

B2 ENTREPRENEURS 创业人

李稻葵 中国崛起 浮现众多创业机会

中国崛起中浮现的创业机会很多,一向专注于宏观经济学研究的清华大学中国与世界经济研究中心主任李稻葵先生对外界发言实际上并不很多,不过他提供的宏观经济视野却能为创业者开拓思路。结合李稻葵近年的一些公开或在课堂上半公开的讲话,笔者汇集了5条对创业者比较有价值的经济趋势。

1、超大城市群。城市化是经济发展的必然。伴随超大城市群的出现,水资源再利用、垃圾处理、供暖供热和轨道交通等领域的新技术和方式都浮现出投资机会。在人口密集程度极高的大型城市才适宜发展的比如时尚、奢侈品消费市场也将随着出现。

2、新型区域经济。经济崛起的过程也是区域经济结构重新调整的过程。这对企业发展战略的启示在于,要冷静客观地认识政府的区域振兴政策,同时也要看产业趋势、区域特点和经济发展的阶段,比如海南商业地产、上海金融服务等领域的投资机会。

3、大量新型和独特技术应用。因为人口众多,生产能力和消费能力都日益庞大,甚至造成世界性的资源稀缺,一些新型的和独特创意的技术如果可以在减少资源消耗的同时满足巨大的需求,势必会在中国率先获得应用和普及。比如显而易见的高速铁路和杂交水稻。值得注意的是,这些技术很多未必是高科技,不一定是世界领先,而是大规模使用、能降低成本的。这将催生许多新的商业模式出现。

4、跨国投资。中国的储蓄率将长期维持高水平,这种高储蓄率将不可避免地通过贷款转移给企业,而企业又不可避免地要走出去投资海外。但不可把投资海外都等同于直接投资海外的实体资产,趋势一定是证券投资重于直接投资,债权投资重于股权投资。这意味着,完善海外投资的金融工具,跨国金融服务将有更大的商机。

5、服务业大发展。我国物质资源无法和美国相比,当经济发展到一定水平,要想提高福利水平,就很难用大量的物质资源来满足,服务业势必发展。美国的服务业占经济总量的70%以上,中国目前只有38%。这预示着,服务业特别是中端的劳务服务,将拥有巨大市场。

(致远)



周海明 领跑安吉白茶 构筑茶业宏图

□ 通讯员 肖风 本报记者 胥平

2010年4月,安吉白茶世外茗源创始人周海明先生与本报记者倾心交谈,深入交流了安吉白茶行业内的最新资讯和最新动态,全面展示了世外茗源生态白茶的企业历程。

毅然转身,投身茶业洪流

令记者惊讶的是,眼前这位风度翩翩、全身散发着儒雅气质的先生曾经是一家建筑公司的老总:“早些年我从事过建筑行业,建筑行业形势层出不穷,时至今日,中国建筑行业的发展势头还是蒸蒸日上。在那段时间里,我充分体味到了打拼事业所带给人的快乐。每天忙忙碌碌,工程项目也一直是接连不断,靠着稳扎稳打,一步一个脚印,公司有序地运作着,在行业内部积累了良好的口碑。”周海明告诉记者:“不止是你们,在我决定转向茶叶行业的时候,我周边的朋友也都难以理解。他们很疑惑,疑惑我为什么在形势一片大好的时候却选择了一个对自己来说比较‘冷门’的行业。”

“创业英雄”季琦的成功密码

3月26日,汉庭连锁酒店在纳斯达克证券交易所上市,融资金额达11亿美元。上市首日收于13.92美元,较发行价12.25美元上涨13.63%。这也是继如家、7天之后,第三家登陆美国股市的经济型连锁酒店集团。而其上市同时意味着作为携程、如家联合创始人季琦以创业者的身份第三度把公司送上海外市场,这本身就已经成就一段中国企业家的传奇。

“没有挑战。一点挑战性都没有!”

