

老字号新掌门的雄韬大略

## 把德州扒鸡卖到全国去

本报记者 王金强



“双汇能在德州建厂，我们也能在河南建生产线。”他的雄心没有局限在德州，未来10年的发展，他已经锁定目标，以北方市场为依托，向长三角、珠三角辐射，在全国建设更多的生产线，达到50亿元产值以上。目前，他正在筹备公司上市。他就是德州扒鸡集团董事长、德州市政协第十三届常委崔贵海。

## 县域经济

## 占比超八成

本报11月8日讯(记者 张晓琳 通讯员 亓秀玲) 8日，记者从德州市发改委获悉，三季度全市县域经济实现平稳较快发展，县域地区生产总值实现1371.7亿元，增长12.1%，占全市地区生产总值的比重82.54%，比去年全年提高0.06个百分点。

据了解，德州10个县市中，齐河县最高实现183.55亿元，庆云县最低实现87.72亿元。增速最高为武城县16.2%，最低平原县10.7%。县域地方财政收入实现54.9亿元，增长27.06%，占全市财政收入的62.45%，比去年提高7.7个百分点。按照三年倍增第一年的目标任务计算，均已达到75%以上。

## 农副产品

## 注册商标增5件

本报11月8日讯(记者 孙婷婷 通讯员 魏健) 8日，记者从庆云县工商局了解到，庆云县的大叶香菜注册了地理标志之后，价格比市场价高出四、五毛钱，平均一亩地多收入2000元钱。截至目前，庆云县工商局已新发展农副产品注册商标5件。

据介绍，今年以来，庆云县工商局把引导农产品走品牌发展之路作为服务“三农”的一项重要举措，从强宣传、选对象、育龙头三方面入手，积极发展农副产品商标，引导当地农户走上品牌发展致富之路。庆云县工商局通过走访农户、现场咨询以及向农民群众、涉农经济组织、涉农企业发放宣传资料等方式宣传普及商标法律知识，增强农民群众“商标兴农、商标富农”意识。

截至目前，庆云县工商局新发展农副产品注册商标5件，正在培育发展8件，通过发展农副产品商标，促进农民增收100余万元。

对话委员

## 在全国建更多生产线

记者：作为有着300多年历史的百年老字号，德州扒鸡集团是如何擦亮德州这块金字招牌的？请说说你接手扒鸡集团的过程，对德州扒鸡的未来发展，你是怎么规划的？

崔贵海：2008年，我接任集团董事长后，职工有2800多人，其中大学本科以上学历的不超过20个人。我上任的第一件事是跑贷款，跑了一个星期，才跑到第一笔贷款。当时需做的工作很多。

以前的德州扒鸡没有行业统一标准，大家都在拼价格、拼成本，在扒鸡里面塞入萝卜、塞进去鸡架子充数的都有。我对扒鸡生产企业的原料采购、食品添加剂使用、产

品出厂检验、企业生产环境及员工条件等进行监督检查，严把原料入厂、生产过程控制、产品质量追溯和物流储运配送、终端冷链销售等5道质量关口，提高了扒鸡产品质量安全水平，并于今年在质检部门的指导下实施了《扒鸡》行业标准(SB/T10611)。如今德州扒鸡每卖出去一只鸡的利润能到2-3元钱，扒鸡集团的龙头带动，增强了扒鸡的行业自律。

2009年1月5日，“御品1692德州扒鸡”面世，标价198元，人们纷纷质疑，原来只卖一二十元的扒鸡，却卖到198元。但质量和品质的提高，让我们笑到了最后。我们这种鸡

生长期6到8个月，全是散养，全部吃五谷杂粮，市场反应不错。随后，德州牌扒鸡精品1956又乘势面市，并开拓了北京、台湾等市场。

“双汇能在德州建厂，我们也能在河南建生产线。”崔贵海说，与2008年相比，2011年扒鸡集团人均工资涨幅72%，税收5000多万元，增加了五倍。目前，正在建设的德州扒鸡工业园项目，建成后年可实现销售收入20亿元。未来10年内，我们将以北方市场为依托，向长三角、珠三角辐射，在全国建设更多的生产线，达到50亿元产值以上。现在，还在为上市做必要准备。

## 要德州造更要德州创造

记者：作为政协委员，对于企业发展和经济发展，你提过哪些建议？

崔贵海：以前的真空包装扒鸡都是高温产品，保质期6至8个月，甚至一年都坏不了，包括骨头都是酥的，没有口感，和原来大家口口相传的扒鸡美誉度相差太远。

我针对德州扒鸡当时的现状，曾提出了探求德州扒鸡产业链经营的质量保障体系的建议。在源头上，建立起原生态散养十全乌鸡、生态散养鲁蒙笨鸡、散养华北柴鸡等标准化养殖基地，严格执行统一鸡苗，统一饲料，统一防疫，统一回收，统一管理的“五统一”管理

模式。建立起二十多道检验检疫的全流程控制体系。在整个扒鸡加工过程中设置关键控制点，每个关键环节都有经验丰富的品控质检人员严格把关。同时推行全员质量管理，让一线员工都是质检人员。配备先进检测仪器，通过感官验收、微生物和理化检测加强出厂把关，实行动态管理，对于产品实行100%出厂检验，保证出厂产品质量100%合格。

“扒鸡每日送，新鲜每一天”的经营理念，我提出低温冷藏运输，配备进口制冷机组。建立全程冷链配送体系，所有自运车辆都安装全球卫星定

位系统GPS，对在途车辆调度达到实时化操作，保障了产品由储存仓库到全国销售终端的全程冷链。另外，车队每天都要对冷藏车进行清洗，确保运输过程无污染。以连锁店、超市店中店为主渠道，每日为消费者提供正宗、新鲜、绿色的德州牌扒鸡。

“食品企业要有责任和担当，尤其是德州的企业，要德州制造更要德州创造。”崔贵海说，作为扒鸡产业的传承者和领导者，更应该注重品牌传承和创新，今年我写的是关于企业应该树立品牌意识方面的，目前还在调研阶段。



三五句把一个问题说完，对数据能精确到个位数，爬进座驾翻下后排座椅，只为多带几个客人去新厂区参观，采访结束让司机先送客人，而他却钻进厂区看施工进度……会计师出身的崔贵海很执拗，让前来洽谈的南方客人很是赞叹。

崔贵海今年49岁，1999年任山东德州扒鸡集团有限公司副董事长、副总经理、总会计师、党委委员，2008年11月，正式接掌山东德州扒鸡集团有限公司。他是德州市政协第十三届常委，曾荣获山东省富民兴鲁劳动奖章，并因在企业质量管理方面的突出成绩获得2012年山东省省长质量奖。

“在德州，其他任何企业可以做得不好，但德州扒鸡没有任何理由做得不好。”接手不久，他就完成德州扒鸡“精品1956”、“御品1692”的开发提升，从牵头起草的《扒鸡》行业标准(SB/T10611)发布并正式实施，再到筹划上市，这一切，源于崔贵海对振兴德州扒鸡这一老字号的信念的坚持。

委员素描

齐鲁晚报·今日德州



2013年度齐鲁晚报火爆征订中……

全年订阅只需180元

尽享山东第一都市报!

发行站订阅电话：0534-2681791

邮局订阅电话：2105136