

【秦岭鲜都·至尊绿生活】

# 创新绿色价值 凝铸绿色王牌

## ——新华社媒体“2013 中国创造力产品”获奖企业秦岭鲜都董事长宋金典访谈

■ 本报记者 王镜榕 北京摄影报道



宋金典和新华社原社长吴锦才在荣誉展厅合影

建设创新型国家,正在成为中国从大国走向强国的宏伟战略。

习近平总书记明确指出:实施创新驱动发展战略,是立足全局、面向未来的重大战略,并在主持中央政治局集体学习时强调:实施创新驱动不能等待不能观望不能懈怠。

为助力中国制造向中国创造转型,推动中国“创造力”企业推向全国、走向世界,2014年1月18日,由新华社十家媒体主办、经济参考报社承办的“发现中国创造力高层战略研讨会暨2013中国创造力年度盛典”在北京召开。我国猕猴桃产业的著名旗舰企业秦岭鲜都生态农业股份有限公司(简称:秦岭鲜都),荣获“2013中国创造力产品”殊荣,董事长宋金典应邀出席盛典并就中国创造与企业创造力等话题与专家、学者进行了深入研讨。

会议期间,本报记者特别采访了秦岭鲜都董事长宋金典,就秦岭鲜都的创新实践及其宝贵经验进行了访问。

记者:当今时代,“绿色发展”成为世界潮流,和发达国家相比,我国农业产业的绿色转型还面临着一些严峻课题,您能否为我们介绍一下有关情况?

宋金典:美国从20世纪40年代开始

从事有机农业生产,发展至今,已成为当代世界农业发展的历史潮流与必然趋势。我国有机农业经过20多年的发展,取得了长足进步,但同其他国家相比,还存在不小差距。我国是一个发展中的农业大国,农业生产的环保水平还比较低,农产品的生产和加工营销等与先进国家相比还有较大差距。我国农产品出口常常遭遇“绿色壁垒”就是这个情况的反映。绿色贸易壁垒给我国农业出口带来了巨大损失,严重削弱了我国出口企业的国际市场竞争力。以猕猴桃产业为例,我国虽然拥有世界猕猴桃最大规模的种植面积,是世界猕猴桃种植大国新西兰的5倍,但与国际上新西兰、智利、意大利等猕猴桃种植大国相比,我国猕猴桃产业的核心竞争力还比较弱,在国际市场所占比重也非常少。

记者:那么,如何发挥规模优势,促进我国猕猴桃产业的绿色转型升级,使我国猕猴桃产业具有领先国际的绿色品质和核心竞争力,请问秦岭鲜都对此有何经验?

宋金典:近年来,秦岭鲜都立足中国猕猴桃之乡——陕西周至得天独厚的生态环境优势,以及大秦岭丰富的野生猕猴桃品种资源优势,在如何将区域资源和规模优势,



宋金典接受新华网记者采访

转化为具有国际竞争力的绿色创新品牌优势方面进行了锐意探索。

我们认为,传承中华文明“天人合一”、“道法自然”等优秀文化传统,结合新的改革创新实践,融合现代管理理念,创新绿色文化,构筑绿色核心价值观,提升我国生态农业企业核心竞争力的必由之路。多年来,秦岭鲜都以“原生态、绿色、健康”为主题理念致力于打造“秦岭鲜都”绿色创新王牌,探索形成了以绿色产品交易、猕猴桃、综合信息管理、冷链储运加工和“公司+基地+农民合作社”综合服务为产业模式的发展战略。秦岭鲜都始终以责任为先导,不断提高企业的核心竞争力,带动全省乃至全国猕猴桃产业的绿色发展。企业发展同时,带领十余万农民发家致富,为国家社会作出巨大贡献。

记者:将这种绿色发展理念创造性的贯穿于有机猕猴桃产业实践,秦岭鲜都都有什么具体经验?

