

从最早在义乌小百货市场搭摊卖帽到如今成为义乌篁园市场的帽子经销“大佬”之一,李建国用了 19 年时间。

李建国:“帽子戏法”演绎创富传奇

□ 陈国炎

在义乌这个世界小商品的海洋里,任何一样商品都可能蕴藏一个财富故事,拿几元、几十元一顶的帽子来说,台州商人李建国就用它演绎了一段创富神奇。

李建国是义乌台州商会的常务副会长,又是义乌市帽业行业协会的副会长。从最早在义乌小百货市场搭摊卖帽到如今成为义乌篁园市场的帽子经销“大佬”之一,李建国用了 19 年时间。如今,他的帽子几乎搜罗了国内绝大多数品牌,销路遍布全球 50 多个国家和地区。他的红枫林针织品商行在义乌市场近 800 家帽子经销商中鼎鼎有名。

创业起家

今年 51 岁的李建国是黄岩区院桥镇山北村人。22 年前,他在老家办了个做鞋帽的手工作坊,常常白天晚上赶制鞋帽,第二天凌晨运到路桥市场卖,只要做得快,销得也快。当时的路桥市场十分兴旺,常常有义乌人赶来进货,李建国的鞋帽生意就这样慢慢红火起来。

可是,这样的状况在第 3 年发生了改变。市场传统交易方式的弊端日益显现。经销商不守信用,欠账赖账的情况十分普遍,因为卖出的鞋帽收不回钱,李建国的生产遭遇了危机。一段时间里,他停工讨债,并一路讨到了义乌。

李建国第一次到义乌是 1989 年。当时义乌第三代小百货市场刚刚兴起,各种商品的销售形势很好,在一位朋友的建议下,李建国决定到义乌市场经商,经销鞋帽。当年,李建国便携带妻儿,揣着 3 年积累的三万两元钱来到义乌,在义乌小百货市场免费加搭了一个一米见方的摊位开始了经销帽

子的生意。

创业初的艰辛一直深深留在李建国的记忆里。因为自己不生产鞋帽,李建国立足的第一件要解决的事就是打开进货的渠道。当时,路桥市场是鞋帽销售的集散地,李建国于是选择回老家进货。早年从路桥到义乌交通十分不便,李建国进的货总是搭别人的空车过来,辗转嵊州或金华再到义乌,一路下来,不仅辛苦,而且大大增加了运输成本,有时甚至会遇到突发的风险。李建国印象深刻的一次是 1990 年货款被偷的事。那次,他搭车到路桥,在停车场休息时,身上的上万元货款被偷,结果空手而归,元气大伤。

建立渠道

对于一个成功的商人,仅仅能吃苦、守信还是不够的,李建国身上还有一种生意人的精明。从路桥进货,货源虽然不是问题,但经营成本增加了。路桥市场当时已形成买全国卖全国的格局,经销商往往从别的地方进货,再卖给下一家经销商,李建国最多不过是二级经销商。“必须直接找厂家进货,做一级经销商。”他这样想,便这样做。

从 1991 年到 1993 年,李建国跑遍了大江南北,主动寻找生产鞋帽的大厂家。最后在广州、江西、福建、江苏以及天津白沟、河南洛阳等地成功联系了几家厂商。只要李建国义乌这边要货,那边就能把货直接送过来。就这样,李建国的进货渠道开始慢慢建立。

与此同时,李建国又遇到了另外一件好事。1992 年,李建国幸运地分到了篁园市场的一个摊位,当时义乌市为了鼓励发展市场,只收租金,把摊位的产权划给了经营户。李建国真正有了自己的商铺。

随着义乌市场的迅速崛起,已成功打开进货渠道的李建国就像插上了腾飞的翅膀,生意如日中天。很快,他

成了篁园市场里“买全国、卖全国”的帽子经销大户。

但是,到上个世纪末期,国内市场普遍萎缩,李建国的帽子生意渐渐清淡下去,早年和李建国一样一起从台州到义乌做服装生意的老乡纷纷转行,一时间,篁园市场卖服装的台州人少了七成。

“服装销售那时已十分饱和,受季节因素影响大,相比之下,我的帽子生意影响相对小些。”李建国说,如果没有后来外贸销路的打开,他的帽子生意也肯定做不长了。

做起外销

2000 年,李建国做成了第一笔外贸生意。那一次,一位韩国的老板逛到李建国的摊位前,说是要帮他的墨西哥朋友订一批帽子。刚开始的时候,李建国还有些将信将疑,后来老外还真的签了订单,第一批 20 多万元的货居然有惊无险地发了出去。

