



百名卓越企业家
百家明星企业

候选展台

“胡子将军”杜诚斌——一盒方便饭叩开世界大门

1962 年出生于四川仁寿县农村,父母都是农民。由于家境贫穷,杜诚斌不得不初中辍学,回家务农。先从村里的拖拉机手做起,1990 年应聘希望集团,成为希望集团刘氏兄弟的专职司机。

1995 年,杜诚斌开始出任成都希望食品公司总经理。随后,杜诚斌先后担任新希望集团肉食品事业部总裁、北京千喜鹤集团副董事长、中国肉类协会副会长等职务,现为四川得益绿色食品有限公司董事长。

先后荣获“中国肉类产业科技创新领军人物”、“2009 年度商业领袖榜”、“创业之星”、“中国肉类产业科技创新领军



人物”、“四川十大财经风云人物”等荣誉。曾受到第十届全国人大常委会副委员长何鲁丽的亲切接见。

四川得益绿色食品集团

是国家农业产业化重点龙头企业,世界肉类组织成员,专业致力于方便米饭、高低温肉制品、下饭菜等绿色生态食品的生产,综合实力居国内同行业前列。

公司通过了 ISO9001:2000 质量管理体系认证和 ISO14001 环境管理体系认证和 HACCP 食品安全认证,并

获得国家 FDA 注册认证。公司先后荣获“国家级星火计划项目”、“全国实施卓越绩效模式先进企业”、“全国用户满意企业”、“全国行业质量诚信示

范企业”、“四川省五一劳动奖状”、“四川省优秀诚信企业”、“食品卫生 A 级企业”等殊荣。

得益绿色系列产品销售遍及国内,还远销美国、加拿大、新加坡等国,2008 年底又与美国 keefe 集团等签署协议,2009 年出口额达 2500 多万元。

作为国家重点龙头企业,得益绿色食品集团一直秉承“做食品就是做良心的”企业理念,努力实现“做强做大”的发展目标。

王振滔——会赚钱更会花钱的企业家

1965 年出生,现任奥康集团有限公司董事长兼总裁。1988 年,他以 3 万元起家,将一家家庭作坊发展成为中国最大的民营制鞋企业,其主导品牌“奥康皮鞋”成为中国皮鞋行业的惟一标志性品牌。

先后当选和荣获第 15 届“中国十大杰出青年”、“全国五一劳动奖章”、“中国民营工业企业行业领袖”、“中国十大魅力英才”、“中国最聚人气企业家”、“中国民营经济十大风云人物”、“中国慈善特别贡献奖”等多项殊荣。是浙江省人大代表。曾受到胡锦涛、江泽民、温家宝等党和国家领导人的亲切接见。

经过中国国务院和民政部的批准,王振滔成立了中国



民营企业家中的第一个个人非公募慈善基金会——王振滔慈善基金会。他说:“人的一生中,花钱和赚钱同样重要,做企业要赚钱,而成立慈善基金会是为了花钱。只有把钱花到该花的地方,人生才有意义!”

奥康集团有限公司

创建于 1988 年,是一家以皮鞋为主业,并涉足商贸房产、生物制药、金融投资领域的全国民营百强企业。拥有三大生产基地、30 多条国际一流的生产流水线,年产皮鞋超千万双。在全国设立了 30 多个省级分公司、3000 多家连锁专卖店、800 多处店中店。公司产品在国内市场占有率居全国同行业前列。奥康牌皮鞋当选皮鞋行业标志性品牌,成功摘

下皮鞋行业最高荣誉桂冠。入选“中国商业科技 100 强”榜,成为中国制鞋业排名最高的

企业。企业秉承“有德有才,提拔重用;有德无才,培养使用;有才无德,限制使用权,无德无才,不可留用”的人才理念。对每一个进入奥康的员工都要经过“三关五训”:人才资源中心面试关、用人部门的审核关、集团总裁的批准关。五训是军训、岗前培训、在职培训、选拔培训、专业培训。通过层层筛选,多次选拔,确保每一个进入奥康的员工都能与公司理念同步,与公司要求一致,与公司发展相符。

责编:袁志彬 编辑:蒋莉 电话:(028)87348824
版式:张彤 校对:刘晓燕
2010 年 4 月 28 日 星期三

GUANLIBIANG

管理变革

由国美电器母公司鹏润集团投资的国美锐动首家体育运动大卖场将于 4 月 30 日在北京西北四环正式开业。这是黄光裕事件后,国美系在零售新业态方面的首次重大尝试。

“国美+体育=奇迹”

黄光裕家族的零售“新玩法”

□李娟

“国美+体育”,这是一个新奇有趣的组合!