宋金典:我们创造性提出了“天然野生”的产业定位,在大秦岭选择最佳生态环境建立基地、选取最优质品种,科学规范管理,按照绿色有机农产品良好操作规范栽培管理,实现全程可追溯的产业链技

术体系,形成了独具特色的开发经营绿色发展模式。

我们还发起西安市猕猴桃产业技术创新战略联盟,围绕猕猴桃的全产业链,对17家联盟单位实施产、学、研的紧密结合,共享实验数据和研发成果,推动猕猴桃产业重点技术突破,提升猕猴桃产业自主创新能力和竞争能力,合力破解猕猴桃产业发展“瓶颈”,推进陕西省猕猴桃产业整体技术水平达到和超过国内乃至国际领先水平。

记者:结合秦岭鲜都创新实践,您能否与我们分享一下您对创造以及创造力关系的理解,并为我们展望一下秦岭鲜都的发展愿景?

宋金典:人民到底需要什么?我想归根结底,是健康幸福的生活。绿色是生命的颜色,正如习近平主席深刻指出的:“宁要绿水青山,不要金山银山,而且绿水青山就是金山银山。”人民的需要就是秦岭鲜都人的梦想与实践。这就是让祖国的山山水水都能披上绿色盛装,让秦岭鲜都猕猴桃能够走俏大江南北,畅销国际市场,成为有中国特色、国际一流的有机食品王牌,让秦岭鲜都猕猴桃能够造福全人类,

为人们带来健康和幸福。这就要求我们创造性的思维,克服绿色品牌国际化进程中的一切挑战。如果说,创造是对传统思维、惯性思维的突破和颠覆,那么,创造力则是使这个突破成为习惯,内化为企业的核心竞争力,成为企业发展的常态。这就要求企业家有常人看不见的商机和发展趋势的战略眼光,不断培植企业先发优势和整体竞争实力。在这个意义上,秦岭鲜都依靠自己的创造力产品,已经形成了领先行业的先发优势,面对未来,我们有信心在各级领导和社会各界的支持下,沿着兴企富民、绿色和谐发展的康庄大道抒写新的辉煌篇章!

新华社媒体“2013中国创造力产品”

秦岭鲜都获奖理由:  
秦岭鲜都,以前瞻性战略眼光,应对全球绿色经济潮流,以理念创新、技术创新和模式创新为优势,构筑我国猕猴桃产业的规模化生产结构,攻克我国猕猴桃产业工业化种植模式困境,破解我国农业发展不可持续难题。秦岭鲜都,让我们看到了一代民营企业所肩负的现代生态农业探索者的使命,同时也看到了他们践行心中坚实的产业信念和理想的决心。

企业家档案

宋金典,男,汉族。秦岭鲜都生态农业股份有限公司董事长。现担任西安市猕猴桃产业技术创新战略联盟理事长、陕西省政协第十届委员会委员、陕西省山东商会副会长、陕西省工商联第十届常委、全国工商联第十届执委等职务。他所领导的秦岭鲜都生态农业股份有限公司,是陕西省猕猴桃产业化龙头企业,陕西省猕猴桃产业链龙头企业,是陕西乃至全国农业战线较有影响力的龙头企业,他不仅带领本企业迅速发展壮大,同时带领十余万农民发家致富,为国家和社会作出了巨大的贡献。2010—2015年,公司积极响应国家建设关中天水经济带的伟大战略号召,充分利用高新技术服务于秦岭鲜都“周至四十万亩猕猴桃产业化项目”,力争在“十二五”期间实现年销售收入逾百亿元。

## 乳业整合“第一单” 飞鹤出手吉林艾倍特



飞鹤乳业负责人上周对外发布消息称,公司已与吉林艾倍特乳业达成协议,将全面收购艾倍特。这项交易被认为是2014年国内乳制品行业首例企业并购案。乳业专家表示,乳品行业2014年新一轮的整合潮已经开始,随着政策浮出水面,乳企间兼并重组的步伐正在加快,而备受关注的婴幼儿配方乳粉行业企业兼并重组则最快今年初就将出台。飞鹤乳业董事长冷友斌表示,国内奶粉企业的兼并重组时机已经到了,对于飞鹤而言,具有品牌和渠道优势,有自身价值的企业将是飞鹤重点考虑的收购企业。

