

【2013·商界名流视点】



范正海领奖后在北京人民大会堂前

标准站在行业制高点

■ 成都伍田食品有限公司总经理 范正海

近来,食品行业仍然风波迭起,我作为食品企业的经营者感到痛心。所幸,5月3日,最高人民法院发布《最高人民法院、最高人民检察院关于办理危害食品安全刑事案件适用法律若干问题的解释》(以下简称《法释》),首次明确界定了生产、销售不符合安全标准的食品罪和生产销售有毒、有害食品罪的定罪量刑标准。

无疑,《法释》的严格要求,对一批不规范生产的企业是“紧箍咒”;但对于像伍田食品这样一开始就将食品安全作为发展第一要务的企业来说,就是如沐春风,促其再上发展台阶,更好地将企业梦融入中国梦。

习近平总书记指出, 中国梦是历史的、现实的,也是未来的;是国家的、民族的,也是每一个中国人的,更是作为市场经济主体的每一个中国人的。要实现中华民族伟大复兴的“中国梦”,其本质内涵是要实现国家富强,民族振兴,人民幸福。伍田食品公司16年前创立就将“为国人提供优质的肉制品,提高国人素质”确定为企业使命,说明伍田的企业梦就是与中国梦同频共振的。

承担起更多的社会责任是企业的长期行为而非短期炒作,企业文化不是企业文字,是每一个伍田人必须代表企业去用行动实现自己的诺言。因此,伍田公司始终以设计一流、生产一流、产品一流的标准要求自己,才能真正地站在行业制高点,来不断满足市场需求,将产品和服务的价值进行增值,在将企业与客户的共同利益最大化的同时,使企业的核心价值得以提升和超越,奠定了伍田在牦牛肉深加工领域的地位。

企业利万物而立

伍田公司位于蓉城之南水城新津,新津县境内河流纵横,得五河汇聚丰富的河水之利,自古就是鱼米之乡。每当看到那次快流动滋润着万物的河流,我都会想起千年前的哲人老子曰:“上善若水,水善利万物而不争。”正如万物都离不开水一样,如果我们的企业对社会、对公众确有实在的利益之处,那么,社会和公众也就离不开我们的企业,需要我们的企业存在下去。经营管理就是要使企业成为社会和公众的需要,就像水是万物的需要一样,企业利万物而立。

自古以来,高原牦牛沿着岷江顺流而

下,而新津作为岷江第五个渡口,成为重要的牦牛肉加工地。牦牛生活在海拔3000米以上的雪域高原,是目前肉食品中可遇不可求的真正的生态食品,高原地区的人们拥有的健壮体格跟他们以牦牛肉为主食的饮食结构是分不开的,可见牦牛肉的养生价值。在注重饮食健康的港澳和欧美市场上,牦牛肉一直被誉为“肉中之冠”。伍田公司十几年前就投资近2亿元建设了现代化生产基地,对当时还处于低端开发的牦牛肉进行“中式产品西式化,传统产品现代化”的深加工,高起点保证了伍田牦牛肉的高品质,也满足了富裕起来的中国人对优质肉制品的需求。而正是伍田一开始就将企业建在社会的真正需要之上,“伍田牦牛

田对产品质量的把握、重视程度的体现;更重要的是通过掌握标准制定主动权,引领牦牛肉深加工产品领域的发展,同时推动整个行业健康、有序、良性的发展。这也给了像伍田这类品牌企业发展的动力。

正如现代管理学之父彼得·德鲁克说:“我们无法驾驭变革,我们只能走在变革的前面。”至少,伍田公司要保持与时俱进。我们要做的,是要奉献给消费者一种更优质的牦牛肉食品,一个更成熟的产业。

“三心”是伍田与经销商、消费者之间的契约

前几天,中国人民大学新闻学院院长、

不做以假乱真、扰乱市场之事,不赚昧心钱,始终坚持以“为国人提供优质的肉制品,提高国人素质”为使命,伍田人以前、现在和今后做的都是:凭良心做出的食品,是自己能吃,自己的孩子能吃,自己的父母都能吃的食品;这样的产品生产出来后,伍田人不昧良心回家能睡得着觉,经销商赚了钱也能安心睡得香,消费者享了口福也能放心睡得好。

思路决定出路,伍田当初投资近2亿元建成集优质屠宰、分割、冷藏加工和肉制品深加工为一体的大型、综合的肉食品制造企业,目的就是要为国人提供真正优质的牦牛肉。当年正确的思路,是伍田今天乃至未来更好的出路。在牦牛肉成本大