由国美电器母公司鹏润集团投资的国美锐动首家体育运动大卖场将于 4 月 30 日在北京西北四环正式开业。这是黄光裕事件后,国美系在零售新业态方面的首次重大尝试。业内人士预测,即将开业的国美锐动将不仅仅是踏入中国体育用品市场的新“航空母舰”,更将成为改变中国体育运动用品商业的“鲑鱼”。

“体育生意”

国美锐动市场部经理蒋向北告诉记者,该店面积近 5000 平方米,目前已经汇集了千余种国内外知名体育用品品牌,将于 4 月 23 日试营,30 日正式营业。

他介绍,整个店铺不采用以往大型商场按照品牌划分区域的模式,而是按照运动品类集中陈列;所有导购、店员都是国美锐动的员工,厂家不参与销售

流程;更加注重体验性,将会有 20 余个模拟多种运动场景的体验区。

事实上,行动早已悄然展开。3 月初,在北京和平西桥的咸亨酒店,国美锐动和国内 70 余家体育用品主要厂商、经销商就曾进行过一次别开生面的“聚餐”。

“是一次合作通气会。”一位与会人士对记者透露。他称,国美锐动方面当时出席的有其总经理李岩、采购部负责人等。

国美“踪迹”

外界关注的焦点还有:国美锐动和国美电器到底什么关系?

根据国美锐动官方网站资料显示,“北京国美锐动体育用品有限公司”由鹏润投资集团(即国美集团母公司)于 2009 年 11 月投资成立,专业从事竞技体育、科技运动、极限运动、时尚运动和户外运动等体育及运动休闲用品销售和服务。

而在记者的采访调查中,国美锐动对于自身股权结构尽量委婉回避。“北

京国美锐动体育用品有限公司隶属于鹏润投资集团,是独立运作的新公司。”蒋向北如是表示。

如业界早期披露出的锐动渠道方式之一——“店中店”。它主要是指在国美现有门店中评估、筛选出部分门店试点,以开设锐动的中小型体育用品零售店,即利用电器门店的影响力辐射到周围社区。

行业客户及大客户销售将会成为锐动产品的另一个补充销售渠道。其未来也将主要依托国美电器长期以来积累的客户资源平台。

国美电器和国美锐动“剪不断、理还乱”的关联从人事任命上便可见一斑。国美锐动成立至今一直由鹏润投资董事长黄秀虹亲自负责,其是国美电器前董事局主席黄光裕最信任的胞妹。

体育“突围”

国美系为什么选择在电器生意之外、开拓体育用品零售生意?

有数据显示,2005 年国内运动市场规模在 250 亿元左右,2003-2008 年

运动服饰市场的复合年增长率为 33.6% 左右。2008 年市场规模已经达到 664 亿元,预计到 2013 年将增加到 1491 亿元。

显然,体育用品市场的广阔前景以及该行业零售业务最高达到 30% 的利润率(远远超过家电零售业 15% 左右的利润率),成为了国美锐动最终涉足的重要原因。

另外一种可能性是,进军体育卖场一定程度上也是形势所迫。一位业内人士对记者透露,由于国美目前在全国的店铺得太多,导致出现很多空余的铺位面积;而电器行业整体利润增长也趋于平缓。这时候,国美看中了体育用品零售。

业内看法

在体育用品市场资深研究人士马岗看来,目前国美电器已经有覆盖全国的 1400 家零售门店和接近 3900 万的固定会员。“国美的渠道资源和会员资源就是最大的财富,”他认为“锐动不可能不动用这些资源”。

