

朱献福 打造华尔街中国食品行业代名词

本报驻河南首席记者 李代广

3月30日,春意盎然,惠风和畅。在这个播种希望的季节,河南众品阳光食品股份有限公司迎来了创立20周年纪念日。

众品公司没有安排隆重的庆典,而是以“发布企业社会责任报告、出资2000万元成立河南众品阳光公益基金会、举行体现众品成长历程和众品精神的《众品世界观》一书首发式,以及举行众品综合能力平台项目奠基仪式”等一系列活动,来庆祝自己的20周年庆典纪念日。

中共许昌市委常委、市委宣传部部长王登喜,中共长葛市委书记史本林等相关领导出席了庆典活动。世界肉类组织、全球冷链物流联盟、中华全国工商联合会农产商会、中国肉类协会、中国物流与采购联合会、河南省工商业联合会、中国食品工业协会、荷兰合作银行、中国建设银行、中国农业银行、国家开发银行、招商银行、益海嘉里、统一企业、蒙牛集团、中粮集团、双汇集团等组织和单位发来了贺电。在紧张的庆典活动间隙,本报记者采访了河南众品食品股份有限公司董事长朱献福。

众品20年 跻身全国肉食品行业第一集团

记者:朱董您好,今天是众品公司成立20周年的喜庆日子,首先,我代表我们企业家日报社向您、并通过您,向近万名众品员工表示热烈的祝贺!您今天的心情如何?

朱献福:谢谢。企业家日报是我多年来非常关注和喜欢的一张报纸。我今天的心情可以说是非常高兴、非常激动。我要代表众品公司的全体员工和海内外股东,向百忙中参加仪式的各位领导、各位嘉宾和社会各界朋友,表示热烈的欢迎和衷心的感谢!

记者:请您简单谈一下众品公司成立20年以来所取得的成绩?

朱献福:可以说,众品公司的20年,是不断发展、持续提升的20年,是艰苦创业、诚信经营的20年,是勇攀新高、不断开创新局面的20年。

20年前的今天,一代众品人,伴随着春天的脚步,踏着改革开放的鼓点,以躬身践行者的姿态,风雨兼程,一路走来,追寻着属于自己的、企业的、行业的和社会的梦想。

20年来,我们从20多名员工发展到近万名具有专业化、职业化、国际化素质的管理团队和产业队伍,员工平均收入较创业期增长了30多倍;公司主营业务每年收入从十几万元到超百亿元,每年上缴税金由创业期的负数增长到今天的超亿元。

在机遇和挑战并存的的改革开放大潮中,我们以敢为人先的精神,勇于探索,大胆创新,顽强拼搏,锐意进取,使一个作坊式肉联厂,发展成为年产值超百亿元的企业,并跻身全国肉食品行业第一集团。

20年来,众品公司从一家名不见经传的县级国有作坊式屠宰加工厂起步,通过不断的探索创新,构建起了现代食品加工制造产业体系和温控供应链产业体系;公司立足中原,布局全国,融入全球,成为华尔街中国食品行业的代名词。

感恩时代 积极履行社会责任

记者:众品公司在自身发展的同时,为当地经济发展起到了什么样的推动作用呢?

朱献福:我们在自身发展的同时,带动相关产业链中的养殖场15万家、果蔬种植户3.2万个、农村经济合作组织630个,培训农民、农村经纪人30万人次,累计投入公益事业2.6亿元,取得了良好的社会效益。

今天,我们出资2000万元成立众品阳光公益基金会,举行河南众品公益基金启动仪式,宗旨就是“致力公益慈善事业,关爱青少年、留守儿童成长,资助困难大学生、优秀大学生等等各种社会公益慈善活动。”这个基金会将通过整合企业的公益

资源,为企业打造参与社会公益事业的平台、承担社会责任的平台,为推动社会和谐进步尽一份力量。

今后,我们将持续履行企业公民社会责任,以众品阳光基金会成立为标志,进一步增加公益事业投入,构建与社会、与自然和谐共生的企业生态环境。

三口为品 品牌建设之路开始启航

记者:提起众品,许多人都知道它是一家专业从事农产品加工、食品制造和冷链物流服务于一体的综合性食品企业集团,也能说起它一连串的荣誉:农业产业化国家重点龙头企业、全国农产品加工示范企业、全国冷链物流示范企业……,这一个个光环的背后,众品人走过了一个什么样的道路?

