高原生态的必然选择。”安多人早早地就看到了水泥行业发展的天花板,还有环境与生态问题的可能。安多牧场是三江的源头,在党和国家倡导“绿水青山就是金山银山”的科学发展观中,安多集团决定立足青藏高原特色资源生态优势谋划未来,走出一条结合当地特色的可持续发展之路。

从2009年开始,安多集团就着手并实

施了总投资5亿元的安多循环经济示范区的建设。王志荣坦诚地说:“那时向央企出

让了安多水泥的大部分股权,现金充裕,可

以有很多选择;也的确布局了许多,如金融

中心,建设11370平方米的电子商务产

业孵化园,建设全国性行销网络以及东南亚、中东、欧美等国际市场,已经有效形成了以北京为营销中心,以兰州为物流中心,以甘南为“中国青藏高原有机生态肉品加工供应基地”的发展格局。

送中心,建设11370平方米的电子商务产

业孵化园,建设全国性行销网络以及东南

亚、中东、欧美等国际市场,已经有效形

成了以北京为营销中心,以兰州为物流

中心,建设11370平方米的电子商务产

业孵化园,建设全国性行销网络以及东南

亚、中东、欧美等国际市场,已经有效形

成了以北京为营销中心,以兰州为物流

中心,建设11370平方米的电子商务产