扫了一眼茶几上的采访提纲,季琦迅速地点燃一支咖啡色的雪茄,摸着圆乎乎的二寸小平头,狡黠地一笑。这是一条爽直、有趣的汉子,擅长插科打诨,喜欢时不时来几句行走江湖的切口,处处透露出生意人的精明与世故。飞往另一个城市之前,他和记者握握手,不无遗憾。“没有挑战,真是一点挑战都没有。”

真是一点挑战都没有。3月26日一早,他敲响了纳斯达克的开市钟,把自己一手创办的汉庭连锁酒店集团送上美国股市。

其实这也不算什么。继与沈南鹏等4人联合创办携程、如家之后,季琦10年间作为创始人第三次把企业推上美国股市。“一个里程碑式的创业英雄。”IDG的熊晓鸽对季琦的评价不吝美词。

闪光灯下,季琦摆着《时代》周刊“乔布斯王者归来”封面的Pose,很配合,很耐心。抬起头颅,意气风发,这一刻,与心目中的偶像无比接近。

“一到刮风下雨的日子就兴奋”

季琦彻底失眠了。他在床上辗转反侧,心上压着一块重重的石头。

这是2008年一个黑沉沉的夜晚。一场即将席卷全球的金融危机全面地蔓延开来,华尔街大批著名的投行、银行岌岌可危。汉庭原本计划中的第二轮融资遭遇了麻烦。

一家世界大投行愿意向他提供一笔高达12亿美元的资金,但那是要求极为苛刻的债务融资。季琦不知道这个冬天会是多久。“如果这个冬天延续两年以上,我们还不出钱来,就得做低价稀释股权,把公司白白送给别人。”

倘若接受了这笔钱,还可以风光地堵住别人的嘴——此时,坊间关于汉庭资金链濒临断裂的流言四起。而曾经的老部下郑南雁刚刚对外高调宣布:7天连锁酒店拿到9500万美元债务融资。

又是一宿无眠。天亮后,眼圈黑黑的季琦做出了一个决定——不接受任何债务融资。

在任何场合表现得无比镇定的季琦悄然动用一切的人脉资源,重新启动第二轮融资。“真是很痛苦、很周折。一家一家地找,一家一家地谈,一家一家地讨价还价。”2008年7月,相识十多年的熊晓鸽和鼎晖创投最终送来了雪中之炭——8500万美元股权投资。

如今他可以底气十足地对外宣称:“汉庭目前是所有经济型酒店中,现金流最丰富的酒店。”

前景不甚明朗的两年时间里,季琦顶着资金压力,使汉庭完成了从创业公司到专业化管理公司的转型:搜罗了包括汉庭现任CEO张拓,COO张敏在内的一批管理人才,对企业进行系统性的流程改造。在艰难的大环境下,汉庭快步奔跑,进入了中国经济

连锁酒店品牌的第一梯队。

“有了钱后做什么?到一个遥远的地方去吃一碗面,然后打车回来。”这是农村穷孩子季琦大学时和同学对“发达后”的想象。有钱后,他一时怀念起学生时代最爱的,还真开车满上海转,在浦东一个犄角旮旯找到了发酵面皮、酥底的“大壶春”生煎馒头。

“这会是我的惊叹号!”

“我当时想,如果我重新回来做,一定能做得更好,还能成为最好的一个。”合约束缚失效后,他果断杀回经济型酒店市场,把2005年创办时定位中端市场的汉庭产品线往下扩容:以200左右/晚、定位商旅客户的汉庭快捷为主打,同时开发针对低端市场、100到150元/晚的汉庭客栈。

相比如家、7天连锁、锦江之星,汉庭的核心竞争力究竟是什么?

在季琦设定的模型里,汉庭的核心客户是每天有200到300元出差报销额度的商旅人士,他们常常带着笔记本电脑,喜欢居住在市中心和交通方便地点,最在意的是“洗好澡,睡好觉,上好网”。

“汉庭的特色就是一个‘好’——在各个细节我们总是比同行好上那么一点。”崇拜乔布斯的季琦喜欢拿苹果的产品来类比:服务更好一点,设计更漂亮一点,价格比同类稍微高一些。

他从用户体验角度出发对细节的关注达到一个极致:床头多设置一个宽带接入口,客人冬天可以窝在被子里使用笔记本电脑;考虑到商务人士的颈椎问题,从一家五星酒店的枕头得到启发,最后设计出“一面荞麦、一面海绵”的双面枕;最得意的是申



请了专利的汉庭卫生间——淋浴房和座厕合用一扇门,取消卫生间的隔断,看上去别致而通透,并平衡花费在透明洗浴间的成本……

在这个最缺乏用户忠诚度的经济型酒店市场,汉庭竭力培养起自己的忠诚客户:推出了可能是行业内最优惠的会员奖励体系;率先在全国推出“无停留离店”服务;特殊设计的会员卡可以刷成一卡通,囊括门卡、购物、梯禁等等在内的副功能。