理念一致促成双方合作

飞鹤乳业有关负责人介绍说,在刚刚过去的2013年,一些乳业巨头斥巨资建奶场保障奶源,而竞争力弱的地方中小乳企则因为资金紧张无法像大企业一样拓展奶源而出现经营困难。面对着由于上游奶农和奶农合作社的原料奶产量下滑而导致的乳制品企业“空城计”,飞鹤却没有丝毫压力。

同飞鹤相似的是,被收购的艾倍特乳业也因为掌控着优质的奶源而淡定如初。据了解,艾倍特最大的原生态牧场坐落于吉林镇赉,镇赉空气清新,土地肥沃,是白鹤的故乡,被誉为

地球之肾。其原生态牧场所处的世界三大黑土带之一松辽流域黑土地,适宜奶牛成长,这里优越的地理条件更有利于嫁接飞鹤全产业链模式饲料的种植加工部分。

此次飞鹤收购艾倍特,主要看中其不可复制的地缘优势、自有牧场的奶源优势以及强势的婴童渠道,这跟飞鹤在2014年发力的战略规划相吻合,有利于对南方市场进行深耕,提高市场份额。同时,双方在经营和生产方面追求的高品质理念成为达成本次合作的前提。

从这个意义上说,完成此次收购后的飞鹤依旧保持着“黄金奶源”的金字招牌。用实践力行“好奶源才有好品质”是飞鹤以及艾倍特一贯的承诺。

记者了解,收购后艾倍特仍在原有婴童渠道独立运营。飞鹤乳业有关负责人表示,随着国内奶制品需求的迅猛增长,多元化发展业务成为不少乳企的经营理念。在这种商业氛围下,集中全部的优质奶源、生产研发力量主攻婴幼儿奶粉市场是飞鹤与艾倍特的坚持。同处黄金奶源带,经营理念和资源禀赋亦有共通之处,在当前乳企纷纷“合纵连横”的情况下,此次合作使艾倍特赢得来自飞鹤的战略性投资,同时收获飞鹤强力资质的背书,有望再度焕发自己的活力。

互补重组利于优势发挥

有关专家指出,对于入选国家重点发展奶粉品牌的飞鹤来说,艾倍特在母婴店渠道拥有的市场资源,有助于飞鹤增强迅速扩展品牌力,提升销售。

对于艾倍特而言,通过与飞鹤的互联互通,将更有利于企业自身技术研发的创新提高,使资源配置最佳优化,从而在面临全方位挑战的大环境下,实现良性、健康的发展。

从这个意义上说,飞鹤与艾倍特的结合,在中国乳业规模化养殖的发展潮流中贡献了一份不容小觑的力量。在行业政策主导的新一轮格局洗牌过程中,飞鹤显然已经以产业模式、品牌价值、研发能力、渠道覆盖、市场认可等多方面优势,塑造了政策所要打造的样板,也给行业整合提供了可借鉴的经验。两家企业的互补重组,将使双方的优势进一步得到释放。(林火灿)

相关链接

未来并购好戏不断

自2013年起,国家出台一系列政策全面提高我国婴幼儿配方乳粉质量安全水平,其中推动奶粉企业兼并重组成为重要内容。工信部曾经提出,争取用两年时间,形成10家左右年销售收入超过20亿元的具有自主知识产权的知名品牌和国际竞争力的大型企业集团,将行业集中度提高到70%以上。

尽管婴幼儿配方乳粉行业企业兼并重组细则迟迟未能出台,但2013年以来,便先后有蒙牛收购雅士利、圣元收购育婴博士、合生元收购长沙营可营养品有限公司等案例出现,被收购方均拥有婴幼儿配方乳粉生产许可证。

业界认为,在乳业进入产业整合的大背景下,各乳企在市场的推动之下进行自我调试,可以预知的是,未来此类并购案例会更多;另一方面,国家鼓励奶粉行业兼并重组的信号也已经充分释放出来,目的是培育大型奶粉企业集团,增强竞争力,提高集中度。

另一家奶粉企业负责人也表示,国家自去年以来出台的奶粉行业相关政策明显有利于大企业,比如新版的生产许可审查细则,比如要求乳企拥有“自建自控奶源”等,在这样的政策导向之下,会有更多的竞争力弱的中小乳制品企业寻求“靠山”,或者被收购,或者寻求合作。

