

责任编辑: 王辉 程海莉
电话: 3186761

打造产业链 融合全要素 树立名品牌

新旧动能转换中的“中裕答卷”

滨州日报/滨州网记者 刘志勇

当前,随着山东省新旧动能转换重大工程的推进,中裕也进一步加大了动能转换的力度。2018年,中裕以项目建设为抓手,积极启动新产业、孵化新业态,并快速提升企业的自动化、数字化、智能化水平。其中,新上的花色营养挂面智能生产线项目,产能同比提升10倍,用工人数却是原来的1/10;数字化养殖及屠宰加工项目将实现精准养殖,在饲料配备、防疫管理等方面精准到每一头猪,消费者购买猪肉制品时也可追溯到每一头猪;新能源项目将把粪污、秸秆再利用与生物质天然气生产和清洁能源集中供热结合在一起,可以消化项目周边60公里半径范围内的所有秸秆和10公里半径范围内的所有粪污;管道智能化铺设项目,可以大幅度增加水资源、液态有机肥的使用效率。提升发展质量,提高发展效率,保护生态环境,中裕在中国社会经济发展的新时代中,将迎来更加健康快速的发展。

必须孝敬父母、尊敬老人,爱护妻儿,必须把在公司内培养的良好行为习惯带入社会之中,具有高度的社会责任感。文化造就自信,更是自觉落实新旧动能转换的不竭动力。

“全产业链是一种模式,融合是一种手段,都是可以被人复制的,所以它们都还不是中裕创新发展最内在、最根源的因素。最根源的因素是中裕的企业文化、企业精神,是中裕的品格、胸怀与境界。”在中裕,全员上下有着这样一种共同的认知。

为什么这样说?中裕人用反问来回答:“为什么数十万家的老百姓都愿意与中裕合作?为什么那么多的院士、专家愿意参与到中裕的科研事业中来?为什么十数万的大小商超愿意与中裕合作?为什么康师傅、新华制药等众多大型企业愿意选择中裕的产品?中裕的终端产品价格明显高于同类产品,又为什么仍然受到消费者青睐,供不应求?”

说到底,这一切都归功于中裕的文化。她是一种以“以人为本”为核心的文化,尊重人、爱护人、成就人,遵循“赚钱凭良心”的理念,坚持谋大局、看长远、算大帐,坚持“不惜一切代价、不惜一切成本、不惜一切力量,保证产品质量”,落实“为耕者谋利、为食者造福”的企业宗旨,实现“让全世界人吃上好食品,让全中裕人生活更幸福”的企业使命。

对于有的企业来说,文化或许只是一种概念,是一种包装。但对于中裕来说,企业文化是实打实落实到每一件事、每一个人身上,落在大大小小所有细节当中的严格准则,是企业最本源的发展动力。

这种文化是如何影响中裕发展的?凡是深入了解中裕企业的人都有自己不同的感受。从大面上看:国内鲜有粮食加工企业做育种,因为育种这个投入高、见效慢,培育一个新品种至少需要8到10年的时间。为了提高小麦和产量和质量,为了培育最适合“环渤海、黄三角”地理气候环境的优质麦种,别人不干,中裕干。中裕在滨州和海南三亚的“中国种业硅谷”都建设了自己的育种科研基地,花费十年时间有了自己的第一个优质成果“裕田麦119”,已经顺利通过国家审定。习近平总书记强调:“中国人的饭碗任何时候都要牢牢端在自己手上。我们的饭碗应该主要装中国粮。”育种不仅关系百姓的种粮收入,更关系到国家的粮食安全。正是中裕这份为国为民之心吸引着众多院士、专家前来尽心尽力。

此外,中裕在订单种植基地中首创了“三免一加”优惠政策,在市场营销上,全国推广试吃、赠送活动,先吃后买,不买就送,买了还送,企业承担所有成本为销售商开路、护航,真正与农户、销售商互利共赢。在法兰卡1876、水饺馆、火锅店等自营终端业态中,中裕严格规定,除纯粮酱油、食醋和天然香料外,绝不允许使用鸡精、味精等调味品,为此不惜开除过三位大厨。

中裕的“良心文化”撑起了中裕的脊梁,也渗透到了中裕血肉的每一个细胞当中。对于员工待遇,中裕做到免费提供住宿,平价提供一日三餐。之所以平价,是为了让每一位员工都自觉珍惜粮食。就餐顺序也有详细规定,必须员工在先,领导在后,养成他人优先的排队意识。对于员工品德,中裕规定更加严格,凡是不孝敬老人的,在外“找三找四”搞婚外情的、贪污受贿不廉洁的,不论是哪级领导还是普通职工,都要坚决开除。对于员工的行为习惯,中裕从每一个细节入手去培养。比如使用擦手巾,必须“洗完手后甩三下,只用一张纸巾”,以此培养员工时刻节约用纸、保护森林的习惯。比如厕纸,统一提供再生纸,即便再生纸价格比普通卫生纸高,也要贯彻和培养绿色环保意识。

