

【编者按】

农村一二三产业要融合发展,要实现农业产业化、现代化,需要也只能靠农业龙头企业的带动。因此,农业龙头企业的现状、发展历程以及未来的发展前景,显得尤为重要,对农业产业化发展也具有十分重大的意义。

由于自身的优势,加上超前的布局,东营目前已有一大批国家级、省级农业龙头企业。而东营对农业龙头企业的关注及为这类企业发展提供的助力,充分展示了东营农业部门对农业产业现代化的重视,也在为企业的进一步发展,营造更加有利的条件和环境。

在不断发展的形势之下,在企业不断扩张发展的过程之中,每一家企业都有着执着的坚持,并经历过或经历着独特的故事。为此,本报即日起推出“访龙头企业,树品牌农业”系列报道,对东营部分重点龙头企业进行探访,以期对东营市农业产业化展示一二。

华誉产业化的“多赢”模式

“公司+基地+标准化养殖场”模式,紧抓国际市场同时还将渐增国内供给份额

本报记者 张婧婧

“要想形成一条龙的企业,就首先得有稳定的鸡源,这就需要将养殖户变成产业化链条中的一环。”山东华誉集团有限公司副总经理王青超说,“公司+基地+标准化养殖场”的养殖方式促进了家庭养鸡业向标准化、规模化快速发展。

华誉,集种禽繁育、鸡苗孵化、肉鸡饲养、蔬菜生产、饲料生产、肉鸡加工出口贸易于一体的综合性企业集团,辐射东营周边4个市、8个县区、39个乡镇,带动5500多户农户种养致富,并成为全市农业产业化国家重点龙头企业之一。



肉鸡屠宰流水线。(照片由山东华誉集团有限公司提供)

公司最初定位就不离“产业链” 辐射带动周边5500多农户致富

“你现在看到的这排浅黄色小平房就是公司最初的办公区域,董事长当时就在这个办公室。”山东华誉集团有限公司熟食加工厂厂长于春光指着小平房中的一间说,虽然随着公司规模的不断扩大,办公楼在厂区林立,但是当初的办公区域依然保持原来的样子。

现在负责销售的副总经理于云亭和于春光都在华誉建厂之初来到公司,是公司的元老,更是和华誉一起成长的人。于云亭说,公司建于1988年,前身是个乡办企业,有一个肉类加工厂、一个畜禽良种场。

于云亭回忆,上世纪90年代初,企业如雨后春笋般冒出来,对鸡肉的需求呈直线增长趋势,周围群众开始转变产业结构,纷纷把种粮换来的收入投入到养鸡上,曾掀起一个庭院饲养热潮,“不过作为以务农为主的农民也只是在忙完农事后进行散养,形不成规模,而当时,美国等多个发达国家已经形成养殖场、屠宰场、加工厂等完整的产业链。”

“要形成完整产业链、‘一条龙’发展,就首先得有稳定的鸡源,这就需要将养殖户变成产业化链条中的一环。”公司副总经理王青超说,建厂后不久公司就提出了“投资公司化,经营个体化”的经营策略,也就是公司投资建基地,农民承包搞养殖,发展“订单”养殖业。统一供雏、供料、用药、防疫和屠宰,公司逐渐形成了

“公司+基地+农户”的养殖方式,促进了家庭养鸡业向标准化、规模化快速发展,也走出了一条双赢甚至多赢的发展模式。

花官镇雒家村的雒文学就是搭上这班车的养殖户之一。雒文学说,随着给华誉供应合同同鸡的养殖户增多,村子划分成养殖小区,他也在2006年上了3.5万只鸡苗,并在2012年自建了3个标准化饲养大棚,养殖规模达到了6万只,“而散养时每家最多养三五百只。”

“感受最大的就是养殖方式和环境的改变。”雒文学说,一开始是直接在地面上养,每批鸡出栏才能除粪,潮湿就容易得病,后来发展成网养,现在是立体笼养,不仅养殖规模翻了一番,鸡的上料、饮水、温度及消毒方面也有了统一标准,鸡的质量就有了保障。

“从家庭散养到为华誉养殖合同鸡,再到根据客户要求自建标准化养殖场,可以说当初我们这些地地道道的农民变成了‘土专家’,甚至是‘企业经营管理者’,养殖也不再是副业,而是成了专业化、工厂化的模式。”雒文学说。

2012年,在公布的第五批农业产业化国家重点龙头企业中,华誉榜上有名,成为全市农业产业化国家重点龙头企业之一。辐射东营周边4个市、8个县区、39个乡镇,带动5500多户农户种养致富。

