

投入 800 万,要让自己的国家先“绿起来”

李永利:一个生意人的绿色情怀

□ 向光华

近日,北京通州的气温降到了零下十几度。在张家湾镇陆辛庄的一片千余亩土地上,一排排翠绿的北海道黄杨,随着凛冽的西北风,摇晃着身子,不时发出尖厉刺耳的呼啸,像是有意在蔑视冬天。一排平房,被绿油油的扶芳藤包裹得严严实实,仿佛把这里的人们与苍白的冬天隔离开来。这许多顽强的绿似乎已经开始酝酿春天迷人的鸟语花香。这里就是北京华源发绿化苗木交易市场。

总经理李永利带着些许匆忙从一个会议上赶来,接受了采访。李永利今年 39 岁,他的从容、热情,旺盛的活力和独到的见解,早已让我们忘记寒冷。

放弃移民投资只因一个理由

李永利原本经营着几家建筑设备租赁公司,2001 年底,李永利因工作关系到澳大利亚进行商务考察,在著名港口城市墨尔本,他被那里多元文化的魅力和浓郁的维多利亚时代的古典风情深深吸引,然而最让他惊叹的却是墨尔本优美的绿色生态环境。而那时,一个诱人的生态投资移民计划正吸引着许多商人:澳大利亚政府规定,投资者以 800 万元人民币即可获得 1200 亩林地产权,政府相关部门负责栽种名贵的北美红杉,20 年后成材的林木归投资人所有,投资人自投资之日起即可举家移民澳大利亚。应该说,这是一个靠得住、且前景不错的投资项目,但李永利思前想后还是放弃了这项投资。用他的话说,“就一个理由,我们自己的家园还不够绿,为什么要花钱去造绿别人的家园,宁肯投入两个 800 万我也要把绿播在自己的国家。”

返回北京后,经过一番思量,他开始着手策划投资苗木市场。经认真考察,他发现,通州区位于北京东部发展带的重要节点上,未来将成为首都新兴产业的聚集区、生态宜居区、旅游休闲区、辐射环渤海地区的北方陆路港和重要的物流集散地及现代商贸中心。更为他所看重的是,张家湾镇在元明清时系北运河重要码头,历来为京城水陆要津,此地民风淳厚、勤劳朴实,承载着古老而厚重的运河文化。随着中国的“入世”和 2008 绿色奥运契机,随着北京绿色生态建设越来越旺盛的苗木、花卉、景观和园艺资材需求,在此地营造一个规模宏大的绿色产业交易平台,不仅可行,而且应该是最佳选择。于是,一个占地 1452 亩,投资上千万元的项目



▲“我们自己的家园还不够绿,为什么要花钱去造绿别人的家园,我宁肯投入两个 800 万也要把绿播在自己的国家。”

在通州区政府和张家湾镇政府的大力支持下,于 2003 年初正式立项,投入实施。

创业是艰辛的。“那时候,我开着车,8 天跑 7 个省,一个商户一个商户地去谈。而如今,我们已经有近 180 家商户。”聊起建场初期的经历,李永利颇多感慨。在李永利的不懈努力下,历经三期建设,一个设备齐全、配套完备,为商户、用户提供全方位优质服务的市场展现在人们的视野之中。整个市场的各功能区都做了最佳配置,分为苗木花卉展示区、园艺景观展示区、办公区和生活区,100 余家入驻企业每家独立成户,各自拥有规范的展示厅和展示地,随时可洽谈交易。

人性化管理只求一片和谐

“商户是为挣钱才到华源发来的,只有让商户先挣到钱,才会有市场的发展。”李永利这样看待市场与商户的关系,所以他把想方设法为商户多挣钱创造条件看成是管理者义不容辞的本职工作。

自 2003 年创办以来,华源发市场本着为商户服务、让商户盈利的想法,一直仅向商户收取每年每亩 800 元的土地租赁费,以减轻其经营压力。除了为 4~8 亩不等的土地交纳租赁费,华源发的每家苗木商户无需交纳其他任何费用,而华源发还为其统一修建一座 50 平方米左右的房子。有房有地,在这里,我们明显感觉到商户们的轻松。他们无不将自己房边那块土地“打扮”得犹如一座座小花园,带着家人居住于此,几乎就是经商、生活两不误、都轻松。

在目前的市场环境下,市场信息对

每个从业者都非常重要,原本生意人出身的华源发领导班子深谙此道。自 2003 年底成立以来,市场一直坚持做商户的“信息中介”。5 年来,除了定期在市场内组织开展推介会,集中宣传市场内的苗木品种外,市场办公室还抽出专人,每个季度都对全国苗木市场动态、价格走势、紧缺苗木等相关信息进行收集、汇总,并制成表格,免费发放给每个商户。2007 年年底,市场管理部门又把经常到市场内进行采购的几百家园林工程公司的信息制作成表格,无偿提供给商户,以便购销双方随时联络。

