

台州商人草原上演“芝麻开门”

□ 王 晏 田天柏

“地底下,埋着 56 亿元的财富。”越野车奔驰了近一个小时。从县城到矿山,一路是一望无际的草原。当我们站在一座低矮、貌不惊人的小山坡前,莫剑设略带神秘地告诉了记者这下面埋藏着“阿里巴巴宝藏”的秘密。

莫剑设是内蒙古呼和浩特台州商会会长、内蒙古中星矿业集团公司董事长。

这是莫剑设和其他两位合伙人一起拥有的莹石矿,位于内蒙古草原。从探明的储量看,这座貌不惊人的矿山居然埋藏着价值 56 亿元的财富。而且这仅仅是按照莹石目前的价格估算。在能源紧张的今天,开采出来的矿石价值可能远远不止这个数字。

不仅是莫剑设他们,在内蒙古草原,如今活跃着众多开矿的台州商人。在当前全国能源紧缺的背景下,有着独特市场眼光的台州商人正酝酿着新一轮的矿产投资风暴,他们的触角已在铁矿、煤矿、铜矿、锌矿等领域伸展开来。

台州商人似乎已掌握了开启宝藏的“古咒语”。除了在开矿上,他们涉足的其他行业也在当地卷起了阵阵风暴。像呼和浩特台州商会正在筹划中的呼和浩特五金机电城,不但吸引了其他商人,而且还引起当地政府的兴趣。

财富向在外经商的台州人走来。一句“芝麻开门”,显示出台州人在困境中掌控了主动权,在危机重重中酿造希望。

开启“阿里巴巴宝藏”大门

经过考察,莫剑设把投资矿产的大本营设在了内蒙古乌兰察布市商都县。

这是一颗“塞外明珠”。商都,在满语中是“水漩”之意,纵贯全境的不冻河水清流急湍,回旋成纹,故得其名。



在一座低矮的小山坡前,莫剑设略带神秘地告诉了记者这下面埋藏着“阿里巴巴宝藏”的秘密。

清乾隆时,商都是张家口通往乌兰巴托的第七个驿站,是塞北重要的商贸集散地。现在,商都是连接河北、山西,经由塞外高原通往东北和京津地区的重要交通枢纽。

商都的有名,不仅仅在于其重要的地理位置。还因为它地底下埋藏着巨大的矿石资源。

在商都县,主管矿山的副县长刘建军告诉记者,商都县目前探明的矿产资源有 18 种,不但品种多,而且储量丰富、品质好。除了铅、锌、磁铁、莹石外,最近几年还发现了储量丰富的铁、金、银等矿藏,以及二氧化碳气体等。

从 2004 年开始,涌入商都县“淘金”的人骤然增多。北京、宁夏、福建……仿佛一夜之间,全国各地的商人都嗅到了这里的宝藏气息。

莫剑设是最早来到商都的“淘宝”人之一。这位在生意场上摸爬滚打多年的商人,对政府的相关政策非常敏感。当 2005 年年初政府的“非公经济

36 条”明确传达出民企可以进入能源产业的信号时,在商场搏杀多年的莫剑设就觉察到这颗“塞外明珠”所蕴含的商机。2005 年 7 月来到这里后,短短 3 年时间,他一口气“吃”下了 5 个矿。仅今年刚拿下的莹石矿,他就投资了将近 1 个亿。

“商都县地下都是钱。”用莫剑设的话来说,他所需要做的,就是把这些钱从山中挖出来而已。莫剑设所开采的莹石矿是不可再生的稀有矿种,品质达 90% 以上的矿石,每吨卖到了 1700 元以上。目前,亚洲莹石矿探明储量最大的矿在内蒙古四王子旗,那里的地下,有着 300-500 万吨左右的储量。

到底有多少人在内蒙古圈矿投资?没有具体的数据统计,但据圈内人士初步估算,外出投资矿产的台州人不下 5000 人。其中大多是天台、温岭一带的人,这还不包括那些不用出门的小额投资者。只要手头有闲钱的,不管是普通市民还是生意人,都会通过各种途径参与投资矿产。莫剑设说,不仅投资者的网络组织越大,整个投资规模也在进一步扩张。他们的眼光并不仅仅局限在内蒙古,也不仅仅局限在煤矿。目前,台州矿藏投资团已在贵州、陕西、湖北等地撒开了巨大的开采网络。

