

# 把中国方便食品卖到世界去

## ——四川得益绿色食品集团奋力进军国际市场侧记



■ 本报记者 邓万祥 吴书秀

大江东去，浪淘尽，千古风流……  
中国应该拥有自己的世界一流产品品牌！  
把中国的方便食品卖到世界去，挑战麦当劳！  
……

3月3日，又是全国两会召开的日子，全球的目光都在关注着从两会发出的中国经济信号。

当前，欧美等西方国家经济复苏乏力，金融危机正由经济和金融领域向社会和政治领域传导；中国经济增长放缓，结构转型面临考验，内外部经济环境充满挑战。

面对复杂多变的国际政治经济环境和国内经济运行新情况，“胡子将军”杜诚斌指挥若定。

“胡子将军”杜诚斌，这位中国食品工业协会常务理事、中国肉类协会副会长、中国肉禽水产制品专家委员会专家、四川十大财经风云人物、四川得益绿色食品集团(以下简称得益绿色集团)董事长断言：“中国经济不会因为国际金融危机持续深化而发生逆转。我们得益绿色食品集团，要紧跟当前中国宏观经济调控政策，牢牢把握扩大内需这一战略基点，加快推进经济发展方式转变和经济结构调整，不放弃内销和出口任何一端，坚持稳中求进，把国际金融危机变成我们内外发展的重要战略契机，不遗余力地进军国际市场。”

在得益绿色食品集团的办公室，墙上挂着一幅巨大的世界地图，地图上插着一枚枚红色的LOGO标识，这标识像“红色航船”，插上标识的地方就是其产品已经进入的国家：美国、英国、加拿大、俄罗斯、瑞典、新加坡、马尔代夫和澳大利亚……得益绿色集团的一艘艘“红色航船”破浪前行，它的目标是将来在世界任何一个地方，都能看到自己的产品。

**逆势飞扬，坚持国际化理想 把企业的“红色航船”驶向世界**

2012年2月25日，近10辆超长重卡开进得益绿色食品集团新津生产基地，在成品库前排起长龙等候装载，拉开了它进军国际化市场的序幕。

出口车队大规模集结装运，标志着得益绿色集团方便食品在世界经济的不利形势下，逆势向好。杜诚斌透露，在英美经济不景气、欧债危机未解以及美国对中国出口物资关税大幅提高的情况下，得益绿色食品集团仍然加大了对外出口。

把“红色航船”驶到国外去，是得益绿色集团的国际化理想。它是一家国家级农业产业化重点龙头企业，是产销方便食品、肉制品的大型食品集团。这些年来，它一直在川菜产业化的道路上大步前进，立志要做“中国最大的方便食品企业”，并一直在为自己的国际化理想而奋斗，立志要把产品卖到全世界去，做“世界的厨房”。

得益绿色集团方便食品目前主要有方便米饭、火腿肠、下饭菜、四川泡菜和调

品。仅其中的方便米饭就有红烧牛肉、鱼香肉丝、香辣牛肉、香辣鸡丁、瘦肉豌豆等数十个品种。用开水冲泡10分钟，或用微波加热5分钟，就能吃上一顿有饭、有菜、有汤、麻辣鲜香的套餐。

杜诚斌认为，由于欧美经济持续低迷，长期支持中国经济高增长的外贸今后对经济拉动作用也将减弱。中央提出要着力扩大内需特别是消费需求，完善促进消费的政策，努力提高居民消费能力，这在当前的经济形势下是一个英明的决策。这对于既出口又内销的得益绿色集团来说，喜忧参半。忧的是出口，喜的是内销。但是，得益绿色集团不会松懈，放弃内销和出口任何一端，会开拓创新，破浪前行。

在出口方面，杜诚斌说，近来，得益绿色集团对已抢占的国际市场深入挖掘，如对美国、英国、俄罗斯、新加坡、马尔代夫、加拿大、澳大利亚、瑞典市场，使其销量再度翻番。对于还未进入的国外市场，将继续深入开拓。

