



張德中總經理在典禮上致辭。



國際化標準生產線。

養殖、加工、物流、銷售、連鎖。10年前，當40名工人擠在窄小的車間內開始生產三色鴿牛奶的時候，誰也不會想到，他們正在創造一個橫跨多種產業、涉及多種經營的神話。作為河南首發上市重點後備企業和豫西南地區最大的乳業龍頭企業，河南三色鴿乳業有限公司現已發展成為集奶牛養殖、乳品加工、科研開發、專業配送、連鎖加盟、生產服務為一體的乳品行業龍頭。這個河南原創品牌的風生水起，不僅是河南乳製品企業在全行業的突圍，也標誌着本土乳業品牌的崛起。

10年間，先後有1.2萬人陸續加入三色鴿乳業掌門人——張德中領導的這支龐大「部隊」，成為這個神話的共同締造者和見證者。

香港文匯報記者 常艷 方圓圖

迎戰 與奶業巨頭爭鋒中原

2014年上半年，國內原奶供給偏緊形勢扭轉，乳製品行業發展穩中有升，尤其是液體奶（包括UHT奶、乳飲料、優酪乳）保持增長態勢，並出現明顯的高端化趨勢，有機奶、乳酸菌飲料、常溫酸牛奶增長強勁。為保障乳製品安全，重振消費者信心，中國政府對乳業監管日趨嚴格。長遠來看，中國乳製品行業已步入健康有序的發展軌道。

地處中原的河南，乳品消費總量每年約為45億元，本土企業最多能拿到約30%的市場份額。伊利在平頂山設廠，蒙牛在焦作建廠。得中原者得天下。兩大奶業巨頭既把這裡當奶源和廠房，也當成銷售的主要市場。河南三色鴿乳業有限公司總經理張德中告訴記者，「兩大巨頭在奶業的地位和影響力是不容置疑的。就蒙牛在大城市的影響力來看，進軍河南中小城市勢如破竹，伊利在價格上有優勢。立足區域發展，我們也制定了獨特的營銷方

案：食品24小時保鮮、連鎖經營、開放式工廠……先在豫西南深耕，站穩腳；接下來繼續開發好省會鄭州，用這個戰略市場帶動全省、全國連鎖經營。目前中國人均乳製品消費量不足全球平均水平的三分之一，隨着城鎮化加速、居民收入增加及消費意識增強，中國乳製品消費總量將不斷上升，消費結構將升級轉型，發展潛力巨大。我們有這個信心，在未來5年內，從現有的1300家三色鴿連鎖店拓展到3000家店。」

走進佔地282畝、投資超過2億的三色鴿食品工業園，高新技術的無窮魅力撲面而來。明澈的落地玻璃幕牆瞬間為來者打開了一個完全開放的空間，整個生產過程一目了然。從東貫通向西，是總建築面積20000平方米的聯合操作車間。從進料到淨化殺菌、完成包裝，完全是流水作業，一體化生產。全封閉無菌淨化系統，完全達到國際通行的GMP標準要求；UHT殺菌機，美國NIMK罐裝機，CIP全自動設備清洗機等設備，均處國內同行業先進水平。甚至每一位工作人員進入車間前必須經過多個步驟：換拖鞋，更衣，沐浴，更換統一消毒的工作服；經過嚴格的手部和鞋靴消毒之後，再通過專設的消毒通道，最終進入無菌車間。這看似繁雜的更換與消毒之間，正是三色鴿對消費者堅決、徹底、全面負責的具體行動。在檢測中心，每一批次，每一品種產品的出廠，都在此經過從原料乳、半成品、成品進行的檢測。及時提供資料，確保產品合格率。呈現在眼前的是全乳成分分析儀、電子天平、分光光度計、電子顯微鏡、超淨工作台……等一系列先進乳檢測設備儀器，從原料入庫到生產的全過程都處於高度受控狀態。整個生產過程的與國際接軌的技術設備及科學管理體系，不僅是安



南陽市委書記穆為民（左二）在張德中總經理（右一）陪同下赴三色鴿10萬噸液態奶二期擴建工地現場辦公。

全生產和產品質量的有效保障，同樣也把乳品生產的現代化水平大大提高。

在乳業公司參觀走廊一角，張貼着部分員工的格言：「乾淨整潔、快樂工作，做一名效率倍增的人」、「我們由衷感謝你的每一次關注和參與。你的鼓勵，是我們前進的動力。為了你們，我們有責任做得更好。」平等、信任、欣賞、親情的文化氛圍在這裡流動、交匯。張德中說，我們銷售的不僅僅是產品，更是服務、理念與文化。



