

6 经营故事 Business Story

不管是经营企业,还是承续家族,王均豪心中最清晰的目标只有两个字:百年 民营企业家王均豪的百年理想

■ 宋厚亮

改革开放之后成长起来的中国第一代民营企业家中,王均豪应该算是最年轻的一个。生于1973年的他正值壮年,思考的问题却很长远,他现在想得最多、做得最细的事都与企业的“百年大计”有关。

38岁思考“百年企业之路”

20年前,在湖南创业的王均瑶、王均金和王均豪三兄弟,承包了从长沙到温州的航班,并于次年创办民营包机公司,开创国内先河的同时,也以“胆大包天”扬名业界。令人惋惜的是,大哥王均瑶在38岁那年病逝。经历了失亲的沉痛之后,这个家族并没有四分五裂,依旧抱团发展。王均豪更是提出了“打造百年老店”的口号。

2011年,均瑶集团举行20周年庆,三四百位企业家应邀出席。最初,王均豪打算采用常规做法,将大家聚到一起,吃喝一顿。后来他改了主意,决定用聚餐的钱办一个论坛,主题是“百年企业之路”,同时,向西部教育捐赠2000万元。

出席“百年企业之路”论坛的企业家中,声名最显赫者,均为第一代企业家,如联想集团董事局主席柳传志、远东控股集团董事局主席蒋锡培等。唯独有一位例外,就是来自香港李锦记集团的李惠森。作为李锦记家族的第四代掌门人,李惠森在论坛上透露,自己家族之所以能延续100多年,并始终和谐稳定,主要在于一个模式:成立家族委员会,下设家族业务、家族办公室、家族慈善基金、家族学习及发展中心,家族成员各司其职。

这引发了王均豪的思考。当时他38岁,孩子正读中学,他寻思着,待到孩子长大,二代、三代成员多起来,也需要成立家族基金会,有的接管企业,有的掌管基金会。

讲良心的企业才能走得远

在王均豪三兄弟走出温州打拼前,没多少文化的父亲送给他们一句话:不管做什么

广西宜州:小桑枝循环出亿元大产业



■ 孙志平 夏军

种桑养蚕,废弃的桑枝如何处理?随意丢弃会破坏桑园,焚烧则易污染环境。这成为不少地区面临的难题。但在中国桑蚕之乡——广西宜州市,废弃的桑枝却成“宝贝”:桑枝磨成粉末状,制成菌棒发酵食用菌,菌棒废弃的菌渣再化为“抢手”肥料,回归田野。在当地,这些小桑枝已循环出超过2亿元产业链。

记者从宜州市循环经济办公室了解到,当地共有30万亩桑园,即便按每年每亩1吨桑枝计算,宜州市每年至少产生30万吨废弃的桑枝。

如何将这些废桑枝利用起来呢?不少农民利用桑枝烧炭、造纸,但都没有成功,直至多年前,有农民利用桑枝培育食用菌,发现效果绝佳。

“将桑枝磨成粉末状后,打包成水杯大小,进行高温消毒,然后注射进入菌种,这些‘水杯菌棒’便能生长出食用菌了。”农民韦柳业说。

记者在宜州六坡一家桑枝菌业工厂看到,一片130多亩的土地上搭起了10多间黑色的大棚,每间大棚分置5层,放置着数万个食用菌菌棒。“这些食用菌十分可口,备受欢迎,远销香港、深圳、广州和上海等地。”韦柳业说。

韦柳业说,制作菌棒的桑枝是从农民手中买来的,每吨收购价为300至400元,村民们通过废弃的桑枝赚了钱,又保护了环境,在宜州市这已形成一整条产业链,有人专门收购桑枝,还有人专门对桑枝做粉碎。

“每根菌棒大约可产出8次食用菌,之后便被废弃,但这些菌棒里的菌渣,又可以再卖给瓜农和果农当做肥料,形成一整条循环产业链,菌渣制作的肥料非常抢手,每车肥料可卖1000多元,瓜农和果农主动上门收购。”食用菌养殖户韦孟娥说。

