

魏文生： 让中国红茶 “红”起来

□ 高建生 王岚 陈芳

走进元泰红茶屋，缥缈缭绕的茶香扑鼻而来，整个人都被拥抱在一种醇厚温和的气息之中。福建元泰茶业有限公司总经理魏文生大步迎上来，他个头不高，穿一套休闲棉质外套，瘦瘦的脸庞上戴着一副金边眼镜，斯文内敛却又精力充沛。他招呼我们围坐在古色古香的茶桌前，熟练地沏上了一杯红茶，滔滔不绝聊起他与红茶的不了缘分。

2004年，作为福建省工商联直属委员会副会长、福建省光彩事业促进会常委的魏文生，前往闽东参加扶贫，扶贫的主要项目就是帮助茶农实现“红改绿”，即大规模砍掉茶树改做绿茶。在那里魏文生第一次接触到福安百年名茶——坦洋工夫红茶，第一次聆听到许多关于红茶曾经辉煌、继而沉寂的世纪故事。一个世纪前，享誉世界的“坦洋工夫”以其高贵的品质征服英伦三岛，与贵州茅台酒同夺巴拿马国际博览会金奖、跻身国际名茶之列，如今却沦落到被迫“红改绿”、“红改乌”，几乎边缘化的境地。发源于中国的红茶，早在1600年就被传入欧洲，后逐渐演化成“下午茶”，如今却被称之为“英国红茶”。中国红茶的盛极而衰，让世人扼腕叹息，也深深刺痛了魏文生的心。

作为一个日本归侨，魏文生虽然多年旅居在海外，民族复兴情愫却始终挥之不去。面对中国红茶的沉沦，他感慨万千。他决心让中国红茶走出一片新天地。

2004年7月，魏文生不顾家族的反对，淡出原是声名显赫的房地产业，一头扎进投资红茶生产基地、构建红茶品牌、传播红茶文化的“红色事业”里。他先后设立坦洋工夫红茶基地和光彩事业茶叶基地、建立中国首家以经营红茶产品为主题的西式连锁红茶屋、成立中国首家红茶俱乐部、举办“元泰杯”世界红茶征文比赛以及红茶茶通擂台赛……目的是祖国更高深的茶文化、茶道传播出去。

凭着这份执着，在魏文生和他创立的元泰茶业的努力下，中国红茶渐渐恢复往日神韵、绽放出熠熠光彩。2007年10月14日在北京举行的第六届国际茶博会，元泰茶业选送的“政和工夫”、“白琳工夫”分别荣获金奖、银奖。融合时尚和浪漫元素、体现传统与现代完美的元泰红茶屋，也渐渐成为都市人现代休闲文化生活的载体。

《国务院关于海西发展若干意见》的通过，对海峡两岸所共有的特色产业——茶产业的发展是一大契机。魏文生认为：“红茶是最具中国特色的茶饮，被认为是21世纪最有可能成为世界性饮料的健康饮品。我们有信心做强、做大中国红茶文化，为载有丰厚底蕴的中国红茶创中国自己的品牌。”让中国红茶再度红遍全球是魏文生的梦想，为了这个梦想，他和他的元泰茶业同仁不遗余力地传播红茶消费文化理念、包装营销中国各地的红茶名品，推广“中国红茶十八茗秀”，元泰茶业也成为目前国内经营红茶种类最多的企业。

传承红茶文化、传承中华精神也是一场没有终点的接力。魏文生坦言：“这是永久的追求，永无止境、不断更新，一代应该比一代更有超越，我们只是在打基础，希望能起一个示范作用或引导的作用。”魏文生正是通过元泰茶业践行着这场接力。

入驻世博 张钢加速“小肥羊”市场扩张

□ 郑祥琥

内蒙古小肥羊餐饮连锁有限公司，作为内蒙古自治区唯一一家餐饮企业代表，入驻上海世博会“中华美食街”。世博期间，小肥羊将为海内外游客提供来自绿色草原的美食体验。而此时，小肥羊董事局主席、创始人张钢也加紧了市场扩张步伐，希望借此良机，打好世博品牌营销战。

张钢大概是最不像企业家的企业家了。他看起来五大三粗，全没有温文尔雅的企业家风范。用他自己的话说：“我这人面相比较老，加上胖，走路一摇三晃的，好像黑社会老大似的，让人不敢接近。”

不过，千万别小看张钢，他可是生意场上的“老江湖”了。作为包钢子弟，1984年张钢从技校毕业后进入包钢，当了一名烧结工。但打一开始，他就对这份枯燥的工作不感兴趣，觉得自己不能一辈子干这个。于是，他做了人生中的第一笔生意：利用节假日摆地摊，卖流行的喇叭裤。结果10天他就赚了300元，而那时他父母一个月的工资加起来才47元。从此，张



钢便和“做生意”结下了不解之缘。

1988年，张钢辞职开始了创业生涯。凭着卖喇叭裤的成功经验，他下海初期做起了服装生意，很快就赚了30万元。1995年，张钢与朋友合伙干起了手机销售，然后又开了声讯台，利润也不错。不过凭直觉，张钢认识到这个行业潜力有限，开始谋求再次转行。