“良心与责任,不是口上说的,而是具体做的。中裕之所以在这些细节上花心思、费力气,就是要让这些中裕人时刻牢记对自己、对家庭、对社会的高度责任感,在公司养成良好的习惯,到社会上也照样执行。”这是中裕领导层的普遍共识。

现代管理学之父彼得·德鲁克在《管理的实践》一书中这样说:“利润不是企业的目的,只能算是一个限制性因素。利润也不是所有企业活动和决策的原因或理由,而是检验企业效能的指标。”很显然,中裕以“良心文化”彻底打破了传统的利润至上的营企观念,把齐鲁大地上兵圣的“正合”思想、孔圣的“仁道”以及“团结、务实、开拓、拼搏、奉献”的黄河精神,融汇贯彻到企业的实际运营当中,凝练出了自己“勇担责任、共赢共享、修己为人”的文化精髓,也使企业真正做到了“谋大局、看长远、算大账”,形成了企业融合创新的“大视野”,以文化作为新旧动能转换的本源动力,树品牌、促发展。

中裕优质麦种植基地



春回大地,滨州中裕食品有限公司的优质订单基地中,农户正在忙碌着引水浇地。偶尔有人停下手中的活计,伸伸懒腰,抬头望望白云点缀的天空,放松一下。他不知道,云层之外,或许正有飞机飞过,大气层之上,有卫星掠过;他更不知道他所浇灌的小麦与飞机、卫星有着紧密的联系。在中裕,他的小麦中有一部分将被加工成纯度99.999%的无水酒精,用于航空航天电子元件清洗。

普通到不能再普通的小麦,到了中裕手中,似乎拥有了“魔力”,变身500多种产品,走进了餐饮、养殖、食品加工、医疗、新能源、航空航天等社会经济的众多领域,一吨小麦的“最终身价”也提高了4000元左右。

遵照麦业发展自身规律做“加法”,十五年致力打造绿色循环产业链

从深秋到初夏,从麦种下地到成熟归仓,农户一年四季耕耘的不只是小麦,更是一条全国最长最完整的小麦全产业链;收获的也不只是小麦,更有现代农业新模式带来的大幅度增值。

十五年前,营销经理尹广利,迎着冬季的寒风,踩着脚踏三轮,将中裕生产的第一袋面粉卖给了开包子铺的一位亲戚。十五年后,2018年的元旦刚过,在北京国务院第二招待所,尹广利与国家众多部委的相关工作人员完成洽谈,将中裕面粉、猪肉、蔬菜等产品的专供部数量扩大到了40余个。

艰辛与拼搏迎来了巨变。中裕从一个员工40多人、全员曾为销售额突破20万元而欢呼的小面粉加工厂变成了拥有员工6000余人、年营业额数十亿元的国家农产品加工业示范企业、全国面粉加工三十强企业、面条加工十强企业。产品质量不仅获得了国家众多部委以及欧美国家的认可,还走进了全国1.8万家大型连锁超市和10万家社区门店,销售网络覆盖全国除港澳台地区之外的所有地级以上城市。

秋种夏收,小麦的生长经历一年四季,与之相伴的是农民的汗水与收获。如今,由于这种汗水与收获的“不对等”,很多农民失去了种麦、种粮的热忱。中裕的巨变却让150万亩优质麦订单基地中的35万农户重新拾起了种麦致富的信心。中裕在订单种植基地中通过“统一供种、统一播种、统一施肥、统一技术指导、统一收购”的“五统一管理”大力推广标准化、机械化,并且首创了“三免一加”优惠政策,免费供种、免费播种、免费运输,高于市场价10%以上回收。正是通过这种专业的服务和真金白银的惠农政策,中裕可带动农户每亩增收340元左右,150万亩共计5亿多元。

中裕对种植效率和收益的提升,使广大农户脸上露出了满意的笑容,说起中裕个个都挑大拇指。滨城区三河镇镇中裕村农民尹荣贵是中裕的合作农户,他说:“我老婆一个人就能种40亩的中裕优质麦,去年平均亩产1000斤左右,总共卖了51200多元。所有农活几乎都不需要我插手,我就一门心思做自己的‘小买卖’,收入也不错。”据了解,在中裕的合作农户中,像尹荣贵这样种植数十亩、上百亩的比比皆是。