第一次外销让李建国尝到了甜头。之后,他与这位老客户建立了真诚的合作关系,依靠这位客户,李建国的国外客户越来越多。如今,李建国的生意已经做到各大洲,包括墨西哥、阿联酋、巴基斯坦、俄罗斯、意大利在内的 50 多个国家和地区,长期合作的国外客户有几百个,他的帽子 90% 以上销往国外。

外销渠道的打开,使李建国在行业内的名气大增。他再也不用亲自跑到全国各地寻找进货渠道,很多厂家都是慕名而来,纷纷找他做义乌的总经销商。现在常年为李建国供货的国内厂商多达 100 多家,绝大多数厂家甚至将他这里作为窗口,只要新品一出来,就会第一时间把样品邮寄过来,请李建国拿主意。李建国一时间成了国内许多帽子厂家的香饽饽。



新闻链接
李建国其人:
李建国成了现代的生意人。市场里的商铺成了李建国展示商品的地方,国外顾客在那里看样下单,他便可以通过网络或电话第一时间把货发过来,通过外贸公司把货发到国外客户手中。2002 年,他扩大了展示规模,将 1997 年买下的篁园路专业街的一套房子改成更大的展示厅,里面样品琳琅满目。
在如今的义乌篁园市场,李建国这些年来“以亲带亲”,已经从老家台州带出 60 多人和他一样做起了帽子生意。“只要坐在家里,就能轻松赚钱。”这大概能形容李建国在义乌的一种生活状态,不过这个“大佬”级的帽子商人眼光却始终瞄向全球。

安徽开创行业商会新局面

去年以来,安徽着力加强服务,规范管理,努力开创行业商会工作新局面,其中一年来,安徽福建商会共促成闽籍企业在皖投资项目签约 48 个,总投资达 148 亿元。

目前,安徽省工商联目前直属行业商会、异地商会共 24 个,在筹 4 个。去年一年来,安徽各个行业商会积极与全国各地的同业接触在推动区域经济合作、推进安徽全省招商引资,承接东部地区产业转移上取得了突出的成

绩。

安徽行业商会在调查研究、参政议政方面发挥了积极作用。去年一年来,安徽省联直属各个行业商会注重调查研究,积极向有关部门就行业发展的热点、难点问题提出意见和建议。安徽航运商会就本行业乱收费问题开展调研,写出调查报告,上报省直有关部门;安徽电线电缆商会就本地产品加入供电系统采购目录提出建议;安徽印刷包装业商会对皖北地区印刷业

发展情况开展调研。

安徽行业商会还在加强行业自律、维护市场秩序方面发挥积极作用。安徽各行业协会注意进行行业自律,维护行业公平竞争,引导企业健康发展。如安徽轴承商会与质量监督部门合作,开展质量管理培训班,引导会员企业不产假、不销假,并配合对会员企业轴承产品进行抽检,不合格要求限期整改。安徽电线电缆商会还起草制定了安徽省电线电缆行业行规行约,

引导、鼓励会员企业创名优产品。安徽钢构商会组织会员企业就《小高层的钢构建筑体会开发研究》课题进行专项研讨等。

安徽行业商会还在服务会员、维护会员合法权益方面发挥积极作用。去年安徽家纺商会承办“2009 中国中部家用纺织品博览会”,邀请国内知名专家为会员企业做行业发展形势报告。安徽电动车商会召开首届安徽电动车行业发展高峰论坛,并邀请中科院院士何祚庥、全国电动车行业首席专家马贵龙到会。

安徽行业商会同时在整合资源,

提升行业竞争力方面发挥积极作用。安徽服装商会和合肥新站开发区合作,打造合肥服饰新站一条街,使安徽服装行业在全国有了一定知名度,使安徽逐渐形成了服装加工基地。安徽汽车经销商商会与全联汽车经销商商会合作,在黄山“2009 年中国车商经济论坛”,邀请全国知名行业专家解读中国经济的走向,研判中国汽车行业发展的趋势。安徽航运商会还与上海市船东协会签订战略合作协议,推动安徽省航运企业与沿海海运的对接,促进企业做强做大。

(新 生)

务本兴业 持续成长 ——国酒茅台文化理念解析笔记(10)