在内销方面，得益绿色集团注重以国内市场为主，努力满足国内的消费需求，因为得益绿色集团的国外市场只占国内市场的1/3，且按现在在国内消费增长速度，内销远远比国外销售快。

要实现两手抓，杜诚斌特别强调抓好转型升级。他说：“在世界经济重大转变的历史性时期，我坚信只有主动追求转型升级，企业才能在风雨中生存、发展、壮大。食品行业本身竞争激烈，因此别人做得大，我们就要比别人做得专；别人做得专，我们就要比别人做得精；只做专家，不做杂家，要做就做最好。我们一方面要坚持科技创新，抢占行业制高点；另一方面，转型升级还是要抓住国际市场机遇，走国际化发展道路，带领得益绿色集团在危机中实现新的跨越。”

说起得益绿色集团的逆势奋进，人们不会忘记，2009年在金融危机最严峻的时候，是得益绿色集团把四川风味的方便米饭卖到了美国。2009年，又是得益绿色集团与美国KEEFE集团签署合作方便米饭的出口协议，总出口额达2500多万元。2010年，更是得益绿色集团开始逆风飞扬，其方便米饭出口产销量同比增长218.5%，在打开美国、英国、瑞典、俄罗斯等市场后，又进入门槛严格的加拿大、澳大利亚市场。尤其是2011年，出口美国的方便米饭在税收提高15%的情况下，得益绿色集团出口额依然翻番，全年出口超过4000万元。

说起得益绿色集团的逆势奋进，人们不会忘记它在逆境中的开拓发展。2010年，得益绿色集团投入巨资新建了一个占地160亩的营养强化米出口生产基地。继而，为了满足日益增长的国际市场需求，得益绿色集团又投入巨资新建了一个占地约11公顷的营养强化米出口生产基地。这个出口生产基地完全按照GMP标准建设，达到国际标准化组织(ISO)“标准与智能”的绿色厂区标准。

在过去的3年，得益绿色集团在全球经济发展遭受世界金融危机、中国经济结构调整和经济进入强弱转换周期这三重压力下，

不仅没有被打垮，反而化“危”为“机”，逆势上扬，在金融海啸中展现出一道亮丽的风景。

作为一家从西部走向世界的企业，得益绿色集团不仅实现了品质升级，更为集团的国际化道路奠定了坚实的基础。得益绿色集团在“十一五”期间的产品不仅占据了国内30多个大中城市，还相继登陆美国、英国、加拿大、新加坡、瑞典、俄罗斯、马尔代夫和澳大利亚等10多个国家，年出口量超过4000万元。

在金融风暴面前，得益绿色集团把企业的“红色航船”开进美、英等发达国家，不仅给自身创造了海外的商机，也给金融危机背景下的众多食品企业提振了信心。

**“从每一粒米开始努力” 铸造质量品牌，实现产品国际化价值**

“只有民族的，才是世界的”、“只有铸就质量品牌，才能进军国际市场”——杜诚斌清醒地意识到这一点。

开发民族方便食品，是杜诚斌的夙愿。他常常想，中国人做饭的历史已经好几千年，是不是该来点变革了？方便面风行了那么多年，为什么消费者没有审美疲劳？既然有方便面，为什么不能有方便米饭？

能不能开发出有菜、有汤、有饭，用开水一泡就成为热腾腾的方便套餐？能不能随时随地想吃就吃？有没有什么方法可以随身携带？这一连串的问题，那些年反复在杜



诚斌脑海中翻腾，随着思路的逐渐清晰，一个以川菜为传播载体的特色产品——得益绿色集团方便米饭横空出世，并在方便食品行业掀起了一场影响深远的健康革命。

得益绿色集团开发方便食品的最初出发点，便是“股米子”。

“股米子”，由三国时期四川眉山股氏人家首创，将糯米蒸熟、加油离散、晒干制成，食用时在锅中用油炒泡，加水发胀，加入盐或糖，还有鸡蛋、腊肉，即成为美味的“股米子稀饭”。这种食物食用方便，易于保存，无论是官宦人家还是寻常百姓都视为佳肴，沿袭至今。