不一样的模式造就了不一样的中裕。中裕高层常说,中裕十多年来就干了一件事,那就是沿着小麦加工这条主线,围绕产品质量、绿色环保这个核心,产业自身发展需要什么,我们就去做什么,花费无数的心血和汗水,打造了一条从小麦育种开始直到餐桌服务、全国最长最完整的绿色循环全产业链。

这条产业链主要包含高端育种、订单种植、初加工、深加工、废弃物综合利用、生猪养殖、蔬菜种植、主食加工、冷链物流、餐饮商超终端服务等环节,结构并不复杂,其效能却是神奇的。

比如养猪。大家都知道,传统的养猪是一种高风险、低效益产业,众多养殖户随着“猪周期”起起落落,随波逐流,一直难以在多养与少养、亏本与赚钱之间找到平衡点。然而,当养猪业融入到中裕产业链中之后,一切都变了,变得你几乎不敢相信——生猪饲养期延长到12个月,一个人就可以喂养5000头,一公斤猪排骨卖到176元。

在产业链中,中裕通过小麦深加工生产医用酒精和航天航空专用无水酒精等高端产品之后,把酒糟与小麦麸皮、青储玉米一起加工成液态蛋白饲料,变废为宝,大幅度降低成本,从而成倍延长生猪饲养期。依据饲料的液态属性,从奥地利引进先进的全自动喂养系统,全程电脑控制,管道输送,极大地提升了生产效率。而且猪舍中还实现了自动温控、自动淋浴、自动饮水、自动音乐播放、自动粪污收集,猪在其中那

是不冷不热,饿了吃纯粮饲料,渴了喝纯净水,累了就洗个澡,听着轻音乐打个盹,睡个觉,悠闲自在,幸福的不得了。良好的生长环境、一年的生长周期造就了猪肉产品的高质量、高价值与市场的供不应求。

老百姓常说“养猪不赚钱,回头看看田。”意思是,不希望养猪能赚多少钱,实指望养猪多积造自然肥料肥田。当然,养猪也为赚钱,所谓“不赚钱”只是一种“倒算盘”。中裕的养猪业除了高效率、高质量、高价值这些“正向效益”之外,也是对这一“倒算盘”思维的充分发挥——养猪是实现绿色循环的重要环节。它消化了加工环节中的废料,产生的粪污又可与秸秆一起生产沼气以及热能、电能,沼渣、沼液再变成生物有机肥还田,改良土壤,增加地力,再一次提升小麦品质。

中国农科院的专家说:“中裕的产业链贯穿了农业、工业、服务业,使三大产业跨界融合。它做到了从农民中来到市民中去,打通整个供应链,从小麦种植这一源头开始把控产品质量,并在餐桌这一末端以优质的服务助力幸福社区建设,致力于品牌高端化。它做到了从基地中来到餐桌中去,利用先进的生产技术,层层提升小麦的附加值,同时大力推广规模化、机械化种植,实现了‘一人种千亩’,通过产业智能化大幅度提升效益和效率。它做到了从土地中来到土地中去,紧扣绿色循环理念,由中国农科院牵头,打造新能源产业,落实智慧产业化。综合来看,中裕探索了一个粮食产业创新发展的新模式,快速推动了新旧动能转换,实现了低碳环保、绿色健康和附加高值。”

紧扣市场运行基础逻辑做“乘法”,一股劲专注融合发展动能全要素

当消费者坐在家中,轻敲鼠标,点一份中裕水饺,享用美食的时候,他吃的是水饺,也是中裕整个产业中所有物力、财力、人力、知识、技术、信息、数据等发展要素融合交汇、共同发力的成果。

大家都知道产业融合、跨界融合是一条获取发展新动力的正确路子,但是大家也都知道跨界融合不是一条易行的路子。少数企业成功了,多数企业失败了,甚至消亡了。俗话说“隔行如隔山”。它如同一个“魔咒”,萦绕在市场的天空之上,困扰着广大企业。据媒体报道,近两年来,“跨界派”中的恒大出售了曾经多元化发展的粮油、乳制品及矿泉水业务;“转型派”中的乐视与酷派捆绑进入资金困境,雅虎更是从市

值千亿元到破产贱卖,连名字都没留住。

为什么会如此呢?在中裕有这样一种说法:融合不是简单的聚合,多元也不是五指张开、各自为政。市场有其自身的底层逻辑,只有抓住“本质”,认准“本体”,才能融合各种动能要素,跨越众多行业界别,引发“乘法效应”,实现健康快速发展。

说的形象一点,如果把企业比喻成海军,它可以无视黄海、南海的分界,只要是海洋就可以纵横驰骋,却无法称雄陆地;海陆军永远是以前舰力量为主,空中力量和海军陆战队力量为辅,多元融合,共同形成强大的作战能力。也就是说,企业跨界融合并非是要彻底地更换产品、改变消费群体,更换全新的领域,而是要提升、助力企业的运营形态;也并非由一元变多元,齐头并进,而是有主有辅,相辅相成。

