

坚持“三心”经营 伍田会做得更好

——访成都伍田食品有限公司总经理范正海

■ 本报记者 何沙洲



● 范正海表示,伍田未来一定会做得更好。

■将“三心”建设在“三安” 落实到“三品”

记者:请问对于贵公司坚持的“三心”服务理念怎么理解?

范正海:食品行业的健康发展首先要解决的是企业产品品质问题,这涉及到企业生产环境、添加剂问题、产品检测、经营销售服务和行业规则问题,需要政府有关监督管理部门依法履职严格监管。但企业始终是食品安全的第一责任人,企业必需回答自己到底要做什么为谁做,才会知道怎么做。伍田率

的核心竞争力,良好的身体素质和旺盛精力是开展工作的前提条件,也是企业蓬勃发展的基石。伍田坚持“员工健康是企业的本钱”的理念,除了每年组织员工进行健康体检,不断完善医疗保险和体检制度外,同时,向员工倡导“快乐工作、阳光生活”新理念,在全公司范围内开展全员健身活动,形式以员工喜闻乐见的运动项目和适合岗位劳动特点的各种有益于健身和娱乐的锻炼项目为主,为员工进行身体锻炼、提升身体素质创造条件。更重要的是,企业健康持续地发展增效,员工必须保持健康的身体和愉悦的

家“倾心”。“三心”也诠释了伍田为提高国民生活质量所做的创新和有价值的各种实践,从而赢得了业界和广大消费者的赞誉。

■企业在市场竞争的法宝是真诚服务

记者:产品力是企业竞争力的基础,伍田食品在产品加工和研发上有什么特色?

范正海:在产品加工和研发上,我们的定位是将西式产品中式化,将传统产品现代化。为确保科技创新,公司设立与国内外食

秉承为社会和广大消费者创造更好的价值的“三心”服务理念,伍田不断开拓销售网点,完善服务规程,根据目标客户的需求,为广大经销商、消费者提供市场调研、产品开发、应用服务、售后服务等全方位、多样化的服务。

作为一家集优质屠宰、分割、冷藏加工、肉制品深加工及鲜销连锁为一体的大型肉食品出口加工型企业,伍田不仅选用生活在海拔 3000 米以上的高原牦牛肉,制成符合当前世界潮流的绿色保健食品,也生产符合绿色环保的鸡、鸭、猪肉速冻制品系列和生鲜肉制品。伍田的服务,首先就从原料源头抓起,从包材抓起,是从饲养到屠宰到成产品到超市,都有一个完善的全程监控体系,按 HACCP 认证标准监督完成的。

记者:包材的好坏确实可以直接导致被其包装产品质量的好坏,是企业服务的重要内容。贵公司如何将包材对食品安全的影响降到最低?

范正海:现在有一定实力的食品企业,所用包装材料都基本类似,关键是在选择供应商上有区别。伍田在选择包装材料上,挑选最有资质的,是否能满足包装的工艺设计要求。原辅料供应商都要与公司签订严格的规范经营协议,公司质检部门对进厂的包装袋、膜、纸箱、瓶、盖等,按最严格的安全标准进行材质、质感、工艺检验,一经发现“以次充好”,一律销毁。这样,不仅使“以次充好”的供应商面临损失,还面临失去合作机会。供应商为了规避这样的风险,他们自己也会严格按食品安全标准进行生产。

■让创新带给消费者最大受让价值

记者:是的,当质量管理发展到今天的全面质量管理,企业的质量建设其实更是一种文化的建设,是一种企业软实力的提升。您能将伍田软实力建设的经验分享一下吗?

