

万隆 人类生存基本权利的守护者

本报记者 李代广 王萍 成都、郑州报道

■ 对话企业家

从低调到高调

记者:还是要聊聊“瘦肉精事件”。您掌控这架庞大的商业机器近 30 年,工厂的每一个角落都打上了您的双汇烙印。但是,2011 年 3.15 前的您远没有现在出名。

万隆:我这个人一向很低调。这可能也是第一代实干型企业家的特点。喜欢埋头做事,觉得把企业做好了,把产品做好了比什么都强。你看那时候,我很少出现在媒体的镜头前吧,我的名字也鲜有见诸报端。宣传的事都有专门的人负责,我不太过问。

记者:直到“瘦肉精事件”?

万隆:是的。我这种变化也许是必要的。

记者:遇上突发事件,大多数企业的做法是请一家公关公司进行危机公关。

万隆:是的。但是我不同意领导班子的这一提议。不是为了省钱,双汇不缺钱。可能是出自坦诚吧。双汇的理念就是“诚信立企,德行天下”。不请公关公司,请来经销商、消费者代表、媒体记者,高调召开万人大会,我亲自在会上向与会者三鞠躬道歉,我认为这是一个企业家的担当,尽管有人曾经怀疑这鞠躬背后的诚意。企业出了事,管理者有责任,作为企业的总负责人、最高层管理者,更应该承担责任。我没有更多的语言,而是用行动表达了歉意。

记者:接下来呢?

万隆:接着是频频接见媒体记者,不厌其烦地反复说明事件发生的原因。然后在企业内部实行严控质量的“头头检”等多达几百种的检测程序。

记者:有媒体报道说,双汇实行头头检以后,2011 年从 3 月份到 5 月份,双汇所收的毛猪(检测头数)呈逐月下降趋势,下降最多的月份达 6 万余头,与此同时,公司运营成本急剧上升。您怎么看?

万隆:当然,双汇坚持“头头检”的原因在于,它带给双汇的并不只是问题,还有机会。在“头头检”的措施下,双汇的市场声誉正在迅速恢复,这一抉择让双汇有效地躲开了三聚氰胺之于三鹿的毁灭式打击,同时从最早日损失 1 个亿,到业绩预告公布的 5600 万~11300 万元的净利润,公司运作恢复还算迅速。

记者:您怎么评价自己从低调到高调?

万隆:表面看这是行为上的一种变化,往深了说这是我作为企业家的一次自我成长。为了双汇,我必须改变。

呼吁出台屠宰法

记者:您对目前的行业现状怎么看?

万隆:目前国内肉类行业散乱差小,私屠乱宰与现代社会的 要求不相适应。目前,肉类加工的产业集中度和技术装备水平较低,虽然全国的定点屠宰点由前几年的 3 万多家降低到现在的 2 万多家以下,但 80%以上的企业仍处于小规模,作坊式、手工和半机械加工的落后状态,最大的五家屠宰企业屠宰量仅占全国的不到 10%,而发达国家占 80%以上。

记者:我国发布《产品质量法》、《动物防疫法》和国务院《关于禁止在市场经济活动中实现地区封锁的规定》等法律法规,早就明文要求:任何单位和个人不得限制合格产品进入当地市场。实际情况怎样?

万隆:在肉类行业,安全放心的冷鲜肉应该说还是受到地方保护、地区封锁,部分地区设置重重障碍,限制阻挠大企业的品牌冷鲜肉进入当地市场。因此我呼吁:尽快出台屠宰法,把不符合条件的场点淘汰,按标准、按市场规律办事,实现肉类工业的标准化、规模化、工业化发展。

记者:早在 2009 年年底国家商务部已经发布《全国生猪屠宰行业发展规划纲要(2010—2015)》、今年年初工信部又发布了《肉类工业十二五发展规划》,按照规划纲要制定的目标,到 2015 年,全国手工和半机械化屠宰等落后产能淘汰 50%以上。您怎么看?