对比市场上的案例,凡是按照这一原则搞融合创新的企业,成功者也并不少见。比如,星巴克将咖啡豆、人参、甜菊叶的成分融合在一起,跳出传统的咖啡属性,生产能量饮料,借助跨界的力量将食品功能化。再比如,百事可乐与QQ空间,一个是全球范围内年轻人挚爱的饮料品牌,一个是承载超过6亿用户青春记忆的社交平台,两者瞄准同一客户群强强联合,腾讯综艺与万达影城也同在产品、消费群体不变的情况下,升级服务渠道,联合打造用户全新娱乐生态圈。

中裕也是按照这一原则办的。育种、加工、种植、养殖、新能源、物流、餐饮、商超、电子商务等,无论中裕横跨了多少行业界别,它们都紧紧围绕“小麦加工”这个主线,或保障原料供应,或挖掘资源价值,或提升品牌服务质量,具有共同的指向——优质食材,也基本使用相同的供应链条和销售网络。

路子走对了,并不一定意味着成功,还要看具体的事儿办的怎么样。如何避免聚而不融?这是跨界融合的普遍难题。

之所以说,中裕十五年来集中全力就干了打造产业链这一件事,那是因为除了做好土地、资金、设备等聚合外,中裕把绝大部分心血、汗水都用在探索知识、技术、信息、数据等的“全要素融合”上。

当消费者敲击鼠标,点一份水饺,享受美味的时候,这一个动作牵动的几乎是中裕产业链上的所有环节,涉及到中裕产业发展的所有要素。消费者或许知道中裕的水饺有不开口、不破皮、馅料鲜美口感棒的特色,但他并不一定明白其中的“来龙去脉”。

中裕的水饺为什么能够不开口、不破皮?那是因为它用的是优质专用面粉。

首先,中裕通过育种科研,全面了解各种小麦品种的质量指标和全部特性,针对不同产品的不同需求培育、推广不同的麦

种,在种植基地中做到分类种植、分类收储、分类利用。比如生产面包就用强筋小麦,生产蛋糕就用低筋小麦;生产挂面、水饺就用优质中筋小麦。仅此一点,就是那些在市场上收购混散小麦的普通面粉加工厂不可比拟的。

其次,中裕依托整条产业链,一方面保障了面粉加工使用的全部是当年产的新鲜小麦,另一方面做到了仅提取小麦中20%-30%的最精华部分来生产面粉,其余麦料则进入深加工环节,用来生产小麦蛋白和酒精。这就用小麦自身的特性保证了面粉的白度、筋度,不需要添加任何添加剂,保证了小麦的天然营养和香气。

再次,中裕从德国引进技术一流的面粉生产线,可以把小麦一次性加工成50多种面粉,然后像中医一样,根据不同的“药方”需求,严格按照蛋白质含量、微量元素含量、湿面筋含量、面团稳定时间等专业指标,配制功效不同的专用面粉。除此之外,这套生产线的工艺精细程度也颠覆着人们的传统认知。大部分工人可能认为面粉加工非常简单,无非是把小麦洗净、磨细、去麸皮即可,事实上并非如此。比如,大家都知道麦粒有麦沟,却不知道麦粒也有“头发”——麦毛,在中裕的工艺过程中,不但要通过“色选”清除麦料中的变质麦粒、麦秆碎粒,通过“筛选、磁选、水洗”清除碎石、金属杂质和尘土,还要通过“刷麦、打磨”,打去麦毛,磨掉麦沟,清除其中所藏匿的灰尘,最大限度确保卫生。

中裕的水饺又为什么馅料鲜美?那是因为中裕做到了全原料优质自供。猪肉用的是自己养殖、屠宰的优质猪肉,蔬菜用的是在黄河岸边自己种植的绿色蔬菜。

同时,依托产业链,中裕不仅在居民社区周边布局了众多的自营餐饮店和便利商超,而且与国家农业信息工程技术研究中心、浪潮集团、苏宁易购等合作,深化信息、数据、互联网技术应用,做到了快速收集市场反馈信息,根据消费者口味研发更加适合的产品,也加快了电子商务的发展速度,为消费者提供了更加周到、便利的服务。

一款普通的产品,一个司空见惯的消费动作,其中却囊括了中裕在育种科研、种植技术、加工技术、现代化服务中的所有成果,涉及到了知识、技术、信息、数据等各种要素。当所有的要素都指向终端消费,并且一体化运行的时候,这才是真正的融合。

围绕良心理念塑造品格交“答卷”,一条心夯实企业文化创高端品牌

当一位员工走出公司的大门,他就成为了中裕整个品牌的代表。他