朱献福:时光倒流至20年前的1993年3月31日。这一天,众品公司的前身——长葛县肉联厂挂牌成立。在许多人看来,这家从县食品公司分离出来的肉联厂,其实就是一个典型的作坊式屠宰场。

当时,企业资产只有几十吨积压的冻牛肉,但留下来的债务却比牛肉价值多;工具设备只是一根木棒、一口锅、一把尖刀和一杆秤,20多位员工也属老弱病残。

当时的长葛县肉联厂几乎成了社会的弃儿。我上任不到一个月,就接到了各地法院的15张传票。如此的破败凄惨,对创业者而言是信念和心智的极大考验,但既然走上了这条路,就只能义无反顾。说干就干。我们把库存的牛肉卖了,有了一点钱,就干起了老行当“杀猪卖肉”,用双汇集团打过来的20万元产品订购款,建成了第一条分割肉生产线。

这第一笔20万元的预付款,成就了双汇集团和众品公司这对中原肉类食品企业双子座,这也是20年来,我在各种场合发言和演讲中,都要提起双汇集团的原因所在。在此期间,我们办过冷饮厂,做过饺子,干过饲料,尽管都赚钱,但后来都关了。

我认识到,在不具备多元化发展的条件时,必须集中有限的资源做好一件事情。经过反复思考后,他们决定扩建生产线和冷库。

没钱怎么办?当诚信还是稀缺资源的年代,我们的诚信打动了银行,打动了分包商。在资金缺口足以使工程下马的时候,银行伸手了,分包商帮忙了,生产线最终建成了,而且很快发挥了效益,这下更坚定了我们做好主业信心。

我们为长葛肉联厂取名为“众品”。“众品”二字源自陆羽的《茶经》——“独品得神,对品得趣,众品得慧”。其象征一是指三人成众,众品以服务大众为己任;二是指三口为品,象征着众品的产品结构——既是经营食品的企业,又是培养人的场所,还是一个为广泛人群服务的机构。由此,众品的品牌建设之路开始启航。

外拓市场 成功登陆美国纳斯达克

记者:请您谈一下众品的上市之路吧?

朱献福:对外开拓市场,对内改换体制,我们通过3次股份制改造,奠定了众品公司的体制基础。

1994年,就在当年许多人还不知道董事长、总经理谁大的时候,我们完成了第一次股份制改造,通过全员持股,国有资产全部退出,企业由国有体制成为有限责任公司。

1999年,公司再次进行股份制改造,优化股权结构,将有限责任公司整体变更为股份有限公司。

发展到2005年以后,我们瞄准国际资本市场第三次改变股本结构。2006年2月,众品在美国成功上市;2007年12月,公司转升纳斯达克全球精选市场,成为中国食品行业首家纳斯达克主板上市公司,经营业绩得到了海内外投资人的广泛认同。

从此,众品公司成为全国唯一一个从县级肉联厂成长为前几名的肉类食品企业,成为华尔街中国食品行业的代名词。



◆ 企业家小传 ◆

●朱献福,河南省长葛市人,中共党员,硕士研究生学历,高级经济师,现任河南众品食品股份有限公司董事长兼党委书记,兼任中国肉类协会常务理事、河南省许昌市农业产业化龙头企业协会会长等社会职务。先后获得“全国农村青年致富带头人”、“中国肉类行业影响力人物”等荣誉称号。

战略提升 从企业物流向物流企业

记者:我们了解到,目前,众品冷链物流已成为中国领先的第三方冷链物流企业,众品的战略定位是什么?