积极走出去、发展外向型经济 “华誉”享誉20多个国家和地区

从乡办企业到集种禽繁育、鸡苗孵化、肉鸡饲养、蔬菜生产、饲料生产、肉鸡加工出口贸易于一体的综合性企业集团,华誉集团的迅速发展除了得益于最初全产业链的定位,更得益于积极走出去、发展外向型经济的战略布局。

于春光说,在建厂之初,公司每天加工量只有2000只,冷库也仅100吨的规模,上世纪90年代后开始逐渐增加到200吨、500吨,销售面也由最初的油田单位和齐鲁石化,开始向地方企事业单位和省内批发市场拓展。

“1996年,公司搭上了股份制改革的快车,企业改制后两个厂合并成立东营市华誉实业集团,随后在1997年组建了年加工1000万只的出口商检车间及配套1000吨冷库。”于春光说,不过内部消耗有限,如何将产品送出国、获得更大的利润被提上了日程。

然而,“走出去”并非易事。于春光说,最关键的环节就是标准化国际认证,公司先“曲线救国”,给青岛肉蛋品进出口公司代加工,再通过其出口,“例如,中东的冻分隔鸡产品,日本熟食都是公司的出口产品。”

1998年,公司筹建了青岛分公司,取得了自营进出口权,华誉产品走向国际市场有了“通行证”。不过于春光说,由于不同国家间的标准、条件不一,通过进口国

的国家注册,公司当时也着实费了一番功夫。

于春光回忆,最初向省检验检疫部门递交进口国国家注册的申请后,省局预审时提出工厂的某些硬件不达标,“我们当晚就找来了几家建筑公司,忙活了一个通宵过后省局再审查时,就完全符合标准,当时省局也觉得不可思议。”

1998年,公司通过南非注册,并迎接了阿联酋、马来西亚注册,步入外向型经济发展的快车道。目前,华誉集团出口肉鸡加工通过了日本、南非、沙特、斯洛伐克、韩国等国家注册,产品出口到欧盟、东南亚等20多个国家和地区。

在“走出去”开拓国外市场的同时,集团两条腿走路,2003年集团成为肯德基的专门供应商,供应肯德基北京、南京、成都、重庆、武汉五大配销中心冷冻产品,供应潍坊、青州、淄博等24个店的冰鲜原料。此外,集团与麦当劳、国内熟食巨头双汇、金锣和雨润也有密切的合作。

“华誉”商标被认定为山东省著名商标,在国外20多个国家的知名度和美誉度,也让公司的产品彰显了竞争优势,出口市场进一步扩大,拉动了集团整体效益的提高。

提高熟制品生产比例 增加附加值

对于公司未来的发展,王青超表示,要在原来冻分割鸡产品的基础上,逐步提高熟制品生产的比例,“熟制品不仅仅走向国门,供应国际市场,还应渐渐增加国内的供给份额,这也是增加产品附加值,企业产品形成多样化的一种方式。”据介绍,2012年开工建设的5000万只家禽加工项目目前已经封顶,该加工项目也是为增加国内的份额奠定基础。

而生产熟制品也早已开始。于春光介绍,在20世纪初出现禽流感时,日韩等部分国家一度抵制中国的冻分割鸡产品,为了抵御技术壁垒,公司开始涉足熟制品,并先后通过了日本禽肉类热加工和偶蹄类动物肉热加工企业注册,在2004年通过了日本35家对日热加工企业注册。

于云亭称,在将来,公司要在原来传统产品上加大熟制品种类及口味的研发,如高温灭菌等开袋即食产品等,由工厂化的冷冻产品向常温保存的即食产品有所侧重,直接走向超市甚至市民的餐桌。

为保障食品安全,肉鸡产品的可追溯性也成为公司长期发展不可或缺的一部分。王青超说,通过包装袋上的条形码,每批产品都可以追溯到养殖场或养殖户,“未来甚至在这批鸡的生长过程中,吃的饲料、用的药、屠宰及加工的每个过程的细节都可以让消费者一目了然。”

此外,自2001年起,公司决定多元化发展,在鸡肉产品的基础上,拓展了草莓、胡萝卜、大蒜、绿菜花等蔬菜出口业务,“由于中东、沙特等地区气候闷热干旱,部分蔬菜不适合生长,出口这块业务也算是扩展其他的增长点。”集团蔬菜加工厂厂长秦效炜说。