真经销伍田牦牛肉,使消费者不仅从伍田的研发优势中获取到最大受让价值,更能享受到伍田“以人为本”的高品质服务。

这些经销伍田良心的经销商们,不仅赚了钱安心睡得香,也在主动关注公司的发展,为提高国民生活质量做着各种创新和有价值的实践;在“5·12”汶川大地震、“4·20”芦山大地震等灾情到来之时,他们也是和所有伍田人一起在第一时间献出爱心,践行着伍田的企业公民责任。

去年11月我作为川内优秀食品企业代表之一参加了由国家三部委、国家工商、质检总局、国家食品药品监督管理局等联合主办的,以“确保食品安全 构建和谐社会”为主题的第十届中国食品安全年会。凭



四川甘孜州领导到伍田公司现场考察



部队领导莅临指导军罐生产工作



伍田被指定为学校大宗采购的供应商



冒着余震频发的危险,检查加班生产军罐物资的情况

肉”也迅速成为雪域高原牦牛肉的知名品牌、代表性品牌之一。

实际上,在传统的卖方市场已经转化到买方市场的今天,企业的产品有没有竞争力,企业能不能生存发展,不是靠我们自己用嘴讲,而是靠市场和经销商、消费者来检验的。而在靠生活物质和交流资讯空前发达的今天,经销商、消费者的需求成了产品影响力和企业竞争力的主导因素;必须通过挖掘经销商、消费者的潜在需求,通过满足消费者生理和心理的需要来提升产品影响力和企业竞争力。

因此,伍田不断研发研发中心的力量,汇集了众多科研人员,专门负责产品口味的创新、技术提升和工艺改进,满足市场需求,更好地将产品和服务的价值进行增值。同时,伍田公司还是《牦牛肉干》国家标准的一个主要制定单位之一。伍田能够参与起草牦牛肉产品国家标准的制定,是伍田对行业做出的杰出贡献。这不仅仅是伍田行业地位和技术优势的体现,也是伍

全国政协外事委员会前主任赵启正在《人民日报》发表文章,称“国人信仰是文化信仰,由良心自我监督。”

我们说食品安全是食品企业责任的最低控制线,食品生产经营者是第一责任人,但并不是每一个食品经营者都会自我监督凭良心做事,为了赚取黑心钱,他们的血脉里没有了道德血液。他没有良心,就要靠法律来约束他。严刑峻法死守住道德底线,人们才有道德的需求;严厉的刑事追诉可以遏制食品安全犯罪的增长,才能让市场健康有序发展,让凭良心做事的企业能有更好的发展空间,也使更多企业承担起维护和增进食品健康的责任,让群众吃得安全、吃得放心这一和谐目标。

生产安全、优质的食品,正是食品企业参与市场竞争的底气。看看在这几年金融危机的大背景下,凡是能立住脚的食品企业,其中一个要素就是因为他生产了安全优质、被市场信任和接受的产品。伍田食品

幅上涨的情况下,伍田咬紧牙关,开源节流,努力将自身的技术优势与社会发展需求紧密地结合将产品和服务的价值进行增值。

我们将良心、安心、放心“三心”建立在安全、安心、放心的“三安”原则上,落实到人品、产品、“三品”合一的建设上,将产品质量和服务质量始终定位在企业社会责任、做人的道德和良心上,就是要将伍田的品牌打造成为公司与经销商、消费者之间的一份无形契约,让经销商、消费者对公司的产品有绝对的信任感。

事实证明,当年那些昧着良心赚“快钱”的企业,最终被经销商、消费者抛弃。虽然他们在《食品安全法》出台的高压下,也开始做货真价实的好产品了,但因为失去信用,现在发展举步维艰。你以什么方式对待消费者,消费者将以什么方式回报你,这是市场经济的自然法则。

我要求伍田员工、经销商,永远不要忽视了消费者心中的那杆秤。调整好心态认

借优异的产品品质,伍田食品荣获了2012年度中国食品安全年会“百家示范单位”称号、“中国食品安全报社理事会会员单位”称号,我也获得中国食品安全年会“百名管理先进个人”的殊荣。获奖,既是对过去成绩的一种肯定,也是对未来的一种鞭策。我特地又到天安门广场走了一圈,看着人民英雄纪念碑,看着人民大会堂,我的感受是企业发展了肩负的责任就更大了。伍田是把每一次获奖看作是企业发展中的“一个新起点”。伍田要发展成为一家受尊敬的食品企业,需要努力做好很多事。

克雷格·霍尔说过:“企业家可以并且也应该成为推动社会的重要力量;企业家可以并且也应该相互协作,把饼做大,使各方都能获益。”企业惟其承担了无穷的责任,才会获得无尽的尊敬。伍田在发展中充分考虑利益相关者的整体利益和长远发展,并自觉承担相应的社会责任,在努力实现经济发展和人民幸福同步提升的“中国梦”中积极充当建设主力军。