季琦觉得自己站在一个金矿之上。在这个正在崛起的巨大消费市

场,“紧紧抓住消费者的致命需求,用合适的成本去满足他们,赚取规模利润”,再加上一点运气,就是他连续创业成功的唯一秘诀。

“对我来说,到汉庭,我要画上个感叹号,把它作为我这一生事业和人生的高峰和顶点,把我的创造力通过这个感叹号刹住。”“我想,如果上帝多给我一点时间,让我再活上50年,我肯定会创出很多公司来。我相信我一定可以的。”

(徐琳玲)

丁全福 几把扫帚“扫出”创业之路

四十来岁下岗,年近半百怀揣2万元在家里“搭”起了家保洁公司。三四年间他的业务已经做到了常州,做到了上海……

下岗后参加了技能培训

丁全福原本在电瓷厂工作。2000年12月,突如其来的下岗风波,打破了原本平静的小家。作为家里的顶梁柱一下子失去了收入来源,全家人的生活顿时陷入了困境。几年后,他偶然间听到了人力资源和社会保障部门开办免费技能培训的消息,马上报了名。他每天起早贪黑地坚持上课,从无缺席,最终顺利完成了“物业管理”专业的技能培训。“碍于面子,很多中年人都半途而废了,好在

我坚持了下来,现在想来这是为我成功创业积累起的第一笔财富。”丁全福笑着说。

2007年3月,丁全福顺利拿到了《SYB创业培训合格证》。培训让他学会了怎样核算成本,及时掌握政策,也大大激发了他的创业热情。为了节约创业成本,丁全福将办公地点设在了家里,然后怀揣着全家仅有的2万元积蓄,购置了部分清洁专用设备,聘请了3名保洁员,踏上了南来北往寻找客户的创业之路。

为了开拓市场,丁全福每天坐着公交车挨家挨户地拜访企业、医院、学校,通常老丁都会被拒之门外,即使进了门,冷板凳一坐就是半天。很多时候,往往是奔波了一整天连饭都顾不上吃,但业务上还是一无所获。

为了帮助丁全福走出困境,二郎巷社区社协保管员也为老丁介绍了茶楼、理发店等小型客户。创业三个月后,一家被丁全福拜访过20多次的物流公司看过他亲自策划的区域保洁计划书后终于被感动了。

创业后帮扶下岗职工

成功语录:人生充满了很多机遇,就看你会不会把握。

在工作中老丁总是以身作则、亲力亲为,以鼓励为主,处处维护员工的利益。在服务点上,哪里人手不够,哪里服务不达标,他自己二话不说就换上工作服和大伙一起干活,中午自己贴钱为员工解决午饭问题。员工在工作上受了委屈,他总是在下班后耐

心聆听,有时员工对他发脾气他也从不生气。员工经济上有了困难,老丁二话不说就会预支一部分工资帮他们渡过难关。因为丁全福有过曾是一名下岗失业人员的经历,也曾为再就业而压抑烦恼过,如今他亲手创办的保洁公司只要是需要招聘员工,他第一个想到的就是下岗职工。

梁林妹是百步街社区的居民,从小患有肢体残疾,常年依靠残疾车揽客来贴补家用,2009年底,苏州市全面整治“三小车”,残疾车的非法营运被取缔,她一下子失去了生活来源,家中还有一个大学在读的女儿要抚养。丁全福了解到情况后,主动找到社区表示愿意为梁林妹提供就业岗位。如今,丁全福已经正式与梁林妹签订了劳动合同并为她缴纳了养

老保险,解决了梁阿姨的后顾之忧。今年45岁的石月明智力上有些残疾,不会骑自行车也不会开电瓶车,为了解决她上班问题,丁全福专门为她查找了直达工作地点的公交线路,还安排同事接送她上下班。

由于工作认真负责,保质保量,服务到位,丁全福的口碑越做越好,业务走出了苏州,拓展到了常州、上海等城市,创业的三年时间里员工发展到200多人。“人生充满了很多机遇,就看你会不会把握。如果当初不是社区社协保管员鼓励我参加沧浪区创业培训班,我可能一辈子就为别人打工了。”丁全福说。

(杨敏 人保)

