



擦亮“老招牌”，董事长玩起直播带货

郑思敏：拥抱新零售，老品牌也可以做到引领市场

2015年，位于山东诸城的得利斯掌门人易主，在德国学成归国的郑思敏从父亲郑和平手中正式接棒，当时的她颇受关注，被媒体称作“新生代企业家”代表。次年，在宏观经济低迷的大背景下，郑思敏的表现没有让人失望，得利斯实现营收15.76亿元，同比增长2%。时光如梭，今年已是郑思敏接棒得利斯的第六个年头，如今，这家企业的营收几近百亿元，并在传承中创新：拥抱互联网、升级工厂、走出去请进来、服务“厨房全周期”……一个升级版的得利斯正在“大步快跑”进入新时代。6月4日，郑思敏接受齐鲁晚报·齐鲁壹点记者专访，回望她接棒得利斯这六年的心路历程。

文/片 齐鲁晚报·齐鲁壹点
记者 马辉 蔚晓贤

感触最深的是“责任”

6月4日，齐鲁晚报·齐鲁壹点记者走进得利斯总部，在一片绿意盎然的草坪的映衬下，得利斯办公大楼蓝黄相间的配色与马赛克的外立面格外有年代感。院内高大茂盛的树木令人印象深刻，这些在得利斯发展之初种下的植物如同忠实的老朋友一样无声地见证着得利斯的成长。

“公司院子里的花草树木，都尊重它们的自然规律在生长。”郑思敏说，去年疫情期间，父亲郑和平带着她和同事们在公司大院里谈到有关企业发展的话题，父亲指着地上的枯枝说，枯死的树枝风一吹自己就掉下来了，活的树枝却会凭借风的考验越来越坚强。这个风就相当于企业的制度，风一吹，那些不合理的行为就现形了。就像管理花草树木一样，郑和平曾给企业定下了十六字箴言：“一般不管，自觉发展；触犯条例，坚决严办。”时至今日，这十六个字依然是得利斯遵循的铁律，得利斯鼓励大家去创新、发展，但前提是触碰底线和规则。在郑思敏看来，父亲不仅是身经百战的企业家，更像一个智者，他总能从日常生活中总结出一些朴素的道理，让大家恍然大悟。

“这六年，我感触最深的就是两个字：责任。我们这一辈人站在父辈的肩上继续前行，体会到企业人的艰辛和不易，更不敢有丝毫的懈怠。”郑思敏告诉记者，她从小就跟随着父亲生活，见证了父辈艰苦奋斗的过程。接班后，父亲也经常耳提面命，分享一些做人做事、做企业的道理。回望接手得利斯的六年，郑思敏觉得从一个企业管理的新手，一步步成长起来，是父辈的谆谆教导和殷殷期盼一直在鼓舞着自己。正因为如此，她认为驱动自己成长最重要的要素就是责任，对创始人团队嘱托的责任、对社会的责任、对村民和员工的责任，这些责任最终转化为她带领企业向前发展的强大动力。

“父亲常说的一句话是，一个人富不是富，大家富了才是富。”郑思敏说，1984年父亲开面粉厂，



郑思敏在接受记者采访。

第一年就挣了28万元，但父亲却分文不取，而是全部投入建立了屠宰冷藏厂。从创业之初到企业发展壮大的三十多年来，他始终想的是怎么带领全村人一起富起来。“因为他挂念着村里的乡亲们太穷了，但凡有一点机会都要去尝试着改善大家的生活，这种使命担当的精神，是值得我们这代人学习的最可贵的品质。”

“得利斯是一个老品牌，身处的赛道是一个传统行业，也是一个群众日常生活不可或缺的产业。传统行业在新的时代面临着很多新的挑战，怎样才能焕发出新的活力，也是我一直在思考的问题。”郑思敏认为，老一代得利斯人身上有很多值得传承的东西，例如不断地创新学习，1989年时的低温肉制品工艺就是从欧洲学来的，这在当时是非常超前的；还有就是艰苦奋斗的精神，得利斯发展到今天，是靠父辈肩挑背扛起家的，现在日子好了，但是勤俭节约的传统不能丢。

从大学校园到企业管理

2016年，得利斯创立整30周年。就是在那一年的周年庆典上，当时38岁的郑思敏正式被

推向前台。

回望当初，郑思敏颇为感慨，从大学校园到企业管理，是截然不同的两个岗位、两种环境。虽然自己从小就在这片土地上长大，但是时隔20年再回到这里，的确有很多不适应。起初刚走上企业的管理岗位，凭借着“初生牛犊不怕虎”的勇气，勇于改革，不断调整，取得了成绩，但因经验不足仍有些遗憾。

“最让我感动的就是公司管理团队以及员工对我的支持，不管我做什么样的决定，他们都是一如既往地支持我。”郑思敏坦言，包括自己的父亲，总是鼓励自己放手去做决定，不要有思想包袱，这是真正的放权，更是一种宝贵的信任。

在郑思敏的带领下，得利斯在机遇和挑战中找寻着新的赛道。近两年，伴随国内市场对牛肉消费的迅速增长，他们快速整合国际资源，投资3亿元，建设年分割100万头肉牛加工以及贸易物流项目。借助得利斯30余年肉制品加工技术，将建成牛肉从生到熟，从多到精的全品类产品体系。“宾得利牛肉项目将打造得利斯牛肉产业生态价值链，使得得利斯在猪、牛两个产业领域并驾