此前,乳业专家宋亮指出,根据《婴幼儿配方乳粉生产许可审查细则(2013版)》,未来2-3年,将有部分企业退出,初步预计128家企业中,有近三分之一退出,其中以小企业居多。

数据

国内前十名奶粉企业行业集中度仅45%  
据了解,目前国内前10家奶粉企业的行业集中度仅为45%,而年销售收入超过20亿元的奶粉企业仅有贝因美、伊利、雅士利、合生元四家,飞鹤、圣元则接近20亿元。普天盛道董事长雷永军认为,“国内仅有几家有并购价值的是销售额超过10亿元的乳粉企业,比如飞鹤、完达山、贝因美、圣元等,这些企业向下并购才有意义,其他小企业的内部整合并无太大意义。10亿元以下的企业自己经营都岌岌可危,更不用说并购其他企业了。”

管理日记

## 巧妙处理好枝节小事

■ 江苏利锡拉链股份有限公司总经理 王宪平

在公司的日常管理中,密切注意员工平时的言谈举止,并且巧妙地处理好一件件枝节小事,往往会产生连锁反应。

有一天,我下班很晚,在经过生产车间时,看见车间门口多了一张双人靠背椅。一看就知道,由于天气闷热,上夜班的员工图凉快,搬张椅子出来在工作间歇乘凉。我只当什么也没看见,径直回家了。第二天正好要出差,在机场候机的时候,我用手机给制造部门的经理发了一条短信,写道:“今天允许拉一张靠背椅出来,明天就可能搬出床来。切记,从小事抓起!”这一招果然很管用,

那位经理在接到短信的当天下午,就召开了车间员工会议,借题发挥读了这条信息。事后,当事员工很自觉地把那张椅子拿走了,该部门也积极主动地采取了防暑降温的措施。其实,通过这件看似很小的事,身为总经理的我向全体员工传递了这么一个信息:严格的劳动纪律是靠日常的自觉行为体现的。

有效管理告诉我们:越是关系到员工切身利益的小事,越是要用心做好。一旦做好,就能够在员工中起到意想不到的潜移默化的作用。相反,一旦忽视了一件本来就应该做好的小事就会在员工中产生负面效应,乃至埋下日后危机的祸根。

管理学堂

## 给员工积极的压力

企业中任何一个员工,都希望自己是进步的。若想让员工忠于企业、忠于领导,对他们的培养迫在眉睫。这就需要从上到下的“辅导”“激励”“再要求”,看联想集团老总如何培养优秀高管的?

一位联想的高管人员说:她这一生,要特别感谢杨元庆。她一毕业就加入联想,当时在事业上并没有太多追求,只是想相夫教子,做个普通的女人。可在杨元庆的团队中,杨元庆会给她提出一个较高的目标,这个目标开始时让她觉得很难达成。杨元庆就鼓励她、帮助她,经过艰苦努力,目标终于达成了,她也从中体会到巨大的成就感。可还没高兴完呢,杨元庆又给她提出了更高的目标,这样的目标让她觉得是不可能完成的。

在杨元庆的鼓励和帮助下,她又一次达成了目标。一年又一年,在这样的过程中,她的个人能力不断提升,舞台也越来越

越大,今天已经成为一位成功的职业人士。很多人谈到在联想集团的成长经历时,都觉得自己的成长不仅得益于联想的“辅导员”、“激励人”,还有“要求人”,在“要求”中成长,在“要求”中发展。当然这个“要求”是踮起脚、跳一跳,够得着的。

你对你的员工有什么期望吗?员工知道了你的期望吗?要意识到,作为经理的你,不是在完成某件事,而是在塑造人。正如松下幸之助所说:我们生产的是松下人,而不是任何其他产品。这是管理者与一般员工最显著的不同之处。造就好了人,就可以胜任一项又一项更有挑战的工作。企业的基业长青就在于此。要塑造一个优秀的员工,对他提要求,给他积极的压力,比他自己摸索向前要有效得多。(王琦)