范正海:企业的软实力建设首先表现在承担社会责任,彰显的就是一种企业文化和精神。伍田坚持将“三心”观作为与员工、经销商、消费者之间的一份“契约”,强调把顾客价值上升到“信仰”,形成了伍田的品牌核心价值和企业文化体系,为伍田履行社会责任奠定了思想基础。同时,在发展中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,使消费者不仅能从伍田的研发优势中获取最大受让价值,更能享受到伍田“以人为本”的高品质服务;伍田“软实力”也因此不断提升,发展成为“全国行业质量示范企业”、“无质量投诉示范单位”,公司被中国质量检验协会评为“全国行业质量示范企业”和“中国肉类工业 50 强企业”。

记者:创新力是企业软实力的重要组成部分,伍田在产品科技创新上做了哪些工作?

范正海:伍田把科技创新作为企业发展的原动力,除了建立具有一流自主研发能力的研发中心外,还坚持走产、学、研相结合的道路,不断提升研发能力,为为广大经销商、消费者提供新式服务、特色服务,在将企业与客户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,提高客户满意度。所谓“一流的企业卖标准”,企业能制定所在行业的标准,就会成为行业的标杆。伍田凭借精湛的专业技术和实力,参与起草了牦牛肉产品国家标准的制定,这不仅仅是伍田行业地位和技术优势的体现,也是伍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。

记者:企业的发展愿景最终是靠人才来实现,伍田在员工和企业共成长这方面是如何做的?

前往成都伍田食品有限公司采访这天,正是 2014 年巴西世界杯足球大赛开幕日。迎面看见该公司市场部的人员正忙着调货,世界杯期间自然少不了伍田牦牛肉的粉丝们,他们会喝着易拉罐啤酒,吃着多种口味的伍田手撕牦牛肉,一边为精彩的传球、抢球、扑球和进球叫好。

“如今的企业要获得持久发展的动力,必须运用自身的最大优势去满足消费者需求,并不断去关注、分析、策划、挖掘不同的市场需求空间。”三旺股份副总裁兼成都伍田食品公司总经理范正海告诉本报记者,虽然伍田已有专注近 20 年深加工和研发牦牛肉产品的优势,但随着技术发展的日新月异和新产品的不断涌现,消费者对于产品和服务的期望越来越高,企业只有坚持在设计、生产和提供产品时以消费者为导向,为社会和广大消费者创造更好的价值,做满足消费者需求的企业,才能在激烈的市场竞争中获取可持续发展的竞争优势。

范正海表示,伍田只要坚持为社会和广大消费者创造更好价值的“三心”服务理念,未来一定会做得更好。

——采访手记



● 范正海陪同夏先义书记(中)伍健敏董事长(右)等人参观伍田

先在行业里提出“企业凭良心做食品,经销商安心销售食品,消费者放心享受食品”的“三心”经营理念,并将先进的经营理念建立在安全、安定、安心的“三安”原则上,落实到人、企业、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和做人的道德和良心上,将“为社会创造更多的财富,提高全民生活质量”的社会使命落实到生产和销售每一个环节的执行中。

记者:正好今日世界杯足球大赛开幕,请问伍田近几年在市场推广上塑造“运动伍田”品牌形象,积极赞助重大体育赛会。您的思路是什么?

范正海:随着中国经济的发展和社会生活水平的逐步提高,国人对营养和健康的理解持续深入,对生活品质的要求变得越来越高,各类从不同方面诠释了积极向上精神的体育赛事也愈加受到人们的关注。作为国内优质肉制品深加工企业,伍田食品通过积极的市场调研工作,注意到了人们生活的这一变化。对此,伍田食品以“为国人提供优质的肉制品,提高国人体质”为产品的消费愿景,在生产上,一方面强化了肉制品加工技术和工艺的开发与应用,不断研制出口味独特,营养健康,符合消费者需求的产品;另一方面加大了在一些诸如“全国男、女排球联赛”、“世界乒乓球锦标赛选拔赛”、“国际名校赛艇挑战赛”等重大体育比赛活动的赞助投入,积极塑造“运动伍田”品牌形象,并在赛事的激情中传达健康与活力的概念,表达出增强国民体质,感受运动激情的美好愿望。而伍田牦牛肉低脂肪高蛋白的产品特点恰好迎合了这样的主题,是运动营养健康食品首选。

记者:贵公司办公室告诉我,您们每周一至周五下午 5 点至 5 点半还要进行公司全员体育锻炼活动?