如果能将“股米子”的传统工艺，与一菜一格、百菜百味的川菜文化相融合，开发出独具特色的川味方便米饭，一定能在国际市场上—炮打响。立志为“全世界煮饭”的杜诚斌，投入巨资引进国外先进的生产线，一举建成了国内最大的方便米饭生产基地。

“从每一粒米开始努力”开发方便食品，铸造质量品牌，得益绿色集团严格实施产加销全程质量监控。在这方面，杜诚斌使了3招：

**第一招，装备先进。**得益绿色集团的肉食品厂房投资上亿元，厂房按照GMP标准建设，达到国际标准化组织(ISO)“标准与智能绿色建筑”的要求。生产线采用国内外先进设备，配备了原子吸收仪、液相色谱仪、气相色谱仪等先进检测仪器，建有标准化产品质量检验室，原辅料综合利用、环保设施、厂区绿化、车间卫生等均是全国一流水平。

**第二招，以质取胜。**得益绿色集团确立了“以质量为核心的品牌发展战略”，凭借严格、科学的管理，先后通过了ISO9001国际质量管理体系认证、ISO14001:2004国际环境管理体系认证、HACCP食品安全认证、美国FDA食品

认证以及世界上最为苛刻的KOSHER清洁食品认证，各类肉制品都按“优级”以上标准生产，产品出厂合格率保持100%。

**第三招，科技创新。**为避免产品同质化，得益绿色集团采用先进技术，将传统肉制品与西式肉制品工艺科学整合，开发出高中低温5大类30多种肉制品。得益绿色集团“热心肠”、“金典肠”是独创的新产品，均选用优质川猪精瘦肉辅以天然香料，添加特制的风味物质。“热心肠”以四川麻辣风味为特色，肉感特强、口感细嫩、香味浓郁、麻呈其香、香显其辣、辣衬其鲜、麻辣鲜香配合得淋漓尽致。“金典肠”集中了火腿制品和肉灌肠制品的优势，突显原料肉的肌肉纤维和醇香，营养丰富，鲜美无比。

采取这些措施开发方便食品，铸造质量品牌。2009年9月，在世界肉类组织第五届世界猪肉大会上，杜诚斌和得益绿色集团一举囊括了所有重量级奖项，不仅成为捧得奖杯最多的企业，也成为全场最耀眼的明星。得益绿色集团荣获“中国肉类产业影响力品牌”和“世界肉类大会特殊贡献企业”奖项，杜诚斌荣获“中国肉类产业科技创新领军人物”大奖。

得益绿色集团开发的方便食品在相继通过了ISO9001:2000国际质量体系认证、ISO14001:2004质量/环境管理体系认证、HACCP食品安全认证，获得了美国FDA注



册、澳大利亚AQIS进口许可等多重国际质量认证和国际清洁食品认证等多重国际质量认证后，加速把方便食品推向国际市场。

得益绿色集团方便食品实现产品的国际化价值的第一个步骤就是打开美国市场。打开美国市场就打下了“国际市场前沿阵地”。为让得益绿色集团的“红色航船”驶上这片广阔的土地，2008年初，在杜诚斌的带领下，得益绿色集团启动了“营养α化米(速煮米)开发与产业化”项目，并通过了省级鉴定，不仅填补了国内空白，还领先于国际市场，吸引了全球客商的目光。慕名而至的美国著名食品采购商KEEFE集团，为得益绿色集团铺平了美国之路。

值得一提的是，在选择得益绿色集团之前，KEEFE集团已经在中国走访了很多食品企业，通过对得益绿色集团多达5次的严格考察，KEEFE集团对它的科技力量、产品品质、质量管理和生产能力都十分满意，最终达成合作。