一个偶然的机会，张钢听人说呼

和浩特有家涮羊肉很不错，而且改变了涮羊肉必须蘸小料的吃法。张钢去尝了尝，发现果然名不虚传。他看到了这其中蕴藏的机会，当即拍板进入火锅餐饮行业。张钢与这家店的老板协商，买断了其火锅料的配方。

此后，张钢与亲戚朋友们又下大力气，对原配方进行改进，力求把口味调得更好。那时他们家有个大桌子，专门用来涮火锅，在一年多的时

陶都商人 分享世博“溢出效应”

□ 赵 辉

对接世博，分享“溢出效应”！上海世博会成功开幕，深谙经商之道的陶都人也激动起来：上海世博会，宜兴也是半个东道主！紫砂、竹海、农副产品……独特的陶都元素成为海内外游客关注的亮点。

“世博”紫砂产品俏销

世博会开幕以来，沪上一些紫砂经营店铺也迎来了难得的商机。自去年起，上海世博局就发动各类企业助力世博会建设，支持企业参加世博运营商品、世博礼品等招标。作为与世博颇有渊源的宜兴紫砂元素，自然是少不了的。随着宜兴紫砂入选上海世博会江苏体验馆，现如今，沪上掀起了一波以世博为题材的紫砂营销销售高潮。

据一直经营紫砂业务的上海百佛园负责人介绍，圈子里有这么一句话，紫砂产在宜兴，销在上海——紫砂产品以其特有的观赏性、实用性备

受海内外宾客的青睐。此次世博会为我市紫砂从业者提供了巨大商机，尤其是世博会授权出品的世博主题系列紫砂产品销售量逐步攀升。来自世博组委会的大量订单，让这一传统产业迸发出新的生机与活力。目前，仅百佛园一家，就已销售各类紫砂礼品1000余套。

上海市静安区旅游局局长王建忠说，在55条“世博之旅”旅游线路中纳入宜兴的善卷洞风景区、竹海风景区和中国宜兴陶瓷博物馆等，是世博局为国内外宾客提供的旅游套餐“特色菜”。

浦东的陆家咀旅行社和我市旅游业界有着多年的合作关系。旅行社负责人高兴地说，近年来，宜兴旅游景点不断加强在沪宣传力度，传统的

武壮田：舍弃“金山”去放羊

□ 孙 颖

武壮田，一看名字就是个从乡间走出来的人。现在的他尽管是个企业家，可依然是在田地里打转。从外表看，他是一个有几分斯文的陕北汉子，和一般的“煤老板”有很大的差别。但他的确是“煤老板”，在内蒙古和陕西的多个地方有自己的煤矿。

华商大会上推介项目

“我是陕西圣唐乳业发展有限公司董事长武壮田，公司总部西安，基地位于‘奶山羊之乡’陕西省富平县，北京即将成立研发中心和营销中心。”

这是武壮田在北京华商会上的激情推销。

“关中大地现存栏的30万只奶山羊乳汁，催生了我们陕西圣唐乳业的面世。”

“公司的发展代号是‘3162’，它的定义是：高端奶山羊富民产业。3个1的含义是：1.将小奶羊培育成为1项农民增收、企业增效、财政增收的大产业。2.探索出1种‘政府+龙头企业+高校科技+农民奶合作社’的产业富民新模式。3.将富平打造成一座世界著名的精品羊奶加工乳都。6个2是指：1.企业投资2亿元人民币发展奶山羊富民产业工程。2.建造200个配备机器挤奶站的集约化奶山羊养殖小区和奶山羊专业

村。3.发展20万只奶山羊。4.开发出两大系列的奶山羊新产品。5.形成20亿元产值的经济效益。6.规模养羊户户均收入超过2万元。”

“我们要在陕西创建中国良种奶羊繁育强省，打造世界驰名羊奶加工乳都，将小奶羊培育成为利国利民大产业！”

艰苦创业赢得荣誉

武壮田像很多60年代出生的人一样，家境贫寒。回忆儿时替同学写作业挣个窝头吃的趣事，他忍不住笑了。

他学的是畜牧，这个专业和他正在创建的事业有多少关系不说，起码也是一种情缘。但毕业后，他的工作的确和专业结合得紧密——在家乡神木县种鸡厂做了常务副厂长，那是1989年，并且一做就是多年。赶上改革开放，他承包了厂子，依旧做得很艰苦。但作为一个有想象力的企业家，这时候的武壮田已经有了不一样的想法。2000年，他把鸡厂改成了华宇生态农牧有限公司，还在种鸡的人工授精方面琢磨出了一些科技创新。为此，他入选了1999年共和国农业专家名人录；2001—2002年，他受到团中央、科技部的表彰，获得了“全国星火科技带头人”奖，省里也授予了他“优秀企业创新奖”。