在政府部门的引导下,一些边远山村的农民也开始将桑枝利用起来,培育食用菌。宜州市副市长蒙润武说,这一整条从“桑杆—食用菌—有机肥料—农田”的农业循环经济产业链还带动了大量留守妇女就业,宜州市共有6家食用菌工厂和60户种养大户,为留守妇女提供了超过400个就业岗位,其他专门收集桑枝和粉碎桑枝的从业人员更是难以统计。



事,都要摸摸胸口,讲良心。这句话,兄弟三个都记住了,此后也时常提及。

“不能昧着良心赚钱,”王均豪认为,“好人总有好报。”他的好报在2008年表现出来。2008年的三聚氰胺事件,让国内乳制品企业几乎陷入绝境。“我们的情况还好,就算半夜有人敲门,也不怕是鬼敲门,睡得安安心心,很舒服。”

均瑶集团一直实行多元化发展战略,1994年进入乳制品行业,成为地方知名品牌。此后,乳制品行业竞争越来越激烈,尤其是纯牛奶市场,价格战成了主要的竞争方式。

为降低成本,乳制品企业先是加水和植物蛋白,接着加奶精——化学合成的牛奶。在这样的竞争态势下,均瑶要么跟其他乳企一样做假,借此打赢价格战,要么就退出市场。2004年,在上海市场上,均瑶乳品已经稳坐第二把交椅,但为贯彻对顾客负责的理念,王均豪主动砍掉了该业务。

让家族企业成为百年老店

之所以要做好企业,据王均豪解释,是因为他要做百年老店。

有时,文明就是不留任何足迹——众信旅游高端旅游部经理罗亚华速记

■ 钱春弦

“带走每一片纸屑,不留下一片垃圾”——这被许多人认为是文明旅游的最好写照。而在众信高端旅游部经理罗亚华心中,文明旅游就是不留任何足迹,特别是在新兴的极地旅游中,显得格外重要。

2013年7月21日,对罗亚华和海达路德前进号游轮上的每一个人来说,都是难忘的一天:他们的北极之行第一次登陆。按照船方规定,为安全起见,登陆必须穿戴防寒服、救生衣、防水靴等装备。整套装备的穿法十分复杂,加之更衣室较为狭窄,室温达25℃,身着厚厚防寒服又忙中出乱的游客不在少数。此时,经验丰富的罗亚华已提早穿好整套装备。在忍着酷热帮助其他游客穿戴防寒服同时,他又开始宣讲“不留下任何足迹”的理念。

这是每次南极和北极之旅中,罗亚华以实际行动向游客宣扬的文明出游、注重环保



理念。他说,在南极大陆,雪深深浅浅,人们走过雪原时难免会一步留下一个脚印形“雪洞”。在南极,这平常的脚印可能会成为企鹅的陷阱。憨态十足的小企鹅是不会飞的,笨笨的它们习惯跟着脚印走路,遇到人类的脚印就会掉进这个“雪洞”中。对于“雪洞”中的小企鹅,由于爬不上来,最终可能走向生命的终点。为此罗亚华要求众信旅游的领队,在登陆前一定告知游客,每走一步都尽量将身后的脚印用雪填平,免得可爱的小企鹅掉进“雪洞”。其实,对极其脆弱的极地环境来说,

1993年前后,王均豪兄弟已经赚到了足够用一辈子的钱。“钱已经够多了,接下来干吗?当时真没想明白。刚开始比较穷嘛,所以追求物质,追求钱,追求到一定阶段时就开始迷茫。”迷茫之后,王均豪终于想明白了,物质追求之后是精神追求,于是他开始做企业品牌,还想把企业做到有生之年里始终存在。

传统文化中,王均豪尤好儒家文化,一部《论语》,他反复读了许多遍。而在儒家思想中,他又特别欣赏“中庸”。可以说,中庸的理念贯穿于他的整个生活和企业管理之中。他喜欢打高尔夫,却把自己定位为“高球中手”,认为打到七八十杆就可以了。对于孩子的教育,他认为如果班里有40名学生,那么只要考到第19名就行——他将之调侃为“51%控股”。在企业财务上,他告诉财务总监,有资产做抵押贷款的时候,不能超过80%,始终要留20%。