在拿下全球最具“风向标”意义的美国市场后，得益绿色集团的国际化步伐开始提速。2010年5月以来，英国、加拿大、新加坡、瑞典、俄罗斯、马尔代夫和澳大利亚等10多个国家相继对得益绿色集团敞开大门，实现了产品价值国际化。

看到得益绿色集团的“红色航船”在国际“蓝海”中破浪前行，杜诚斌真正感受到品牌的力量，这不仅是占领市场的利器，更是民族志气的象征！

**做“良心食品”，担天下大义 加速中国方便食品国际化进程**

杜诚斌认为，进军国际市场，必须担当



义，做“良心食品”。商道即仁道，产品即人品，做食品就是做良心，就是对消费者尽最大的责任。

相对于近年来相继发生的“毒奶粉”、“瘦肉精”、“地沟油”、“染色馒头”、“劣质奶粉”、“苏丹红”等食品安全事件，杜诚斌慷慨激昂、掷地有声地说：“一个企业必须要有魂，才能不断发展，做大做强，我认为这个魂就是老百姓所说的良心。”

杜诚斌对良心与法规有着独特的见解：法规是底线，是强制；良心是根本，是能动；有了法规人们知道不该干什么，有了良心人们知道应该干什么。

杜诚斌认为：做“良心食品”要把好三关。首先是人这一关。食品企业生产销售过程的质量控制点中，不稳定的因素较多，而其中人是最不确定的，也是最重要的。做“良心食品”就是要让良心的理念融入公司每个人的心，让生产经营各个环节以道德和职业的坚守为食品的可靠保证。其次就是要站在消费者的立场做食品，食品的材料是真实的、符合标准的、令人放心的。第三则是能动性和创造力。有了良心，就会主动适应和遵守操作规程、质量标准、规章制度等等，不会老想着偷工减料、以次充好。有了“良心理念”，食品质量安全就有了基础。

杜诚斌做“良心食品”，就像抓食品质量一样，依然使了3招：

**第一招：将公司生产流程视频直播接受监督。**得益绿色集团敢为天下先，将在网上视频直播，把生产现场彻底透明地公开在消费者面前，敢于接受全世界监督。以这样的真诚，面对消费者，这是何等的信心和底气！

**第二招：公司职工必须品尝自己的产品查质量。**得益绿色集团有一项铁的纪律：每天早晨，公司的高管、管理人员、办公室人员，必须品尝当天生产的产品，并就当天产品的内外包装、色泽、口味等写出品尝意见。得益绿色集团认为，如果一个食品企业做的产品自己都不吃，怎么卖得出去？

**第三招：从源头把住质量关共同担责。**得益绿色集团使用的大米原料是获得了“绿色食品”标志的上等东北大米，肉类和蔬菜等辅料均选自“无公害农产品”基地，生产工艺更是率先采用了世界上先进的“非油炸”工艺，不添加任何防腐剂。与此同时，要求所有原料供应商交纳巨额质量保证金共同担保。

做企业公民，担天下大义。从2003年到现在，得益绿色集团开发中国民族方便食品虽然只有短短8年时间，但它一直保持着迅猛的发展势头，不仅迈进国家农业产业化重点龙头企业行列，还先后荣获“全国行业质量诚信示范企业”、“全国实施卓越绩效模式先进企业”、“四川省五一劳动奖状”等荣誉。得益绿色集团方便米饭被评为“全国用户满意产品”、蝉联“四川名牌”产品，“得益绿色集团”被评为“四川省著名商标”，还通过了ISO9001:2000国际质量体系认证。得益绿色集团的迅速崛起，成为国内方便米饭行业的领军企业。

得益绿色集团开发方便食品和打造市场品牌成功后，开始更多地思考企业的长远发展问题。

“天行健，君子以自强不息”。得益绿色集团这支具有国际竞争力的川菜产业舰队，对自己用“良心”烹制的“中国方便食品”进军国际市场充满十足的信心。他们把中国民族方便食品卖到世界去，香飘全世界，一定能够成功！