朱献福:很多人对众品的认识,还停留在国内领先的肉制品加工企业上。但实际上,在肉食品行业发展的新形势下,众品以“中国肉类产业链整合商”和“冷链食品服务集成商”为战略定位,已逐步构建起了现代食品加工制造和冷链物流服务产业体系。

去年12月10日,第六届中国冷链产业大会暨中国冷链企业领袖年会在江苏昆山召开,众品当选为中国物流与采购联合会冷链物流专业委员会理事长单位,同时当选理事长单位的还有中外运、招商局、国药集团等大块头央企。

可以说,我们偶然为之的业务,最终成就了众品的“蓝海”。肉类企业离不开冷链物流,但在相当长的时间里,众品的冷链物流仅是为内部服务。随着社会需求不断增长,众品开始向第三方客户提供服务,而且客户越来越多,业务规模大到开始让众品都不得不重视起来。

2009年4月6日,总投资超过3.6亿元的众品物流园建成并投入运营,此举标志着众品的产业链从传统的肉制品领域向冷链物流领域深度延伸。而与其他产业园不同的是,该园专注于冷链产品的配送、仓储、流通加工、增值服务等。

众品冷链物流目前已成为中国领先的第三方冷链物流企业,拥有超过80万立方米的冷库容量、1200辆运输车、10个产地物流中心、15个销地物流基地,构成了覆盖全国30个省市的全程冷链物流配送网络。

2011年,众品冷链物流被物流和供应链管理领域最有影响的国际性行业组织——美国供应链管理专业协会评为“2010年中国供应链管理最佳案例企业”。最终,众品实现了从企业物流向物流企业的转变。

源头示范 食品安全比天还大

记者:近年来,苏丹红、瘦肉精、三聚氰胺,食品安全事件层出不穷,尤其是近期的上海黄浦江死猪事件,引起了人们对市场猪肉质量的担忧,也在拷问着食品企业和企业家的责任与良知。在产品质量控制方面,众品是怎么做的?

朱献福:我和众品的一代创业者多是出生于上世纪60年代的农家子弟,深受中国传统农耕文化的浸润,也经历了工业经济和知识经济,见证了时代的变迁。我们深知,对以食为业的企业来讲,食品安全比天还大。

在狠抓食品安全生产中,我们从源头抓起,不让每一个环节出偏差。在上游养殖环节,众品采用“六方合作”模式,即包括饲料企业、种猪场、养殖企业、屠宰加工企业、政府政策、金融机构之间的合作,通过这种合作模式建立起一种共赢机制。

在政策引导下,以诚信为基础,以金融为依托,以利益为纽带,以龙头企业为平台,形成集“政府引导、金融支持、良种推广、饲料经营、技术服务、订单生产、风险防范”为一体的养殖业发展新模式。各主体之间通过“签订合同、信守承诺、建立基金、规避风险”的利益联结机制实现利益最大化。

截至目前,众品集团大中原5个产业基地先后推广了这一模式,参与联盟合作的养殖场发展到486家,带动养殖场、养殖户15万户,年出栏生猪近400万头,保证了众品50%以上的年优质原料,并且达到了质量可控,来源可追溯的标准。众品也由此成为河南省出口食品农产品质量安全示范基地。

在对养殖基地管理方面,我们按照无公害农产品标准,用工业化、标准化的理念加强原料基地的管理,通过“统一供种、统一供料、统一技术指导、统一防疫、统一回收”的管理模式实现对规模化养殖场的标准化管理。

产品质量和技术标准是企业的核心竞争力。多年来,我们从农产品种植、养殖基地源头到加工过程,从物流配送到终端营销,各个环节严格按照标准化流程进行操作,初步实现了标准、技术和体系与国际接轨。

标准化是企业的生命和市场通行证。为赢得消费者对众品的信赖,众品在原料基地建设和生产加工过程中制定了严格的标准化操作程序。目前,众品的果蔬产品的出口比例高达90%,肉制品已成为香港地区的主要畅销品牌之一。