在打造百年老店时,王均豪认为也要遵循中庸的理念。尤其企业发展速度上,更是如此。

“我们的目标是做百年老店。但我现在很淡定,不想跟谁比大小,不会急功近利,顺其自然就好,追求中庸。我们定目标也不会定得很高,中庸就是让你不要定太高目标,做到七八十分就可以。用人生来作比喻,人生应该是马拉松,不是短跑。我的目标就是人生,是长期的,所以我思考问题时,会把做久放在第一位、做强放在第二位、做大放在第三位。”王均豪说。

王均豪既不像大哥王均瑶那般猛进,也不像温商或浙商那般冒险。在王均豪看来,打造百年家族与打造百年企业,是并驾齐驱的两件大事。他深入研究过西方国家家族企业的传承状况,得知家族企业从第一代向第二代传承的过程中,只有30%的成功率。而成功的重点,则是通过言传身教,培养子女。“简单说来,传承不是一两天的事。要把孩子培养起来,让孩子知道,他不是为自己而活,而是为企业的精神、使命而活。”王均豪相信,“只要把下一代培养成人,懂得为人之道,懂得儒家,他就会为家族荣誉而战。”



无论北极还是南极,这都体现了一种最细心的呵护。

罗亚华说,游客们对此大都牢记在心。当然,团队中也会有身体较弱或者年老的游客,他们可能在行走中力不从心或偶尔忘记了“填洞”。众信旅游的领队和年轻游客会在全员登船后,仔细检查一遍每个雪洞,以确保所有洞都被填平。罗亚华认为,这样小小的一个举动,是将人类文明带到了极地,也是对国内游客保护动物、保护自然的引导。

个性企业家褒奖个性学子

■ 吕珂

8月18日下午,华佗论箭组委会首席专家、太平洋商学院院长严介和冒着酷暑来到位于江淮之间、巢湖之滨的安徽合肥,为合肥100名兼具“个性、聪明、善良、勤奋、健美”的学子亲手颁发了个性奖学金,每名学子获得一万元奖励。

个性企业家倡导个性理念

身为“华佗论箭个性奖学金”的创办者,严介和本身就很好地诠释了个性二字。作为一名企业家,他曾被冠以“全球华人第一狂人”、“财富黑马”等光环,上世纪80年代,经过公开竞争,一路过关斩将,连续坐上多家濒临倒闭的国有企业、集体企业的厂长、经理的“破座”,后又经历了三十多年政商媒的摸爬滚打,心血沧桑。从教从文十年,官商“掌门”十年,私营“老板”十年。先后成就了上百家企业。他特立独行,桀骜不驯,面对媒体公众的质疑与追问,潇洒处之,永远理解别人对自己的不理解。

谈到个性,严介和以“鲁班门前弄大斧”为例,他认为,“鲁班门前弄大斧,是学习方式的大胆创新,通过一种颇具风险的方式,进行的一场自我挑战,不是为了挑战对方,而是为了挑战自我,不是一心求胜,而是独孤求败。



以主动激烈的态度,冒着人格被贬损和可能遭受身心重创的风险,暴露自己的短板,怀着焦渴之心,以期得到指点和提高。”他将此看成一种最有效的学习方式,更是人生的一种豁达,“接受挫折和挑战就犹如接受新的荣誉。”

自“华佗论箭个性奖学金”从去年实施以来,受到了社会各界的广泛关注,一时间“个性”、“个性化教育”更是成为各界评论的焦点。

据了解,在斥巨资奖励个性学生的同时,为了吸收、培养更多的个性化人才,多年来,

一位印度企业家的中国商业梦想

■ 邱小玲 贺丽媛

K.R. 纳卡拉吉先生是一位印度企业家,同时也是著名的服装设计师。随着近年来中印贸易的快速发展,纳卡拉吉先生更多地把目光投向了中国市场,也因此越发忙碌,经常奔忙于两国之间。

纳卡拉吉先生是印度拉姆拉吉公司的董事长。这家公司成立于1983年,位于印度纺织业的中心,棉针织品的出口要塞——泰米尔纳德邦蒂鲁鲁市,是当地著名的针织服装公司,主要经营纯棉针织纺织品。之所以给公司取名为拉姆拉吉,纳卡拉吉先生说,这主要是因为他的父亲。