目前华源发尚处起步阶段,在业界的知名度和影响力较小,商户的租金远不够维持市场日常运转,每年市场都得追加近 300 万元的额外投入。在这种情况下,市场并没有把“同甘共苦”的担子压在员工身上,而是以另一种方式激发员工的工作热情。苗木市场的自身特点决定了员工的生活和工作环境比较艰苦,华源发的职工宿舍却有浴室、有暖气,冬天进屋暖暖和和的,夏天能天天冲凉。

说起来,华源发给员工的都是些“小恩小惠”,但却拴住了员工们的心。记者曾问一位家住北京市区、原在房地产行业挣高薪的员工:“离家远挣钱又少,到这上班你图什么呢?”得到的回答是:“就图这里的领导对人好。”

建绿色平台只为圆一个梦

李永利对北京绿色生态未来的发展投入极大的关注,经数年考察,他选定北海道黄杨和扶芳藤作为重点推广品种。

他发现,原产日本的北海道黄杨,作为卫矛科的常绿阔叶树种,引种我国

后,经数年驯化、繁育和优选已成为适宜中国北方气候条件、颇具耐寒性的园林绿化优新品种。该树种树姿挺拔,叶片呈椭圆形,株高可达 3 米以上,四季常青,可耐零下 239℃ 的低温,入秋则整个树挂满果实,冬季成熟时,果实开裂露出红色种皮,一冬不落,绿叶红果,煞是美观。同属卫矛科的扶芳藤,原产我国的长江、黄河流域,茎长可达 5 米以上,有 10 多个品种,其中尤以山东大叶扶芳藤品性为佳。山东大叶扶芳藤叶形酷似冬青,叶片碧绿亮润,四季常绿,具有极强的适应性,不择土壤,颇耐干旱、盐碱、湿涝、瘠薄,既耐高温,又抗严寒,零下 22℃ 时亦不落叶,同时又极少病虫害,堪称北方“明星”树种。作为攀援树种,扶芳藤介于藤本与灌木之间,可做平面绿化、垂直绿化、立体绿化,其表现均优于冬青、龙柏和金叶女贞,因而在北方都市绿化中具有普遍适应性和十分广阔的发展前景。

为实现心中的“绿色北京”、“绿色奥运”之梦,李永利特别在这个超大型苗木园艺市场一隅,辟出 200 亩苗木基地,专门栽培北海道黄杨和大叶扶芳藤,在打造百万黄杨基地的同时,积极向北京绿化市场推介这两种优选树种。当他兴奋地看到,北海道黄杨和扶芳藤正快速走进北京的广场、街道、公园、绿地、别墅和住宅小区,走进千千万万普通民众的生活,他不禁为之欣然、愉悦。

随着入驻企业的增多,全国各地的精品苗木品种、苗木信息以及技术也被企业带到了北京,市场影响也越来越大,华源发开始步入良性循环轨道。

为了把华源发真正办成实现“一站购齐”的市场,为了满足工程企业现实的需求,继苗木招商完成后,李永利开始琢磨建景观资材市场。他分析了国内资材市场后认为,华源发有苗木市场成功运作的基础,有足够大的场地,完全可以针对公共园林这一块进行开发,这也正是很多工程企业来访时提出的希望。于是他利用市场的黄金位置建立园林景观园艺资材市场,使苗木市场与园林景观园艺资材市场互相带动,真正成为园林绿化与园林景观综合一体的市场。

“这个苗木交易市场首先是社会的,其次才是我个人的。”李永利这样阐述自己的企业发展观。在与李永利交谈时,记者深深被他的理想与追求所感动,因为他追求的不是个人的“蝇头微利,蜗角虚名”,而是北京的绿色生态和可持续发展,在他心中装着的不是自己的小家,而是成千上万的父老乡亲 and 整个北京。

旨在搭建平台,帮助大学生创业。公司出资 50 万元资助奇台县四名品学兼优的在校生读完高中,大学就业,帮助他们成长、成才,为社会做贡献。多年来,古城酒业在支持教育扶贫、帮困、参加各类公益事业上,屡屡伸出温暖的手。而且还建立了内部慈善基金会帮助公司内部及社会需要帮助的弱势群体。

周志明:紫砂壶中品出的生意经

□ 白家春

宜兴人,周志明,紫砂壶。

还未谋面,几个关键词已飞快跃入大脑。他使我一下想起了宜兴紫砂壶自明清以来在国内乃至国际上的盛名远扬。紫砂壶,作为中国传统文化的重要组成部分,和茶文化一起,成为中国数千年来达官贵人、文人墨客们的生活写照。