因为标准,所以成功。严格的标准化操作,使众品在获得丰厚市场回报的同时,也赢得消费者的喜爱和同行的认可。

产业带动 与供应链客户分享价值

记者:任何成功的企业必然有强烈的

朱献福:多年来,我们秉承“自然产业链,自然好产品”的价值主张,一直实践着感恩时代、感恩社会的庄严承诺。

在发现价值、创造价值的同时,更注重分享价值,谋求和谐发展。这种价值观不仅体现在回馈上游产业的耕耘者,回馈商业合作伙伴及消费者,更体现在回报社会、回报国家,实现企业价值、社会价值和生态价值的同步提升。

通过创新商业模式,建立1.5农牧产业整合平台,通过“六方合作”模式,完善利益联结机制,建立由养殖场、饲料厂、屠宰加工厂共同参与的产业联盟,带动养殖场、养殖户15万户,年出栏生猪300万头以上,带动果蔬种植户3.2万户;带动农村经济合作组织63个,累计培训农民及农村经济人9.8万人次。

公司通过第二产业和第三产业之间的联动,建立2.5生鲜供应链平台,深化商流、物流、信息流及资金流的融合,带动农产品和冷链食品的运输、储存、包装、流通加工、配送等产业链相关客户,提升客户价值。

带动区域经济发展和社会进步。实施大中原产业布局以来,我们豫北基地汤阴县生猪年出栏量4年间增加了两倍,食品工业集中区成为国家新型工业产业化示范基地;豫南基地遂平县食品集中区在众品落户之后,先后有面制品、速冻食品、休闲食品等省内外企业入驻园区,生猪产业链更加完善;豫西基地偃师、豫东基地永城发挥众品龙头企业优势,发展相关产业。

社会担当 有能力实现众品梦

记者:我们了解到,目前,众品同洛阳、许昌、驻马店、安阳等地的商务、畜牧等职能部门一道,联合举行了“携手中小型屠宰场,共同打造放心肉工程”系列活动,这是出于什么样的考虑呢?

朱献福:今年以来,众品和100多家中小企业负责人签下了合作协议,这是众品积极发挥龙头企业优势及资源,建立联盟合作发展模式,为消费者提供放心肉的又一举措。

众所周知,与国外巨头瓜分市场不同,国内中小型屠宰企业众多,呈现“小、散、乱”的状态,客观上存在食品安全隐患。而通过龙头企业的整合带动,能够在一定程度上提升行业水平。两年多以前,国家商务部相关人员到众品调研,公司当时提出了类似的想法,获得了支持和鼓励。

在龙头企业的带动下,避免了过去简单关停中小型屠宰企业带来的负面影响,能够迅速提升行业管理,对产品质量和食品安全都有益处。与中小型屠宰加工企业的合作,使众品的品牌优势、品质优势、生产能力优势得到最大程度的发挥,也使食品的安全有了坚强有力的保障,这是一件政府、众品、中小型屠宰企业实现共赢的合作机会。

作为公众公司,众品不仅是众品人的众品,更是社会的众品。多年来,我们一贯秉承“健康人生,回报社会”的价值理念,忠实地践行企业的社会责任。

近三年,投资6300万元修建污水处理厂等城市基础设施,投资200多万元,用于赞助家乡体育赛事和文化艺术项目;捐赠100万元启动众品助学基金,用于救助家乡贫困大学生;捐赠1200万元,用于修建城镇乡村公路,社区文化设施,改造贫困村基础设施条件,援建灾区希望小学,资助省妇联关爱农村留守儿童行动。公司每年都在河南农业大学、郑州牧专等高校设置优秀奖学金,帮助贫困学子完成学业。

20年只是众品迈向百年老店的新起点,在新的发展阶段中,我们将继续围绕价值链、产业链和供应链,按照中国肉类产业链整合商和中国温控供应链服务商的战略定位,以开放的思维,面向国内外两个市场,整合内外部资源,不断地发现价值,设计价值,创造价值,分享价值。

我坚信,有各级党委、政府的鼎力支持,有社会各界人士的倾心关怀,我们有决心、有信心、有能力实现承载着时代重托的众品梦!