“我父亲的名字叫拉姆萨米,我的名字叫纳卡拉吉。这两个名字合在一起,就是我现在公司的名字。现在我的公司在泰米尔纳德发展良好,离不开我父亲对我的鼓励,才能有今天良好的局面。”

从事纺织行业的纳卡拉吉先生,也和印度的国父甘地有着相似的理想。甘地认为,只有纺织农户收入提高,农村经济发展,全国的经济才会发展。考虑到南印度非常热,拉姆拉吉公司决定只生产吸汗性好的纯棉纺织品。公司为客户提供定制服务,生产各式服装。如今,拉姆拉吉公司生产的服装几乎遍布印度各地。

在拉姆拉吉公司的生产车间里,工人们井然有序地在工作,络纱、缝合、手缝、检验等针织流程有条不紊地进行着。纳卡拉吉先生说,这一切都得益于他的一次中国之行。

“我和妻子曾去中国旅行,到了中国首都北京,爬了长城。也去上海体验过那里的繁华。我也去过苏州,我的一个兄弟在那经营原材料处理公司。公司里的中国员工都非常勤奋刻苦,他们(工作流程)都十分井然有序。看到这个情景,我就决定把这里的管理理念带回印度,把这种工作方式教给我的员工。”这次的中国之行,给纳卡拉吉留下了深刻的印象。此后,他一有机会就去中国参加纺织展、旅行。正是因为参加纺织品展览的经历,慢慢让纳卡拉吉萌生开拓中国市场的想法。

“看到这的展览有如此大的规模,我很吃惊。我很想去中国做生意。在我们印度,也能看到许多中国的产品。我们公司采用的缝纫机就是中国制造的。和其他国家的缝纫机相比,中国的缝纫机性价比更高。”

除了高性价比的“中国制造”能为公司在一定程度上减少生产成本,对纳卡拉吉来说,中国的服装消费市场也极具吸引力。中国有超过十三亿的人口,是全世界最大的服装消费国。对于任何一家企业来说,能够进入中国市场就意味着更多的商机。

“我很希望能够进入中国市场。我的目标是冲出印度,向亚洲甚至全世界销售我的服装,这是我的梦想。我们公司的销售额每年以40%-50%的速度增长。我相信,我们能在中

国取得和在印度一样的成功。中国人和印度人在很多方面有着共同的喜好,我相信我们能够在中国取得成功。”

在纳卡拉吉先生看来,中印经贸合作发展潜力巨大,合作才能带来双赢。而对拉姆拉吉公司来说,走出印度,走向世界的目标也会越来越近。

“中国和印度是世界上的人口大国。中国的经济不断发展。但是,印度还没有达到中国一样的发展速度。这是事实。如果我们都能全力投入工作,我们也能像中国一样快速发展。如果两国政府深化合作,加强交流和往来,世界市场将会是中国和印度的。”

小企业却依旧面临着“用工荒”。“就业难”与“用工荒”两个矛盾现状尴尬共存并愈演愈烈,俨然成了影响中国经济和教育发展的突出问题。

不久前,严介和接受媒体采访时表示,“就业难”与“用工荒”的矛盾共存是“与市场脱轨、政府包办教育”的结果,其根源在于我国接受高等教育学生比例的失衡。他说,世界发达国家接受高等教育孩子的比例一般最多不超过35%,其余65%-70%都会学习技工专业。与此同时,中国普及高等教育的政策,使孩子们都上了大学,但根本却没有学习到具体的技能,且毕业后,中国大学生的就业市场明显“供大于求”。严介和预言,诸如这种“用工荒”与“就业难”的不尽如人意的现状未来10年将愈演愈烈。

现今同质化教育让严介和痛心疾首,面对培养“温室中的花草”的教育模式,他的内心充满了忧伤,进而表现出愤慨。他说,“同质化教育抹杀了个性,差异化教育培植了个性,未来一个国家、一个民族的竞争,不在同质化,而在差异化,差异化缘于个性化。”

严介和向记者透露,出身教育世家的他最终的目标就是回归教育,创办世界顶级的大学——华伦大学。“我要办成一个真正意义上的先商而后学的商学院,彻底改变现在中国的商学院没有‘商’只有‘学’的局面。”