連鎖店。

不是所有的牛奶，都是「一號牧場」生產的



現代化奶牛社區。

近年來，在戰略轉型上，三色鴿企業開始嘗試走低溫產品路線。國外乳業90%生產的都是低溫奶，從營養角度講，低溫產品營養更全面，因保質期短可以保證新鮮口味。從科技含量講，低溫奶以新鮮牛奶為原料，採用72-85度左右的低溫殺菌，在殺滅有害菌群的同時又能完好保存其中的營養物質和新鮮口感。項目現已啟動，三色鴿將藉此把區域性乳品企業的新鮮優勢發揮到極致。預計2014年底會有更多的三色鴿低溫產品全面上市。目前，最新產品「1號牧場」即將面世，業界普遍認為，這將成為河南乳品行業的高品質明星產品。

控制 世界先進設備管理13000頭奶牛

在三色鴿，你經常會聽到一個過耳不忘的詞彙——「奶牛社區」。顧名思義，就是奶牛養殖場，13000多頭奶牛在這裡健康、快樂地生活。三色鴿乳業把「奶牛社區」作為乳品生產的「第一車間」來管理。奶源部由專業技術人員負責奶牛飼養、疫病防治、機械化擠奶、牛奶儲存等，自始至終堅持飼養統一化、擠奶統一化、運輸封閉化的嚴格管理。各社區統一使用瑞典進口的利拉閣全自動仿生擠奶機，配備製冷

罐，牛奶擠出後馬上冷卻至4度左右，由公司專用冷藏車運送到生產車間，從產品生產的第一入口即開始了對消費者利益的有效維護。

目前，已在河南範圍內建成奶牛社區35個，標準化千頭奶牛養殖示範基地2個，現代化擠奶站27個，奶牛存欄量13000頭，嚴格確保奶源自管自控。「基地+網絡」模式，在「渠道為王」的時代，由於其穩健性，價值逐漸凸顯。張德中說，三色鴿乳業從創立

之初，就一直堅持有多大加工能力，就一定要有奶源與之匹配。堅決不和奶販子打交道，主要奶源一定要掌控在企業的安全視線之內。作為食品企業，1%的疏忽也可能會給顧客造成100%的隱患。

說這番話的時候，溫文爾雅的張總，更像一位嚴謹的學者。批判精神與科學態度的結合使他看起來十分堅決，甚至有些強硬，是8000萬三色鴿消費者需要並持續信賴的那種「強硬」。

擔當 把事做好，然後是做好事



捐贈希望工程。

管理大師彼得·德魯克說：「企業首先是把事做好，然後是做好事。」張德中堅信，一個真正的大品牌，一定是社會責任的率先承擔者。「我們一直在努力，三色鴿企業作為社會的基本單元，要依法誠信健康發展把企業辦好，為消費者提供可信賴的優質產品；要與合作夥伴共贏成長，帶動企業和整個產業鏈健康發展；在此基礎之上，更要積極承擔道德義務，對事關民族國家大義的公益事業予以支持。」多年間，三色鴿希望小學，為河南教師送奶，為貧困大學生提供救助基金，開展百戶特困家庭救助計劃及百名家貧志堅好少年捐助行動，為雪

災、地震災區人民捐資助學……三色鴿已經將社會責任融入到企業自身的發展之中，全力與自然和諧相處、與社會共享成長。愛心的接力，在三色鴿創業、守業、樂業的道路上，從未停止。一座又一座希望小學拔地而起，1000多個受助家庭走出困境，100多位優秀學子大學圓夢，130餘名失學兒童重返校園……

10年，500萬，三色鴿成就了惠及兩萬多人的愛心之旅，贏得了社會的尊重。

予人玫瑰，手有餘香。在這一點上，張德中更希望做個社會企業家，而非純粹的商人。

上市 夢想雖遠，不可輕言放棄

在河南省最近公佈的150家重點後備上市企業當中，農業、食品類企業成為一大亮點。在首發上市重點後備企業當中，河南三色鴿乳業有限公司作為乳製品企業行業代表，在名單當中也頗為引人注目。根據有關規定，入選「河南省首發上市重點後備企業」，將在土地等方面享受多項優惠政策，同時還將獲得政府獎勵。河南省發改委等有關部門在申報工業結構調整資金、現代物流專項資金、農業結構調整資金等各

類政策性資金方面都將給予優先支持。「我們正在積極做各種準備，力爭5年內能夠上市。」張德中坦言，「首發上市重點後備企業」的身份，既是壓力，也是動力。要上市，先打好三大戰役：擴大資產規模，引入戰略投資者，自建終端打品牌。現在公司年生產牛奶4萬噸，資產規模3個億，爭取在下一個10年資產規模超10億，年生產牛奶達到10萬噸。未來兩三年內，河南乳品市場將形成層次比較清晰

的格局，本土品牌在區域市場的強勢地位也將繼續加強。試想，每天早上，河南人在早餐桌旁邊喝着三色鴿的奶，吃着三色鴿的麵包，邊打開電腦看股市，「哦，三色鴿的股票，不是又漲了嗎？」資本力量的介入，必將幫助這只充滿夢想和無限可能性的鴿子飛得更高。

我們完全有理由相信：麵包會有的。牛奶，也會有的。