万隆:我的观点与高层的规划是一致的。



万隆印象

有着“中国屠夫长”、“肉类工业的教父”、“肉类品牌创始人”等赞誉的万隆,是土生土长的漯河人,在当地素有“头发很少,头皮很硬”之称。

在双汇集团万隆办公室的墙上,挂着一幅油画,油画上的万隆扛着一根高尔夫球杆,嘴角挂着专业选手的微笑。在办公室一角,放着微型高尔夫练习场;另一角放着跑步机。

其实,万隆并不会打高尔夫球,那架跑步机看起来也沉默了几个月,他对桌上那些小猪模型的兴趣,可能远远超过这两件道具。

这一天的万隆,穿着西装,系着领带,戴无框眼镜,端坐在办公台后面,接受记者采访,他的讲话朴素幽默。

生活中的万隆,有一个好习惯,就是午后散步。有一次,我们一起吃过午饭后,他说到外边走走。当时天空下着小雨,万隆却丝毫不在意。

出身在相对封闭、市场经济不甚发达的中原地区,万隆把一个小亏损的小肉联厂,做成了中国最大的肉类加工基地,靠的就是一股“硬”气。二十余年来,他和体制博弈,与资本过招,甚至与自己的年龄抗衡,连他自己都说,“换了别人,可能早出局了。”

在接受记者采访时,不难感受出他的干练和睿智,而且,在他的胸中似乎永远澎湃着无尽的创业激情,似乎随时都能再来一个大动作,再铸一段成功的辉煌,感觉里,成功似乎离他特别近。他似乎练就了在商海任意遨游的本领。毋庸置疑,在他的领导之下,双汇将走向更大的辉煌。

■ 企业家动态 双汇经营战略新模式

牵手豫皖屠宰商

万隆话音未落,双汇就与河南、安徽两省 20 家定点屠宰厂达成合作意向。

10 月 28 日上午,双汇集团在漯河市举行了一场与河南、安徽两省定点屠宰厂的合作研讨会,26 家定点屠宰厂负责人受到邀请前来洽谈。

根据合作协议,这 20 家定点屠宰厂,今后将不再经营生猪屠宰业务,转而销售双汇放心肉。换言之,这些屠宰商将从此转行变成销售商。

双汇方面将在产品供应、技术指导和资金运作方面给予全面的支持和服务。

据介绍,到 2013 年,双汇计划在全国陆续与 300 家屠宰厂达成此类合作。

研讨会当天,共有 20 家定点屠宰厂与双汇达成合作意愿,并现场与双汇方面签订了合作意向书,其中包括 15 家河南本地定点屠宰厂和 5 家安徽定点屠宰厂。

据河南双汇投资发展有限公司屠宰厂总经理王俊磊介绍,自 1998 年《生猪屠宰管理条例》实施以来,屠宰行业进入了有法可依的阶段,但目前屠宰行业布局 and 结构不合理、产能总量过剩,落后产能比重大、产业集中度差、工业化水平低、品牌发展落后、多数小屠宰厂检验检疫水平低、食品安全形势依然严峻等问题始终存在。

万隆在签约现场接受记者采访时表示,这些问题不仅对猪肉质量安全构成了潜在的威胁,也影响和制约屠宰行业的发展,一些屠宰厂、肉联厂经营不善倒闭破产的例子屡见不鲜。如何让屠宰行业的小企业发展、壮大?走合作共赢的新路子势在必行。

根据国家部署,今后,部分产能小、设备落后、环保不达标、食品安全没有保障的小型屠宰厂将逐步被关停并转,规模化、工业化、标准化的屠宰企业是下一步国家支持的重点。正是在这样的契机下,作为屠宰行业龙头企业的双汇开始着手加强与小屠宰厂合作。

做大双汇冷鲜肉

“与双汇合作后,这些小的屠宰厂将不再进行生猪屠宰业务,而是利用其现有的销售网络开卖双汇肉。”王俊磊向记者介绍说,刚刚与双汇达成合作意向的这 20 家定点屠宰厂,届时将统一成为销售双汇生鲜品的客商。

安徽淮南一家屠宰商告诉记者,当下其经营的屠宰厂一直处于“高不成低不就”的状态,也曾想过寻找一家大型的屠宰企业合作,但苦于一直没有机会,“这次真的很感谢双汇,推出了这个好的合作模式,也让我们找到了扭转企业经营的办法和策略。”