万达集团：大管理对接大战略 大投资推动大发展

日前,由中国万达集团投资 18 亿元的年产 1500 万条半钢胎项目和投资 12 亿元的年产 150 万套全钢载重无内胎项目,以及投资 10 亿元的万达·财富新城项目等三个重点项目正式开工建设。此系列项目的正式启动,是中国万达集团借助黄河三角洲高效生态经济区建设上升为国家战略的历史机遇,为实现企业跨越式发展而实施的重要举措。

近年来,中国万达集团始终坚持多元化、规模化发展思路,按照“高科技、大投入、大规模、大发展”总体定位,突出大项目带动战略,形成了以轮胎产业为龙头、以机电化工产业为轴心、以地产建安产业为两翼,以热电联产为产业储备,纵向延伸、横向联合,多元产业协同发展的战略格局,综合实力得到了不断增强。

2010 年作为黄河三角洲高效生态经济区开发建设上升国家战略的开局之年,也是中国万达集团实现跨越发展的关键一年。中国万达集团董事局主席、总裁尚吉永在接受采访时说,“当前,加快发展的机遇不能错过,机遇也不容错过。如果认识不清、决策失误、反应迟钝,就会错失机遇,拉大差距。”为此,中国万达集团按照“弘扬创新文化、打造知名品牌、管理持续提升、争创一流效益、实现跨越发展、铸就百年万达”这一新的中长期战略发展思路,确立了“利用 2-3 年的时间再打造一个新万达”的总体目标。

“高效和生态是黄河三角洲开发的关键词和最大亮点,着力发展高新技术产业和循环经济、低碳经济,将是我们发展的必由之路”,尚吉永说,“目前,我们的轮胎、机电、化工等项目,都属于国家产业政策扶持发展的产业,技术含量高,因此,这些产业的发展将迎来发展的良好机遇。”

借助万达橡胶轮胎工业园作为循环经济示范园区之一,被列入黄河三角洲高效生态经济区总体规划的良好机遇,中国万达集团在万达宝通轮胎项目已累计完成投资近 30 亿元,生产规模从 2005 年的 30 万套,发展到 2009 年的近 300 万套,并跻身世界轮胎生产企业 75 强的基础上,决策上马建设总投资 30 亿元的 3000 万条半钢胎项目,总投资 12 亿元的 150 万条全钢无内胎项目,从而进一步发挥轮胎产业的龙头带动作用,推动万达实现跨越发展。

在不断壮大轮胎、机电等产业规模的同时,中国万达集团借助黄河三角洲高效生态经济区建设着力提升城市化率的机遇,大力实施“突破地产”战略,在万达·高尔夫花园、万达·丽日小区等地产项目取得良好业绩的基础上,投资 10 亿元开发建设万达·财富新城项目。该项目总占地面积 502 亩,规划总建筑面积达 463 万平米。

(晏振勇 吕英盼)

茅台啤酒品牌推展系列报道之一

品牌的力量在茅台啤酒传递…… ——“茅台啤酒杯”2010 贵州品牌商品展示交易会侧记

今年 4 月 16 日上午,“茅台啤酒杯”2010 贵州省品牌商品展示交易会在贵阳隆重开幕,本次展会以“立支柱、上规模、创品牌”为发展战略方针,以“树立品牌意识,提升品牌形象,振兴贵州经济”为主导思想。本次活动,茅台啤酒公司作为总冠名单位,茅台啤酒公司总经理王巨波在会上致辞,由此,在 2010 年中,拉开了茅台啤酒品牌推展的序幕。

□樊瑛 特约记者 杨帆
本报记者 张建忠
实习记者 徐珊

4 月 16 日,贵州省人民大会堂广场,旌旗飘扬,鲜花盛开,“茅台啤酒杯”2010 贵州品牌商品展示交易会在这里隆重开幕。本次活动主办单位为贵州省经济和信息化委员会,承办单位为贵州省企业联合会、贵州省企业家协会和全国品牌贵州委员会,由贵州茅台酒厂集团啤酒有限责任公司总冠名。贵州省政协副主席武鸿麟等领导出席会议,来自贵州省 160 余家大中型企业的 600 余个品牌上千种商品在贵阳集中展示。此次交易会持续到 4 月 19 日,参展品牌包括旅游特色商品、食品、轻工等类。