□ 罗仕湘 郭孝谋

国酒茅台的文化理念体系导向着企业的科学发展,而在这一体系里,贯穿了一条战略思想主线、一个领导决策理念:务本兴业,持续成长;理性扩张,统筹发展;稳健经营,好中求快。

“君子务本,本立而道生”,《论语》的这句话,被国酒茅台引用并赋予特定内涵,表明了一个发展观点:企业是贯彻实施国家经济社会发展战略的重要“落脚点”,而企业家则是保证企业行为沿着正确方向前进的执行人。企业及其领导者能否心无旁骛地“务本兴业”,在根本上决定着企业的发展速度和发展质量。

在中国白酒行业,恐怕没有哪家企业在发展进程中遇到的困难和挑战比国酒茅台更大!有专家评说,茅台得天独厚的酿造环境资源及基于此形成的独树一帜的酿造工艺,如同一把锋利的“双刃剑”,既能保证茅台的质量和风格在中国白酒五大香型流派中

“独领风骚”,却又导致茅台难以与其他香型白酒在数量上“平分秋色”,也难以像其他白酒企业那样走规模扩张的发展道路。

到过茅台镇的人都知道,这里地处川黔两省交界的赤水河畔,山高路远,交通不便,信息闭塞,加之地形狭窄,历史形成茅台酒厂区域与当地民房犬牙交错,可谓“寸土寸金”,每扩大 1000 吨茅台酒年产能,仅建造酒库一项投资就要 3 亿多元,投资额相当于其他企业扩大产能实际投入的 20 倍左右。

另一方面,由于茅台酒酿造工艺非常特殊,生产周期很长,企业要扩大产能,从开始基本建设到投产见效,少说也得七八年。在中国白酒供大于求、市场态势瞬息万变的格局下,无疑给茅台的发展决策带来了更多不确定因素。

有经济学家指出,要判断一个企业是不是成熟,首先要观察它在过去两到三次经济危机或行业危机中的表现,看它是怎样度过成长期中必定会遭遇的

增长陷阱和危机的。过去 10 余年间,国酒茅台相继经历了亚洲金融风暴、山西朔州假酒案引发的行业危机,以及当前仍在蔓延的国际金融海啸的严峻考验,每一次,都表现出超常的、坚忍不拔的思想定力和行为定力,不但成功转危为安,而且化危为机,将企业推上了一个全新的平台和境界。

国酒茅台之所以能不断抵御风险、化解发展中遇到的各种新问题、新矛盾,并获得能力的提升,最基本的经验是:无论企业是处于顺境还是逆境,都处变而不惊、居安而思危,坚持以全面协调可持续发展的科学发展为目标,坚持与时俱进、解放思想,使自己能够始终冲出传统思维定势的“窠臼”,科学判断企业所处的历史方位,进而充分认识、准确把握企业发展系统各要素间相互依存、相互制约、相互促进的关系,积极推动企业改革不断深化和企业创新持续展开。

其中,核心在于辩证处理好“理性扩张,统筹发展;稳健经营,好中求快”这“四大关系”。

所谓“理性扩张”,是说:依照“确保做好酒的文章,成功不限酒的天地”的战略定位,谋求科学、稳定、可持续发展。在进行多元化经营、拓展新事

业之前,审慎搞好可行性分析,积极借助内部和外部的各种智力资源,坚持以“拥有足够的行业吸引力,能够获取足够的财力资源、人力资源和物质资源,企业管控能力足以掌控新的业务”作为标准,做出投资与否的科学衡量和决策。而不好大喜功,脱离企业“根本”盲目扩张,打无把握之仗。

所谓“统筹发展”,是指:统筹母公司与子公司的共同发展;统筹酒业与非酒业、白酒与其他酒类、酱香型白酒与其他香型白酒、茅台酒与系列酒的平衡发展;统筹国内市场与国外市场的同步发展;统筹投入与产出的科学关系,确保可持续发展;统筹企业与供应商、经销商的利益关系,实现“资源共享、市场共建,利益共赢”。

所谓“稳健经营,好中求快”,就是:辩证处理好“快”与“好”的关系,坚持“好字当头,能快则快”。辩证处理发展生产与加强科研的辩证关系,坚持以国家级的茅台酒技术中心为依托,致力于搞好茅台酒健康特性、酿造微生物体系、食品安全体系中的关键技术、白酒风味物质和有机原料种植技术等领域的研究。辩证处理长期利益与短期效益的关系,坚决克服“物本发展”思想,确立“人本发展”观念,彻底