莫剑设说,最早来到内蒙古投资矿产的是台州人。从 2000 年开始,台州人就在内蒙古各地开发矿产,据初步统计,他们在内蒙古开矿的投资超过了 100 多亿元。

开矿,风险与机遇同在

“矿山资源是丰富的,但同时,开矿也是极具风险的。”莫剑设用了形象的比喻说明了开矿潜在的商机与风险:开矿是高回报的,但也是高风险的,开矿就是一个充满了刺激的财富游戏。

主要的风险是什么?莫剑设告诉记者,开矿的主要风险在于“一个人

干”。在这些嗅觉灵敏且深谙赚钱之道的台州人看来,投资矿藏并不担心销路,而在于投资。莫剑设说,开矿是一个非常复杂的过程,而且也是一个投资大、风险也大的工程。这么大的投资项目,光靠一个人的资金,是成问题的。

事实上,和莫剑设一样,台州投资者初涉矿产资源行业都带着懵懂。但是,这种懵懂没过多久便烟消云散。因为当地很多人都纷纷结伴到那里实地考察。原先的大股东分开后,带出一批批小股东,到那里投资的人便越来越多。

敢冒风险的台州人,往往一有市场信息,就闻风而动,打听到当地有项目,往往连夜召集人马筹集资金,一群人就兜着资金赶去了。这条路子只有具备一定的资金优势才有可能实现。“现在,有好的项目,还得再有足够的钱。”莫剑设如是说。

开矿是一个复杂的过程。往往一个矿山从投资到开采要有两三年的流程。首先要对初步探明储量的矿山进行地质构造、形成年代的专业勘探,形成资源储量报告。其间,安监、公安、环保、水文、水利等部门还要进行安全等方面的评估。然后才能取得采矿权证、勘探权证。莫剑设说,只有合作,才能更好地规避风险。

“只要有项目,干得动,矿产这行我会一直经营下去。”虽然刚刚入行,但黄岩人马可志毫不掩饰自己的宏伟计划。尽管困难重重,但他对开矿的前景十分看好。前两年,煤炭吃紧,中小煤矿就得了市场的宠;铜吃紧,铜矿市场就活了起来。“市场需求是一直存在的,投资的机会就在这里。”莫剑设说。

抱团,五金机电行业吹响“集结号”

除了稀有金属的勘探开发与加工为主的资源开发产业,呼和浩特台州商会目前还形成了以机电产品为主的商贸流通产业。这个产业,近期将在呼和浩特做出一个“大动作”来。

谈合作,“比如当地第一大的开发商,我们已经有初步的意向,还有些细则需要进一步洽谈。”

抱团一向是温州人的拿手好戏,采用抱团的方式拿个“批发价”也是浙江商人在投资楼市时惯用的一招。但迪拜的开发商是否买温商的账,现在还不得而知。

在此之前,一位有意想去迪拜投资的温州商人透露,能在哈利法塔买下一个办公楼是不错的投资,“告诉别人总部在世界第一高楼,本身就是最好的营销方式。”

陈志远透露,为了更方便去投资迪拜地产,9 位比较有意向的温商组建了迪拜温商投资集团,主营方向为购买当地地产和介入外贸产业。

1949 年以来的 60 年间,茅台见证着新中国政治、外交、经济、社会生活中的一系列重大历史事件,发挥了无可替代的政治酒、外交酒、文化酒、军营壮行酒和庆功酒等重要作用,以国酒之尊备受国人推崇。

跨入 21 世纪,茅台开创性地在中国白酒行业倡导“绿色、有机、自然、健康”的文明消费,从容化解发展进程中的各种挑战和危机,坚忍不拔,引领着中国白酒发展的主流……

“一部新中国的历史,如果缺少了茅台酒,就少了一种味道……”这个比喻,传递出物质文明与精神文明水乳交融的浪漫意韵。

可以说,茅台文化是一代又一代国酒人的物质实践、精神实践相互发酵、升华、积淀的结果;也是茅台酒悠久的历史、独特的酿造工艺、天赐的酿造环境,以及在国家生活中扮演的特殊角色等文化因子糅合而成的“综合体”。