此次活动,是贵州省响应党中央、国务院关于必须培育一大批自主创新能力、拥有自主知识产权和国际竞争力名牌的号召;有效实施品牌战略,以展示贵州的发展成就、加强与各行各业交流与合作,推动贵州可持续发展,促进各行各业品牌形象的提升。

贵州省企业家协会、贵州省企业家协会会长吴荣启在会上致辞,他说,本次展会是在贵州省政府和贵州省商务厅的大力支持下,在贵州省经济和信息化委员会的主管领导下,由贵州省企业家协会、贵州省企业家协会主办。本次展会以“立支柱、上规模、创品牌”为发展战



茅台啤酒公司总经理王巨波在“茅台啤酒杯”2010 贵州品牌商品展示交易会上致辞。

略方针,以“树立品牌意识,提升品牌形象,振兴贵州经济”为主导思想。

吴荣启强调,此次展会,旨在宣传介绍我省各行业名牌产品以及企业,把贵州品牌打造成为当今社会经济发展中的“品牌航母”,使“黔”牌发展成为区域经济竞争力的有力保障,为社会营造做名牌、推名牌、用名牌、爱名牌的良好社会氛围。

贵州茅台酒厂集团啤酒有限责任公司总经理王巨波在开幕式上致辞。他说:本次贵州品牌商品展示交易会的举行,在贵州省品牌经济发展的历史上,是一个具有重大现实意义和必将产生深远影响的盛会。它体现了省委、省政府及有关职能部门对于发展贵州名牌经济的高度关注与热情支持;同时也反映了在经济全球化历史发展背景下,贵州企业必须遵循的“树立品牌意识,提升品牌形象,振兴贵州经济”的品牌经济发展理念。作为贵州企业的一员,我们茅台啤酒坚信:在省委、省政府的正确领导和省相关职能部门的大力支持下,经过业界同仁的一致努力,一定会为贵州品牌经济的促进,赢来一个科学发展的春天!

王巨波指出,当今时代,是一个品牌引领商业社会的新知识经济时代,在这个时代,是品牌在创造巨大的价值,是品牌在推进着企业经济的发展。谁能真正拥有最具卓越价值定位的品牌,谁就能真正地成为

市场竞争的最大赢家。茅台啤酒自投建上市以来,在茅台集团的领导下,正是依循着这样的创新发展理念,确定了“茅台啤酒,啤酒中的茅台”的品牌发展战略定位。这些年来,在各级党委、政府和管理部门的关心与支持下,茅台啤酒在品牌价值创新领域已取得了一定的成果。这包括:曾在全国啤酒品牌评选活动中获得“总分第一名”,开发了深受业界专家高度评价的茅台双歧因子啤酒等系列产品,并获得了消费者一致的价值认同。

王巨波表示,今天,虽然茅台啤酒质优、味美的品牌价值创新正越来越为广大消费者所接受,茅台啤酒品牌产品正越来越广泛地走进社会生活和消费者的心智空间,但我们依然深感任重而道远。因此,我们充满信心、也有能力,按照本次贵州品牌展示会提出的“立支柱,上规模,创名牌”的发展方针,一如既往地实施“茅台啤酒,啤酒中的茅台”的品牌发展战略,为贯彻落实茅台啤酒“奉献高品位的生活”的理念,推进贵州酒类经济又好又快地发展,做出更多更大的贡献!

记者获悉,在“茅台啤酒杯”2010 年贵州品牌商品展示交易会上,茅台啤酒大显身手,展位引人注目、独特新颖,产品琳琅满目,彰显了茅台啤酒的无尽魅力。这次参与“茅台啤酒杯”2010 年贵州品牌商品展示交易会的活动,预示着茅台啤酒品牌的推展全面展开。