这些奖可不是白得的，武壮田为此付出了很多。春节极少在家过，家

以洞为主打项目的观念也被彻底颠覆，陆续推出的天然氧吧竹海、茶博园使宜兴景点呈现出多面性，逐步被上海人锁定为旅游新“热门”。

昌兴猪“拱进”世博园

宜兴昌兴生态农业发展有限公司是此次获世博会无锡市供沪农产品资格的6家企业之一，也是惟一家以

相关链接

小肥羊简介

内蒙古小肥羊餐饮连锁有限公司是一家以自然人做发起人的股份制企业，公司于1999年8月诞生在草原鹿城——包头市，以小肥羊特色火锅连锁为主业。于2008年6月12日在香港上市，是中国首家在香港上市的品牌餐饮企业（股份代号968），被誉为中华火锅第一股。

小肥羊公司现拥有一个调味品基地，两个肉业基地，一个物流配送中心，一个外销机构，国内五大餐饮市场区域，国际三大餐饮市场区域的大型跨国餐饮连锁企业；360家火锅连锁店遍布了全国各省、市、区（包含：直辖市、特别行政区）以及美国、日本、加拿大等海外市场。

提供生猪为主的企业。

自从知道公司饲养的猪进入了世博会后，昌兴公司员工都充满了自豪感。这“世博猪”的“诞生”还真是不易——从小猪崽到出栏的近200天中，吃的饲料都必须来自有国家批文的大厂家，还要定期补充维生素和各种微量元素。“世博猪”在“出师”前，还要经历两次“美貌与体格”的考验。猪场里会进行一次初检，皮肤差

牛文文：中国企业家都应去感受世博



近日，《创业家》杂志创始人、总编辑牛文文指出，中国的企业家都应该去上海亲身感受下世博的魅力，以及参展各国著名企业展示的高科技所带来的巨大附加值。

牛文文表示，希望本次世博会能成为中国软实力的一次集中的展示，同时也将反映中国企业家群体在改革开放30年来的成就。

“中国经济正在经历由中国制造向中国创造的转变，而参与展出

的国外企业展出的不仅仅是硬件产品，我们的企业家都该认识到这种创造力所迸发的高附加值，这才是中国企业家努力的方向。”牛文文说。

他最后表示，中国的企业家群体都应该去亲身感受下上海世博的魅力，从世博会可以学到很多东西，尤其是目前大部分中国企业所欠缺的创造力，和这种创造力带来的高附加值。 李松伟 摄影报道

获得了大形势和政策的益处。这期间他先后参股五六个煤矿，其中大多数为百万吨以上的矿。

也就是说，他的这一次转型，其实并不是出于对煤炭资源整合的担忧。他并不担心被关停或是被国有矿“吃掉”，那么，他手握巨资不去增资那有着巨额利润的“黑金”生意，为什么选择了公认的微利行业农业呢？

武壮田的回答出乎意料，他并没有“在商言商”，只是淡定地说：我觉得我的价值不在煤矿上，我要让我的个人价值最大化。这也就是为什么要转型的真正原因：第一，我是一个农民儿子，我富了，我要让我的家乡和乡亲也富起来；第二，所谓民生，我想不能只是政治家的事，企业家也有责任做自己力所能及的事。

“把小山羊做成大产业”

国务院总理温家宝接到曹斌云等科学家关于大力发展奶羊业的来信，两次来到全国惟一奶山羊基地陕西富平考察，指示要“把小山羊做成大产业”。感念于总理指示，圣唐乳业武壮田开始了他的实践和探索。

“我要做到四方面利益的一体化。第一部分是20多万奶农，他们的30万只羊遭遇了近些年来最低的价格，有的几乎就是奶当水卖都卖不出去。所以这是我一定要做到的。第二部分则是企业盈利，这个我们做过充分的市场调研，我有信心。第三是为

政府分忧，如果我解决了奶农的销路问题，解决了当地的就业问题，就达到这个目的了。第四是国家利益，低碳绿色经济，这个产业正是国家所倡导的，我很自豪。”

武壮田不仅自己做出了转型，而且还把他做煤生意的合作伙伴也拉了进来入股一块做。目前，一个25亿多元的投资项目已经启动，现代化的设备、自主的知识产权、2000多亩待开发的基地、西北农大的研发队伍、UHT核心技术，待开发的1000亿元的液态奶市场……不只武壮田看到了前景，他获得了世界银行西安办事处在考察这个项目后提供的160万美元的扶持。专家认为这是一个很可能引领一次食品革命的好产业。

武壮田的下一个目标是上市，他说一个现代化的企业不能够像从前的粗放式的煤炭经营那样“钱进去钱出来”了，而是必须有完备的企业运营体系。2009年11月，一个现代化的企业改制完成，并且一个强大的奶源地、研发(以西北农大科研人员为主组成)、生产加工(基地放在著名杨凌农业示范园区)、营销、资本运营的集团组织架构已经形成。

武壮田说，伊利、蒙牛开启了中国奶业的第一次革命，让牛奶走进了千家万户，那么，圣唐奶业要做的则是使更具营养价值的羊奶进入中国液态奶的高端市场，开启中国奶业的第二次革命。