在历史的肩膀上瞻望未来,国酒人由自然而自觉,进一步推动了“文化扬企”的实践。1998 年以来,茅台高度

呼和浩特台州商会在全国各地的异地台州商会中是最年轻的一个。去年 6 月 2 日,在原内蒙古台州商会撤销后,重新启动筹建了呼和浩特台州商会。这个年轻的商会一成立,立即发挥台州商人从事机电贸易的优势,着手开始投资 5 亿元建立内蒙古最大的机电商品贸易城。

在呼和浩特,有一条民族风情浓郁的伊斯兰风情街。但与这条街格格不入的是,风情街上居然汇集了上千家五金机电销售商户。

自治区成立 60 周年大庆后,呼和浩特市通道街经过景观装修,一下子变了样,成了旅游文化景观丰富的伊斯兰风情街。但一入夜,到这里来的游客就会发现这么一个怪现象:风情街灯火通明,民族风情浓郁,非常漂亮。但家家户户的商铺却都“铁将军”把门。仔细一看,这些商铺是与旅游风马牛不相及的五金机电店,想吃饭购物的游客只得乘兴而来败兴而归。

风情街上五金机电店遍布固然尴尬,反过来,风情街白天的货车交通管制与停车位紧缺、高租金、仓库短缺等因素也同样制约着五金机电产业的发展。

台州商人在这里感觉到了商机。莫剑设说,随着呼和浩特能源、制造和房地产等产业的飞速发展,作为这些行业发展基础的五金机电行业必然有着广阔的市场与商机。

而与此同时,政府搬迁五金机电店的决心也越来越大。新一轮的城市格局和商业业态分布随着呼和浩特城市的发展与扩张,已初见端倪。

面对这样的机遇,发展专业性强、高品质、有竞争力的机电专业市场成为台州商人的共识。莫剑设告诉记者,目前机电市场的蓝图已勾画好,投资 5 亿元的市场建成后将容纳风情街上的所有五金机电经营户,并拥有展览、交易、信息服务、仓储物流、商务配套、生产加工等六大功能,市场的建成,将为呼和浩特产业的发展注入新鲜的活力。

“这 9 位全部是温州人,在不同的地方发展,其中的一位发起人是金华温州商会会长。”陈志远说,大家定好的规则是“同进退”,看发展需要多少钱再往下投资,据了解,这里面好几位都是不同地区的温州商会会长,调集资金的能力相当强。“除了哈利法塔,商铺也是重点投资之一。”陈志远表示。商铺投资是陈志远在迪拜的发家项目,他目前在迪拜拥有中国商品城、中国轻工城、中国志远鞋城。

虽然温商对迪拜的投资热情再次高涨,但值得注意的是,1 月 8 日,浙商资本投资促进会在“2010 浙商投资(中国)最佳城市评选”中首次设立了“2010 年浙商投资高危区域”,迪拜赫然在列。

温州商人春节迪拜行空手而归

□ 李 娟

在别人贪婪的时候能否保持冷静?温州人想抄底“迪拜”楼市果然很“冷静”,今年春节期间两拨温州商人启动“迪拜之行”,而他们都按兵不动,空手而归。

记者了解到,尽管空手而归,但不少对迪拜楼市有想法的温州商人已经有了“更详细”的想法。

不仅如此,年后第一拨温州看房团也将启动“迪拜行”,“大概 3 月 20 日启程,和之前去的温州人差不多,各个行业的企业家都有。”温州中小企业

协会会长周德文向记者透露,此次迪拜行的人数在 20 人左右。

“没有买成的最大原因在于房价太高,换言之,还没有到我们的心理价位。”阿联酋温州商会会长陈志远透露,年前,大概 12 位温商组成考察团去了迪拜,当然,他们的重点是考察哈利法塔中的住宅、写字楼等物业。

1 月 4 日,举世瞩目的哈利法塔(迪拜塔)正式落成,亚洲商务卫视董事长王伟胜表示,想去迪拜投资的大部分都是温州商人,最想去视察的项目就是哈利法塔。

在此之前,这个世界第一高楼的

价格也跌宕起伏,“现在均价是 7 万元一平方米,2004 年刚开始期房是 58 万元一平方米,到 2008 年上半年是 14 万元一平方米,最贵的 20 万元一平方米。”迪拜中国城房地产交易中心营销总裁胡卫东说。