走出“急功近利”发展误区。辩证处理主营业务与多种经营的关系,摒弃“孤立发展”思想,确立全面协调可持续发展观念,不断深化企业体制创新、机制创新、管理创新、制度创新、文化创新,加快由传统单一生产型企业向资本运营型和生产经营型同为一体的现代化集团公司转型的步伐。

发展战略确立了,人就是决定性的。在“务本兴业”的战略实践中,国酒茅台历届领导班子秉持“正德树人,以才兴业,人企共进”的人才观,致力于“让想干事的人有机会,能干事的人有平台,干成事的人有地位”,反过来又使“务本兴业”的战略实践不偏废、不偏航,有了人力资源的保障。

改革开放 30 年,是国酒茅台翻天覆地的 30 年。58 年前,茅台酒年产 75 吨,经过 26 年的艰苦努力才达到 1068 吨;而从 1999 年的 5000 吨增至目前的 23000 吨,还不到 10 年!一个拥有 30 余家子公司、经营范围涉及酒类、金融、科研、证券、保险、物业及酒类产业上下游领域的“百亿茅台”,总资产已达 210 亿元……

我们分明可以感到,这一切成绩的取得,“务本兴业,持续成长”的战略思想发挥了强劲推动作用。

经济与法

协办单位:成都市青羊区人民法院

一方违约 对方可不 返还定金

近日,成都市青羊区法院审结一起租赁合同纠纷案,认定双方当事人之间的合同关系是租赁而非联营,一方违约对方可不返还定金,判决驳回原告的诉讼请求。

2008 年 11 月 15 日,某文化公司与某酒店公司签订合同,约定双方就文化公司租用酒店公司场地事宜达成如下协议:酒店公司将酒店部分场地租给文化公司,作为 2009 年春季糖酒会招商使用,共计 7 天。同时对租用区域、租金价格进行了约定。文化公司支付定金 5 万元,如文化公司违约,酒店公司将不退还已收定金;如酒店公司违约,以所收定金的双倍赔偿。该合同备注栏注明双方均可销售,但须告知对方。

合同签订后,文化公司支付定金 5 万元。因租赁情况不理想,双方曾两次签订补充协议,调低了结算价格。但至合同期满,酒店场地仍未租赁出去。2009 年 6 月 29 日,酒店公司退还文化公司 25 万元。文化公司起诉,要求酒店公司退还另外 25 万元。

法院认为,双方在合同的首部即明确为双方就文化公司租用酒店公司场地事宜达成协议,在合同正文进一步约定酒店公司将酒店部分场地租给文化公司,并就租赁期限、租用区域、租金价格等进行了约定。双方此后形成的补充协议仅就租金价格进行了变更,但租赁性质未发生变化。双方在备注中虽然约定双方均可销售,但该约定不能改变双方租赁关系的实质。

在庭审中,文化公司承认其要实现利润必须以高出酒店公司给其的租赁价格将场地出租给第三方。如双方建立的是联合经营场地租赁关系,应该在合同中体现利润分配、风险负担等联营合同关系应具有的法律特征,但合同约定了文化公司应按照约定价格向酒店公司支付租金,可见双方之间建立的是租赁关系。双方在合同中所谓“销售”,因酒店公司对场地享有所有权,双方签订合同的目的并不是对其所有权的出售,而仅仅是将酒店场地交由相关商家使用,酒店公司赚取使用费,该“销售”实为法律概念上的租赁。

双方在合同中约定的 5 万元定金为履约定金,按照定金罚则,给付定金的一方不履行约定债务的,无权要求返还定金。糖酒会期间文化公司未能完成酒店场地出租事宜,合同目的未能实现,已构成违约。按合同约定,酒店公司可不退还所收的 5 万元定金,其自愿退还其中的 25 万元,属于自行处分其民事权利,法院不作干涉。但文化公司要求酒店公司退还另外的 25 万元,不符合法律规定,不予支持。

我国合同法第一百一十五条规定,“当事人可以依照《中华人民共和国担保法》约定一方方向对方给付定金作为债权的担保。债务人履行债务后,定金应当抵作价款或者收回。给付定金的一方不履行约定的债务的,无权要求返还定金;收受定金的一方不履行约定的债务的,应当双倍返还定金。”

企业经营者应当依法经营,善用定金条款,促进合同履行,提升经济效益。

(青法 朱新潮 梁琰)