齐驱。”郑思敏告诉记者。

“得利斯还陆续谋划了山东诸城的10万吨肉制品深加工项目、陕西咸阳的200万头生猪屠宰及加工项目、速冻米面加工项目等重大项目，项目总投资8亿元。”郑思敏说，这些项目的上马，一方面可以提升产品品质与生产效率，更重要的就是从产业链角度来确保食品的安全可追溯。在郑思敏看来，安全是企业的立身之本，因此不管是生产安全还是食品安全都是得利斯最关注的重点，也是企业长期健康发展的基础。

学会顺应新需求

前不久，郑思敏在微信朋友圈里寻找懂直播间装修的“圈内好友”，原来她也时常上播带货了。

“很多消费者习惯线上渠道了，我们必须顺应消费者的需求，为他们做好各种服务。得利斯虽然是老品牌，但我们是与时俱进的，甚至是超前的，可以做到引领市场。从专业性来看，我们更懂得根据不同场景下的消费者需求，不断创新产品满足市场。”得利斯产品在京东、天猫、抖音等线上平

台都进行了销售和推广，而郑思敏前段时间也开通了直播账号，以新形式焕新品牌形象，擦亮“老招牌”。

“除了构建多样化的渠道网络，不断提升品牌的市场占有率，产品也必须不断去丰富，满足消费者尤其是年轻群体的生活需求。”郑思敏谈道，得利斯现在重点发展的方向主要是速冻产品和预制菜肴，围绕着火锅、烧烤、早餐等周边场景和快捷生活需要的半成品菜肴等，得利斯始终关注着家庭消费场景和连锁餐饮的需求，这个布局和市场的发展空间都是非常巨大的。如今的速冻食品品种丰富，口感还原度非常好，更重要的是解决家庭与连锁餐厅的时间成本，可以节省大量的人力物力，是下一步消费的主流方向。

“我们给自己的定位是国民餐桌美食家，就是围绕着餐桌做全场景产品体系的一个概念。”郑思敏说，这些产品都已经做到了十分细分，比如年轻人喜爱的网红产品就是我们研发推广的目标，在尊重传统的同时，做适合现代人需要的食品，从风味到口感，从外观到营养，力求完美。“总之，从一日三餐到休闲旅游的各种场景，都会有对得利斯产品的强烈需求。”

“我们现在不愁产品不创新，因为我们的很多研发人员中有很多的‘90后’，他们经常会推出一些让人意想不到的产品。”郑思敏举例说，得利斯有一款麻辣小龙虾香肠，就是在爆品麻辣小龙虾的基础上创新而成的，一经推出便赢得了广大消费者的欢迎。

有了新产品，也就有了新零售的玩法。“直播，主要是一种与消费者的互动和品牌推广，玩法完全变了，包括这些香肠用什么渠道卖，如何用抖音带动流量，新的产品用什么推广模式来销售，在新的消费环境下，这些改变和创新都值得我们去进行尝试。”

“只要坚守主业，坚守品质，坚守初心，脚踏实地，一步步往前走，我们相信这份事业一定会得到传承和发展。事实上，百年企业的招牌比百亿营收更金贵。”得利斯正是一直坚守在深耕现代农业这条主线上，带领着一代代得利斯人为农业产业化的发展和乡村振兴贡献着一份力量。

因主动巡航控制系统问题，车辆可能突然加速 特斯拉召回28万辆电动汽车

本报讯 据国家市场监督管理总局网站消息，日前，特斯拉汽车(北京)有限公司、特斯拉(上海)有限公司召回部分进口和国产Model 3、国产Model Y电动汽车。

消息指出，日前，特斯拉汽车(北京)有限公司、特斯拉(上海)有限公司根据《缺陷汽车产品召回管理条例》和《缺陷汽车产品召回管理条例实施办法》的要求，向国家市场监督管理总局备案了召

回计划，决定自即日起召回以下车辆。一是特斯拉汽车(北京)有限公司召回2019年1月12日至2019年11月27日期间生产的部分进口Model 3电动汽车，共计35665辆。二是特斯拉(上海)有限公司召回2019年12月19日至2021年6月7日期间生产的部分国产Model 3电动汽车，共计211256辆；2021年1月1日至2021年6月7日期间生产的部分国产Model Y

电动汽车，共计38599辆。

据悉，本次召回范围内的车辆由于主动巡航控制系统问题，易造成驾驶员在以下情形误激活主动巡航功能：当车辆处于D挡，驾驶员再次拨动右侧控制杆试图切换挡位时；在车辆急转弯，驾驶员误触碰并拨动右侧控制杆时等。主动巡航控制被误激活后，如果车辆设置的巡航速度不是当前车速，且当前车速低于设定速度时，车辆会加

速到设定速度，出现车辆速度突增情形，会影响驾驶员的预期并导致车辆操控失误，极端情况下可能导致车辆发生碰撞，存在安全隐患。

特斯拉汽车(北京)有限公司、特斯拉(上海)有限公司将通过汽车远程升级(OTA)技术为召回范围内的车辆免费升级主动巡航控制软件，用户无需到店即可完成软件升级；对于无法通过汽车远程升级(OTA)技术实施

召回的车辆，特斯拉汽车(北京)有限公司、特斯拉(上海)有限公司将通过特斯拉服务中心联系相关用户，为车辆免费升级主动巡航控制软件，以消除安全隐患。

本次召回活动是在国家市场监督管理总局启动缺陷调查情况下开展的。受调查影响，特斯拉汽车(北京)有限公司、特斯拉(上海)有限公司决定采取召回措施，消除安全隐患。 据中新社