其中最贵的就是阿玛尼公寓,很多人在这里投资房地产严重亏本,这些人中还包括很多世界体育界和娱乐界的超级明星。

但这一价格还是让许多温商止步,“最快的话,我们会在两天后重新启动迪拜之行。”陈志远透露,现在已经和迪拜当地几家著名的开发商开始

文明以止 化成天下

——国酒茅台文化理念解析笔记(1)

□ 罗仕湘 郭孝谋

国酒茅台连续 10 年跨越发展,创造出引人关注的“茅台现象”、“茅台奇迹”。纵观种种评析,虽不乏真知灼见,却也不难发现,某些认识仍未由表及里、触及本质。这对于准确把握中国企业发展的内在规律,不能不说是一种缺憾。

10 多年前,受非理性市场认知驱动,一些白酒企业大发“酒疯”,争先以“OEM”(贴牌)等模式扩张规模,最终付出沉重代价。我们无意以此作为国酒茅台持续又好又快发展的反衬,但再回首,事实确乎如此明晰:当同行的冒进一度严峻挑战茅台的生存与发展时,国酒人并未跟风逐浪,而是临危不乱,坚持走质量效益型发展道路。10 多年来,泡沫纷飞而去,茅台则以坚韧的发展信念、稳健的发展战略、创新的发展举措,赢得了发展机遇、巩固了国酒地位。

人类社会的发展一再证明:文化,是推进经济持续增长的核心要素和原动力,是决定市场主体能否赢得竞争

的软实力。一家企业、一个品牌的影响力,绝不能仅仅依靠某种“自我”的企业发展意识的外在张扬。只有当企业的物质生产、精神生产、社会关系生产、行为生产过程,真正纳入了文化范畴并转化为全体员工的文明意识,企业才有可能形成正确的价值判断,获得巨大的组织力、决策力、凝聚力、营销力和扩张力,并转化成为现实生产力和核心竞争力,保障其在竞争中立于不败。

今天,仰望“百亿茅台”大厦,恐怕无人质疑,“茅台文化”在这座大厦拔地而起的过程中的基础作用;相信,人们也会认同:一个企业的短期经济增长,可以运用经济逻辑来解释,而长期增长的成因,则必须以文化逻辑加以分析。换言之,如果说我们透视“茅台现象”得到了什么启示,那就是:文化,乃是企业不断前行的关键因素。

历史,犹如一个个横断面,独自呈现而又经络互联。把目光投向更为纵深的

过去,可以真切触摸到,茅台酒走过漫长历程,延绵不绝、日益发扬光大

的背后,那积淀至深的雄厚文化张力。两千多年前,茅台酒前身、原生态的“枸酱酒”即进入汉代主流社会生活视野,名垂《史记》,写就中华酿造文明华彩一章。“止物不以威武,而以礼乐教化”,穿越时空,茅台一路走过的,其实就是一个继承和弘扬中华民族自强不息、厚德载物人文精神,不断挑战自我、完善自我、超越自我的“文化过程”。茅台的步履间,始终贯穿了一条注重人本精神、尊崇自然法则、遵循客观规律的人文精神主线,因而也就具有了能够适应内外条件变化、兼容并吸收各种不同文明元素以不断丰富和发展自己的顽强生命力、延续力、凝聚力、扩张力——

清代,茅台就有“盐登赤隄河,酒冠黔人国”的发展辉煌;1915 年巴拿马万国博览会,茅台“怒掷酒瓶震国威,香惊四座夺金奖”,一举跻身“世界三大名酒”,成为中华民族工商业率先进走向世界杰出代表;1935 年,茅台施展自身独特品质和文化魅力,与长征途中的中国工农红军结下旷世奇缘。

重视在物质文化、精神文化、制度文化、行为文化等四个层面抓好企业文化建设。第一阶段,表现为延续传统、尊重积淀的“继承”;第二阶段,表现为实施扬弃战略的“创新”;第三阶段,表现为精心构架理念体系的“规范”;第四阶段,表现为致力“转化”,即促进文化力转化成为现实生产力,最大化地释放企业核心竞争力。