中起步最早的品牌,但却是行业内知名度最高、美誉度最高、关注度最高、报道量最大、信息量最多的品牌,这已成为大家所公认的事实。

胸怀天下,推广健康茶饮

被问及世外茗源的发展速度是否达到了其预想,周先生表示,世外茗源能有效促进中国白茶行业乃至中国茶叶行业的发展,这才是他最为喜闻乐见的。

周先生表示,安吉白茶的品牌知名度越来越高,生产安吉白茶的企业渐渐多了,但是,安吉白茶背后的企业品牌运作却未能跟得上脚步,走的依然是多数行业的老路子:“广告”+“荣誉”,没有找出有益的差异化,更没有系统塑造品牌核心理念。

周先生深谙强势品牌的力量,所以他一直致力于打造安吉白茶行业的强势品牌,一直推进着世外茗源的品牌打造之路。周先生提到了“白茶娶妃”:“‘白茶娶妃’,即‘白茶取代咖啡’,并不仅仅局限于白茶与咖啡本身。‘白茶娶妃’,真正目的在于普及一

种健康观念,推广一种生活理念。事实上,要取代咖啡不一定要喝安吉白茶,甚至不一定要喝白茶,我们提倡的是一种饮茶观念,提倡的是让更多人喝茶、让更多人健康的重要理念。”

“白茶娶妃”确实彰显着周海明先生寻找差异化、打造安吉白茶强势品牌工程的一份努力,事实上,周先生不仅向白茶世界网记者展示了一位企业领导者胸襟宽广的形象,更向世人展示了一个领导品牌的王者风范。

开拓创新,创造行业先机

《论语》一书中说:名正则言顺。周海明先生向记者讲述了他一个多年来的心愿:“一直以来,‘首天茶’的珍贵之处只在民间得到陆续传播,并未在行业内形成共识,这便是我多年来一直想解决的问题——为安吉白茶‘首天茶’正名。然而,在世外茗源‘0元首天茶’事件之后,人们慢慢开始了解‘首天茶’,体会到‘首天茶’中蕴藏的巨大价值,这无疑是对‘首天茶’最好的正名。”

2010年3月28日,安吉白茶‘首

天茶’回馈社会活动仪式在世外茗源基地举行。仪式上,安吉县知名书法家豪情挥墨,作家协会诗人深情朗诵,知名画家献出“珍宝”,在世外茗源得天独厚的自然环境映衬下,更是相得益彰,为在场的观众奉献了一场视觉大餐。安吉县雕刻家、国家级茶艺专家也出席了该匠心独运的回馈仪式。已逾古稀之年的国家高级评茶师张家松先生高度赞扬了世外茗源得天独厚的自然环境:“世外茗源基地类似个小盆地,中间有个小水库,形成了一种比较独特的生态环境,为安吉白茶的生长提供了很好的环境,为品质卓越的世外茗源又增添了一大特色。”

“在以后的日子里,世外茗源的外售部分‘首天茶’还将继续以0元的价格售卖给那些精神首富,以此来表彰他们对社会贡献。”周先生补充道:“把好的安吉白茶‘名正言顺’,冠以准确合理的名份,让消费者真正了解其价值,这的确是一件值得我们开心的事情。但我们也要指出,要想获得今年价值11111元的‘首天茶’,并不取决于出价的高低。今年世外茗源对外出售

部分的‘首天茶’将赠送给那些精神首富们,以此来表彰他们对社会的贡献,这同样是一件乐事。”

事实上,在世外茗源“首天茶”的推动下,安吉白茶的行业地位再次得到提升。“稀缺茶叶就得有高价来支撑,这也是符合市场经济发展规律的。安吉白茶企业可以利用这一资源,以此来推动安吉白茶行业的发展。”世外茗源推高价值“0元首天茶”,在“拉升”安吉白茶市场价格的同时,也进一步提升了安吉白茶的品牌地位,抢占了茶叶行业的先机,开创了安吉白茶行业新局面。

与智者的交流总显得那么短暂,仿佛只是一瞬间。穷则独善其身,达则兼济天下,言谈举止间,记者总能感觉到,不善言辞但目光敏锐的周海明先生,造福中国人民乃至世界人民的决心和理想。也正因此,作为中国生态白茶领军企业,世外茗源一直为推广和保障消费者权益、保护经销商而不懈努力,一直在领跑安吉白茶行业的道路上,为构筑伟大祖国的茶业宏图而不断拼搏。