范正海:是的。健康高效的员工是企业

身心;伍田倡导“三心”经营理念,就是要坚持让身心健康的员工为经销商、消费者生产安全、健康、美味的食品,为社会和广大消费者创造更好的价值,在满足消费者的需求中获得真正的竞争力,做满足消费者需求的企业。

记者:为广大消费者生产安全、健康的优质,不仅是每一个食品企业的主体责任,也是企业应尽的社会责任。伍田连年在中国食品安全年会荣膺诸如“百家示范单位”、“百家诚信示范单位”等殊荣;您也荣获“百名管理先进个人”、“普法先进工作者”等殊荣,贵公司是怎么做到的?

范正海:食品工业历来被称作是道德工



● 范正海说,好的产品才能赢得经销商和消费者的“口碑传播”

业、生命产业,做食品这个行业一定要有责任、有良心的人来做。近 20 年来,伍田人树立了一个核心价值观:为国人提供优质的肉品,提高国人体质,贴心服务做满足消费者需求的企业,并推动行业的发展。为此,公司依据 ISO9001 国际质量管理体系和 ISO22000 食品安全管理体系的要求,建立并实施了完善的质量和安管理体系。按照标准一流、生产一流、产品一流的要求,伍田的生产车间全部实施自动工艺参数、控制系统。在经营管理上对研发、采购、生产、质检、仓储及销售等关键环节进行全方位的质量监控。

客观地说,伍田的“三心”经营赢得了大



● 范正海陪同军队首长检查军需肉品

品研发机构合作的技术研发中心,负责产品和工艺技术的研发。通过已建立的技术研发平台,综合德国工艺技术,把原来生产西式化的设备技术改进为中式化,生产符合国内消费者传统消费习惯的,达到让他们喜欢吃的高品质中式化西式食品。如伍田食品的品牌“黑牛肉”,是从低温的盐水腿改进而来,通过 CCR 西式的滚揉加工等工艺,再增加一个卤制工艺使它中式化。目前,伍田“黑牛肉”在品质和产品规模上,已是整个西南甚至国内行业之最。

十几年来,伍田秉承先进肉类加工工艺和不断的研发创新,为国人提供最优质的肉类食品。目前已经开发出以牦牛肉制品为主



● 正在召开的伍田公司经营会议

的休闲、餐饮、调味、罐头和生鲜系列 200 多个品种,产品畅销全国并通过经销商销往境外,“伍田”品牌系列肉制品深受广大经销商、消费者青睐。

记者:那么,您认为企业在市场竞争的法宝是什么?

范正海:是真诚服务。现在产品、技术和成本的差异越来越小,未来企业参与竞争的方式将逐步从产品、渠道转向服务。服务已经成为创造品牌和产品差异化价值的关键所在,是塑造品牌美誉度、提升客户满意度和忠诚度的主要方式,企业必须坚定不移地树立服务客户的思想,认清市场发展形势,坚持为他们提供一流的产品,一流的服务。



● 超市里陈列的伍田调味等系列产品

范正海:伍田坚持以“成长—发展—共赢”为一体的人才发展战略,致力于在全体伍田人中树立“学习、创新、发展”的理念,协助员工提升内在价值,为员工提供持续发展的机会和空间,让有潜质的员工不断成长,成为公司的骨干力量。伍田正在迈进年销售 10 亿元的企业,要做的事还有很多,在工作中勇敢地负起责任来的员工是企业发展的根本动力。伍田的发展,也为员工实现职业规划理想建立了平台,而只有真正把自己的心血、汗水和智慧奉献出来,和团队同仁齐心协力奋力拼搏,共创行业和企业的新辉煌,才能使自己的个人理想从梦想变为现实。