以推出“国酒对您说”、“国酒茅台十三问”、“国酒茅台品鉴”、“百年茅台,百年诚信”等系列茅台历史文化解读为起点,进而唱响“酒业发展辩证法”、“迎接文化酒业的春天”和“国酒茅台,酿造高品位的生活”的文化消费主旋律,及至确立“绿色茅台、人文茅台、科技茅台”的发展战略……茅台的一系列理性文化创新,被业内外刮目相看,评价为代表中国酒文化发展方向的“神来之笔”,持续催化着企业经济增长的“裂变效应”。

国酒人所构建的鲜明区别于其他企业的文化理念,紧扣现代社会文明的脉动,揭示了一个历史发展逻辑——“文明以止,化成天下”。

经济与法

协办单位:成都市青羊区人民法院

是承包还是联营 应以合同约定为准

近日,成都市青羊区法院审结一起经营合同纠纷案,认定双方当事人之间原有的联营关系终止,仅存在承包关系,判决驳回原告分割联营利润的诉讼请求。

2005 年 10 月,某仪表厂与林某、李某签订《合作协议》,约定以仪表厂部分闲置设备及财产,确认 50 万元作为仪表厂的原始股份,向林某、李某各转让 33% 的股份,林、李各支付给仪表厂现金 16.5 万元。三方各派一人参与企业的经营管理,红利按持股比例分配,如出现亏损,按持股比例承担责任。协议签订后,李某未实际出资参与经营。林某出资 15 万元,作为负责人实际管理经营企业,与仪表厂形成联营关系。

2006 年 7 月,林某与仪表厂签订《企业生产承包及股转债合同》,约定 2005 年 10 月签订的三方协议由于李某中途退出,股份未作修改,仪表厂同意林某在不增加股份的情况下分红比例增至 40%,原协议在本合同生效之日自动失效。双方确认林某承包仪表厂的股转债总计 72 万元,其中三年分红 27 万元,不变股本 45 万元。

2007 年 1 月,林某与仪表厂就《企业生产承包及股转债合同》签订《补充协议》,约定将原合同相关内容变更为,林某在 3 年内向仪表厂支付承包费 72 万元。截至 2008 年 12 月 31 日,林某向仪表厂支付承包费 56 万元。

林某诉至法院,主张其作为联营投资方,对承包费依法享有利润分配权,请求判令仪表厂支付利润分配款 224 万元。

仪表厂辩称双方为期 10 个月联营期间的利润为 16.5 万元,未进行实际分配。按前期双方的实际股份比例,林某本应分得 30%,但考虑到其为实际管理人,故将其分红比例增加至 40%,应分得 6.5 万元。仪表厂应分得 60%即 10 万元,该 10 万元加上仪表厂的 35 万元股本,此即“不变股本 45 万元”。林某所谓的“联营”早在 2006 年 7 月即告终止,林某所交纳的仅为承包费,而非联营利润,请求驳回其诉讼请求。

法院认为,双方当事人争议的焦点为,双方之间是仅存在承包关系,还是既存在承包关系又存在承包关系下的联营关系。林某、李某与仪表厂在 2005 年 10 月签订《合作协议》,该协议中的一方李某未履行协议,林某仅出资 15 万元,仪表厂出资 35 万元,该 10 个月双方之间形成联营关系。林某与仪表厂于 2006 年 7 月签订《企业生产承包及股转债合同》后双方之间的联营关系终止,形成承包关系,该合同约定了承包费缴纳的金额和方式。在之后双方签订的《补充协议》中,又进一步明确了承包关系。林某关于其与仪表厂之间既存在承包关系又存在承包关系下的联营关系,其应分得联营利润 224 万元的主张不能成立,判决驳回其诉讼请求。

上述案例中涉及到的联营是指两个或两个以上主体共同出资、共同经营、共担风险、共享效益的一种经营方式;承包则是指发包人将企业交给承包人自主经营自负盈亏,承包人向发包人缴纳一定数额承包费的一种经营方式。联营和承包概念不同,当事人的权利义务不同,承担的法律后果更是大相径庭。企业在进行横向经济联合时,一定要弄清联营和承包的异同,寻求最适合自己的合作方式,并以严谨准确的合同将各方的权利义务固定下来。否则极易发生纠纷,处理不当难免两败俱伤。

(青法 朱新潮 梁琼)