紫玉仙馆,在郑州市纬一路与经六路交叉口往南 60 米处。近 400 平方米的陈列大厅内,摆放着数千件各种造型奇特的宜兴紫砂壶。火红的灯笼在装修古典的窗外楼道上一字排开,人字型的青砖地面,古铜色的明代仿古橱窗,做工考究的檀木家具,精美的壶具展柜,一曲《高山流水》从古箏弦间缓缓飘出……一种静谧、和谐、返璞归真的艺术氛围,有点像热播电视剧《乔家大院》中的场景。

这是宜兴人周志明做壶十几年来匠心力作。从投资规模和紫砂壶品种、规格上,紫玉仙馆都是河南省目前顶级的。周志明说,成立这个旗舰店,得感谢郑州人江涛。他说,他和江涛是那种特别投缘的朋友,江涛从小生活在一个书香门第家庭,父母恩宠,不受约束,开始喜欢收藏石头、名人书画之类,后来偶然相识后,就迷上了紫砂壶。一年前,江涛和周志明商定,斥资 400 多万元,联手打造了郑州宜兴紫砂壶专卖店。由周志明负责选购宜兴紫砂壶,江涛主管市场经营和品牌开发。

周志明说,紫砂壶文化消费热最早在我国台湾兴起。和流行甚广的中国茶文化一起,先从北京、上海、广州、深圳等沿海一线城市逐渐渗透到内地。他说,紫砂壶收藏热是一个城市经济繁荣、人均生活水平得以精神提升的市场完美体现。而内地的紫砂壶热与我国沿海城市相比,却整整落后了 3~5 年。

近年来,随着城市经济生活水平的不断繁荣,茶文化作为一种体现人们生活情调、提高人们生活品位的精神需求,在众多的商务会议、礼宾招待场所得到了广泛应用。紫砂壶,作为一种直接体现茶文化内涵的视觉表现形式,创造性地发挥并演绎着中国数千年来传统文化脉象。壶以心养性,茶通意传神,宜兴紫砂壶文化和中国茶道所追求的文化意境相同。明人周密《宜都壶记》便有“今吴中较茶者,必言宜兴壶”的说法。

宜兴,因土质内含有市场上极为稀缺的紫砂原料,成为中国

紫砂壶重要的生产基地,始于宋,盛传明清。千百年来,紫砂壶因融会了中国书法、绘画、历史、文学、金石学等诸多文化元素,成为众多国家政要、经济学家、名人墨客相互追逐的对象。宜兴因此而得盛名。

从记事时起,周志明就为自己出生成长于这块土地而自豪。父亲为他取名志明,意在让他以家乡盛名为己任,传承先祖们的

遗训,为宜兴传名。周志明说,做壶是一种做人的态度。壶如人,有灵气,你对它好,它也对你好。一把壶,在手上,可以把玩,可以品性,可以感悟壶的精神饱满与大气;壶与人之间,可以感受到心的呵护;与壶对话,可以体味到壶的气度。

养壶是一种过程。与壶无言的对话,可以缓解人世的冷暖和淡薄;可以调剂生活的苦辣酸咸;可以领略来自心灵之外的豁达与自由。品壶,品茶,品人生,苦尽甘来。人,需要一种场所,在一壶茶中交流,是现代社

会人们最好的精神回归。对郑州市场而言,周志明认为,郑州市场紫砂壶的容量很大,不少人爱壶,想买壶,却找不到一个真正卖壶的地方。在商品

化的今天,紫砂壶市场鱼龙混杂,品种、价格参差不齐,假货泛滥成灾,买壶人和卖壶人缺少一个有效的场所沟通。再加上宜兴紫砂壶因缺少品牌市场的统一管理,对如何识壶缺少较为健全的专业培训和引导,造成买壶人对壶的质量存在很大质疑,直接影响了宜兴紫砂壶在内地市场的畅销和流通。

在品牌发展方面,宜兴紫砂壶作为一种高端时尚人群提升生活品位的象征,在国内沿海城市受到了较高推崇,而在郑州只是初级阶段。随着内地城市经济商圈的逐渐成熟,工艺品投资和工艺品收藏已成为内地高端人群提高生活品位的重要方向。喜好收藏紫砂壶的人群由只注意宜兴紫砂壶的整体造型、质量优劣、紫砂壶砂量多少、壶茗功能的大小、工艺技巧的粗细以及装饰形式的简繁等,开始向紫砂壶的文化内涵转移。据调查统计,内地紫砂壶消费实用人群只占市场总额的 10%,而喜好收藏的人群则占市场总额的 80%。收藏紫砂壶,将是内地主流人群购买紫砂壶的重要需求。