信阳市潢川肉联厂也是此次与双汇达成合作意向的 20 家屠宰厂之一。其负责人在接受采访时告诉记者,潢川肉联厂每天的宰杀量在 120 头左右,但是其利润一直很低,经营发展上已显得有些困难,所以在双汇提出该合作模式后,其便下定决心不再杀猪,而改卖双汇肉。“如果和双汇合作,差不多的话,每年仅销售等方面的奖金我们就能拿到近百万元。”

记者了解到,当日达成合作意向的这 20 家河南、安徽两省的屠宰厂,大多都在经营及发展上遇到了诸多限制,与双汇合作也正中不少屠宰

厂经营者下怀。

“此次与双汇的合作是我们在发展中的一次转型,对规范屠宰行业和放心肉工程建设也具有重大的推动作用。以后,我们企业的发展就有了支撑,何乐而不为呢?”安徽另一家屠宰厂商如此表示。

双汇发展鲜冻品事业部总经理马相杰在接受记者采访时表示,一旦确定合作,他们将向这 20 家屠宰厂承诺,今后将在产品供应、技术指导 and 资金运作等方面给予全面的支持和服务。“不仅如此,双汇方面还将根据客户商销量给予 10 万元~150 万元不等的销售奖励。”

据万隆介绍,这 20 家屠宰厂在当地都具有成熟的销售渠道和市场资源,而双汇作为中国最大的肉类加工企业,具有品牌优势、技术优势、规模优势、管理优势、资金优势、产品优势、设备优势等,双方合作后,实现强强联合,能够达到共同规范市场、确保食品安全的目的。

“这 20 家屠宰厂均位于双汇现有屠宰厂 300 公里内,因此在生鲜品的运输、供应上有充分保障。”马相杰告诉记者,双汇将用消费者信得过的产品依托双汇完善的物流系统,确保对每一个客户商及时准确地供货。

在签订合作意向书时,万隆也承诺:“双汇物流系统配置的 1200 多辆冷鲜肉送货车将 100% 准时供货到客户商。”这句话打动了所有参会屠宰企业代表的心,也赢得了他们的阵阵掌声。

记者了解到,此次双汇与屠宰厂进行合作并不是首次,此前双汇已先后与众多屠宰厂商进行了合作,并且这些屠宰厂均已获利。安徽汇汇食品有限公司、四川南充汇龙食品公司都是通过与双汇合作,使企业走上了转型发展的道路。

将再建 15 家屠宰厂

采访中,万隆透露,目前双汇在黑龙江、辽宁、河北、山东、河南、江苏、湖北、江西、浙江、广东、四川等省市共建有 15 个现代化屠宰加工基地,年生猪屠宰能力 3000 万头。在这 15 个工厂 300 公里内,屠宰厂共 1200 家,“目前双汇正在筹建 5 家大型标准化屠宰厂,计划十二五末屠宰厂总数量要达到 30 家,年产能达到 5000 万头以上。2012 年双汇将优先签约有实力、有合作意向 300 公里内屠宰厂 100 家,2013 年计划签约 300 家。”

万隆坦言,签约此类屠宰厂,对双汇来说,不仅是扩大产品销量的重要举措,抢占屠宰厂所在地的肉产品市场,更能把双汇这个品牌做大做强。同时,也让更多的老百姓享受到了双汇的放心肉。

“以前每宰一头猪,我们都要向本地的商务部门缴一部分费用,今后我们不宰猪改卖肉了,相关部门会不会因此给我们使绊呢?”这是很多屠宰企业的顾虑。对此,万隆表示,双汇方面将拿出最大的诚意,用安全放心的产品去赢得消费者的心,“毕竟是让当地老百姓吃的肉更放心了,我想,当地政府也能够理解。”

万隆表示,双汇非常看好与小屠宰企业合作的前景,有信心通过积极加快推进与小型屠宰厂合作的步伐,不断提升屠宰业生产力和生产效率,共同发展,确保食品安全。

■ 记者手记

万隆 战胜自己的人

10 月 26 日下午,中国成都世纪城,新会展中心三楼会议室,“中国食品发展高峰论坛”在这里举行,刚刚走下讲坛的河南双汇投资发展股份有限公司(以下简称双汇发展)董事长万隆立即被媒体记者包围。为了不影响会议继续进行,万隆沿着会议室边缘的走道出了会议室,在相对宽敞的走廊上和大家一一交换了名片。从外表,看不出这是一个掌管着年销售额超 500 个亿、拥有员工 6 万多人的庞大商业帝国的大老板。