让爱壶人买得放心,让买壶人拥有一个玩壶、学壶、看壶、藏壶的场所,这是宜兴人周志明创立郑州紫玉仙馆旗舰店的初衷。他准备在紫玉仙馆开设宜兴紫砂壶。



古城酒业捐款献爱心

本报讯 (通讯员 甘亚萍) 3 月 22 日,新疆第一窖古城酒业有限公司积极响应自治区妇联、新疆妇女儿童发展基金会在全疆发起的“妇女扶贫,儿童助学”项目,“爱心一元捐”活动,公司

党、工、团向全体员工发出倡议,奉献自己的一份爱心。

该公司全体员工发扬“乐善好施”的优良传统,伸出温暖的手,捧出诚挚的心,奉献真情的爱,让涓涓细流汇成

“眼镜商”黄兴海:到三线城市开发房地产

□ 高改芳

在温州做了十几年生意的黄兴海(化名),过了春节已经前往江西上饶,在这座名不见经传的小城跑了三趟。当周围的朋友还在为投资海南地产的巨额利润而眼热的时候,靠做眼镜生意发家的黄兴海相信自己发现了下一个金矿:到三线城市开发房地产。

黄兴海觉得自己“转行”已经晚了。

黄兴海圈子里的一个朋友,也是做外贸起家。2002 年就到上海以几万元一亩的价格拿下了松江区九亭镇大块的土地,搞房地产开发。2008 年赚了十几个亿之后从九亭撤出,一时没了消息。朋友们都以为年过六旬的他会就此“退休”,颐养天年。但 2009 年海南房产暴涨的时候,温商圈子里才传出消息,这位老兄早已得到消息,把从九亭撤出的十几亿资金全部投到了海南,一口气拿下了 1000 多亩地。“十几

亿的资产至少要翻几个头吧。他赚到了。”黄兴海颇为感叹。

而年前的一次谈话,更让黄兴海意识到了转行的迫切。黄兴海做外贸起家,贩过皮鞋、服装、眼镜。当他发现做一集装箱眼镜的利润抵得上好几箱皮鞋之后,开始专营眼镜生意。现在他在温州和鹰潭有两个眼镜加工厂,并且在北京、上海、迪拜、墨西哥等六个城市有营销中心。但到去年底,他出 1500 元/月的工资已经招不到工人。为此,黄兴海春节前专门请一家职校的校长吃了饭,想请校长专门为他开办的眼镜工厂办个班,这些学生毕业后直接送到温州的眼镜工厂。校长开出的条件是,要保证这些学生毕业后拿到 2000 元的月薪。黄兴海不答应的话,东莞、昆山有的是工厂能开出这个价。黄兴海颇感沉重:2000 元的工资如果再交“四金”的话,已经远非他的工厂所能承受。

这些都让黄兴海意识到要寻找新的主业,而地产是最好的投资。他对房

地产并不陌生。

本世纪初,当时温州商人常常呼朋唤友自己开着车,到上海游玩,顺便就买上几套房子,甚至一栋楼,等房价上涨后再转卖,赚个几十万。黄兴海也是其中一员。温州人在上海炒房的历史,从这样自发的状态开始,到后来有专门的旅行团组织温商到上海炒房,现在像黄兴海一样家底越来越厚的温商已经不屑于追逐房产利润链末端的炒房所得了——他们开始各处拿地,自己开发房地产。

而这时一线城市的地产投资机会已经不多。“三线城市的房价上涨慢、交易量低,没法炒,只能自己搞开发。”黄兴海认为。

生意做大的好处就是,黄兴海可以经常和政府官员吃饭——地方政府要靠富商招商引资,富商更需要和政府合作搞项目赚钱。上饶市的房产项目就这样“诞生”了。

开发房地产,拿土地的价格是关键。如果按照上饶市政府招、拍、挂的

价格,商业用地的价格已将近 300 万元/亩。“这样的价格肯定是不划算的。”黄兴海盘算。为了以更低的价格拿下土地,黄兴海“曲线救国”:投资建设上饶第一家五星级酒店。由于上饶市经济不发达,消费力不足,这家五星级酒店运营的最初几年肯定是亏损的。但由于五星级酒店能为拉动当地经济做贡献,通过这个项目,黄兴海不仅可以享受到当地政府的税收等一系列优惠,更能以 20 万元/亩的价格拿下 120 亩土地。其中 50 亩用于建造五星级酒店外,70 亩可以用于住宅开发。而以 20 万元/亩的土地用作住宅开发的话,利润就相当可观。

黄兴海看上去非常年轻,淡淡的古龙香水味使这位不满四十岁的温州富商显得很洋派。他对上饶房地产的投资预算是三个朋友共出资 5 亿元。“如果超过这个数字,我会拉新的股东进来。”黄兴海表示。

不知道若干年后,三线小城的房地产是否会成为又一个海南?