在论坛的发言中,万隆继续阐明淘汰落后产能、发展现代化肉类工业的观点,呼吁出台屠宰法,竭力推动中国肉类行业的变革。这一举动让熟悉万隆的人多少有些惊讶。按他自己的话说,“以前只知道埋头做企业的事”,很少说行业的事。

万隆强硬,但不保守。这让他 在克服自身的局限上,具有让人吃惊的自控力。

瘦肉精事件发生后,万隆都坚持认为双汇被误解了:“我不怕批评,为什么都不实事求是?”万隆内心始终保留着自己的“不服气”。

但是,他并不因此而固执。他很彻底地反思了自己,“以前只知道埋头做事,现在才发现做事也要让别人知道。”

他对媒体记者说,他不抽烟、不喝酒、不善沟通,只知道闷头做企业,忽视了双汇外部的生存环境,双汇的被误解,有他的原因。

在之后的时间里,万隆自身有了很明显的转变。

2012 年以来,万隆积极主动地参与到公开活动中,并且经常做主题演讲。

过去他很少提及行业的事情,把主要精力集中到发展双汇上,现在他也开始主动指点行业发展。

万隆呼吁尽快出台屠宰法,破解行

业乱象。

剑指同行业,这是万隆极少的举动。在过去的发展中,万隆极少批评同行,只是闷着头做自己的事情。

经历了瘦肉精事件之后,万隆无法回避残酷的现实:行业的问题也是双汇的问题。

如今,作为中国肉类行业的龙头企业,双汇集团在消费转型及产业升级方面承担着更大的责任和义务。

现在,市场上我们可以看到双汇推出了双汇大肉块,双汇洛克高端火腿肠等新产品。双汇甚至还和动漫公司合作,效仿海尔集团拍动画片,筹拍 200 集的《双汇大森林》。……

单看这些事情像危机公关,历史地看,这些举动的意义和价值要丰富很多:首先是双汇掌门人万隆去改变自己,同时也在改变双汇。

按万隆以往的性格,他懒得去呼吁尽快出台屠宰法,如今他更主动承担起

引领行业发展的责任。这是提升整个行业,也是在帮双汇。

过去双汇依靠引进世界一流的先进技术,保持双汇在市场上的竞争力。就在双汇立志奔向 1000 亿时,整个行业却仍然处在低水平阶段。

今年 7 月份,双汇完成了资产重组,扫清了发展的障碍。万隆给双汇和自己定下目标:“面对十二五,双汇的发展目标是进一步做大、做强,争取十二五末实现肉类总产量 600 万吨,销售收入突破 1000 亿元,成为世界最有竞争力的国际大型企业集团。”

尽管有相当一些媒体委婉批评双汇“追求规模”,但是万隆依然坚持自我。

在媒体眼中,双汇已经够大;在万隆眼里,双汇还太小。他曾多次解释坚持做强做大双汇,是因为“屠宰业行业集中度低”。

当前,肉类食品市场交易额已突破一万亿,但是,肉类加工的产业集中度和

技术装备水平较低,80%以上的企业仍处于小规模,作坊式、手工和半机械加工的落后状态。

像双汇这样大的龙头企业,企业屠宰量仅占全国的 5%,而中国最大的五家屠宰企业屠宰量仅占全国的不到 10%,而发达国家占 80%以上。

“一定要用大工业改造传统产业。”万隆的斗志让他带给双汇更积极的改变。

他自己也在改变,而这种改变可以夸张地形容为:当低调的万隆进化为高调的胡葆森,他就是一个更加强大的人。他现在高调做的事情,很多时候都像是在跟自己的弱点告别。

万隆完成了又一次成长。当然,也许有人会说,万隆不过修补了自己的一个短板。然而,对于 72 岁的万隆来说,要在短时间内修正此前几十年的思维方式,这需要多么大的控制力啊。