

搭上“蓝色战略”快车的企业家们

□ 娄花

青岛晓阳春茶叶有限公司董事长、青岛茶叶协会副会长匡新表示,要借助蓝色经济“顺风车”,让崂山茶走向全国,走向世界;青岛雪驰集团公司总经理宋英新称,他打算借助蓝色经济这个“快车道”让企业成为国际知名品牌;而贝尔特生物科技有限公司董事长曹荣军,是“蓝色事业”的领军人,对蓝色事业充满信心;中国海瓷艺术研究院、山东珍珠瓷业有限公司董事长郭春森表示,他们将把贝壳与文化结合,使海洋产业更具生命力。5月22日,记者采访了四位得益于半岛蓝色经济战略的企业家,了解他们的“蓝色战略”。

崂山茶 搭上顺风车走向全球

匡新是崂山人,在大家的印象里,他不仅有着精明、干练、敏捷的头脑,更有着为人真诚、朴实、豪爽的性格;他不仅是一个经营有方、商场得意的企业家,更是一个重情重义的文化人。多年来,他钟情于北方茶的种植与加工工艺的研究,更执著于茶文化的弘扬和传播,这也是他事业前进的不竭动力。5月22日,青岛晓阳春茶叶有限公司董事长、青岛茶叶协会副会长匡新接受记者专访时称,他搭上了半岛蓝色经济战略“顺风车”,让崂山茶走向全国,走向世界,走向高端。在匡新看来,借助蓝色经济战略发展的契机,崂山茶要做大做强首先要做“精”。受崂山茶种植面积的影响,



匡新

崂山茶今后的发展之路应该是走高端。“明年我们将在市场上打出‘晓阳春’与‘晓阳’两个品牌,其中‘晓阳春’是面向高消费群体的高端品牌,而‘晓阳’则是面向大众消费群体的中间品牌。”匡新说。

不仅要走向高端,还要走向全球,“我们已经有了走向全球的基础了,比如,罗格曾经专门品过崂山茶,世博会上也有我们的茶。”匡新说,山东半岛蓝色经济区战略成为了他们的“顺风车”,加快了崂山茶走向全国、走向世界的步伐。

借助蓝色经济“福星” 提升纺织服装品位

在青岛雪驰集团公司总经理宋英新眼中,“蓝色经济”是福星高照,他打算与更多的外商投资交流,加大产品的出口,几年内借助这个快车道成为国际知名品牌。蓝色经济也给我们提供了国际化的舞台,与更多的外商投资交流,加大产品的出口,几年内借助



郭春森

这个快车道成为国际知名品牌。”

“像欧洲的服装一样,我们也要打出名气。”宋英新认为,借助蓝色经济区域化发展,可以改变单一的产业链,结合红岛的优势,建立纺织服装产业集群,提升青岛纺织服装的文化品位,来叫响“青岛派”服装。宋英新认为,一个企业要发展,一靠团队,二靠产品,三靠创新。“我认为,创新不是深奥的东西,而是在工作中的每一点、每一滴中,有人根据实际情况,改进了工作流程,这就叫创新;别人没发现,你发现了,这也是创新。”

充分利用海洋资源 将贝壳烧制成瓷器

中国海瓷艺术研究院、山东珍珠瓷业有限公司董事长郭春森目前正专注于一件事——使用海洋中的贝壳做原料,通过特殊工艺烧制成贝壳瓷,他们的产品还成为上海世博会山东馆送给游客的礼品。郭春森说,这次蓝色经济的提出,给他们依托海洋科技的企业



曹荣军

一个很大的机遇,他们将把贝壳与文化结合,使海洋产业更具生命力。

说起“贝壳”,从研发、投产到推广都参与其中的郭春森显得无比自豪。他介绍,上世纪90年代初山东省提出“海上山东”的战略后,“贝壳开发增值”课题被列入研究日程,1993年贝壳加工作为山东省第一批“科技兴海”29个项目之一投入生产,至今经过17年的发展已经很有规模。

“贝壳的不吸水性还要好,不结水垢,因此贝壳是生态环保的材料,还不含重金属。”郭春森说,滨州市无棣县的海岸线有102公里,有取之不尽的资源。无棣境内渤海岸线有两列平行的贝壳堤,号称世界三大贝壳堤岛之一。因此,无棣贝壳的生产具有得天独厚的地理、自然资源条件。

借助先进蓝色技术 发展海洋生物行业

曹荣军,贝尔特生物科技有限公司董事长,海洋生物的倡导者,“蓝色

事业”的领军人。曹荣军回忆当年,他为自己的选择而自豪;畅想未来,他对蓝色事业充满信心。

2000年手持千万元资金再到青岛创业。曹荣军的家乡有几百家软骨素生产加工工厂,工厂规模都不大,且设备简陋,造成了很大污染,但市场需求量大。曹荣军想,如果能改善设备,将会减少环境污染,而且提高利用率,海洋生物行业是一个很大的商机。

“那是一段备受煎熬的岁月!”终于设备研发调试成功,并通过了省级专家鉴定,这项技术已经达到了国际先进水平。“我们的国际领先技术是吃着红薯干出来的!”曹荣军眼角有点湿润地说。

现在的“贝尔特”已经发展成为集研发、生产、国际贸易为一体的高科技生物工程公司,是鱼胶原蛋白国家标准制定者之一,海洋鱼低聚肽粉国家标准制定者之一。“以青岛为核心,我们将首先在海洋建立生物产业基地。”谈起未来,曹荣军更是信心满怀。

企业经营是一个孩子的培育过程

□ 白浅

用一个形象的比喻,经营企业就是抚养一个孩子的过程,孩子在刚出生时,就是只需要关心他的衣食起居,只要一切正常,就不会出现过多问题,到了2-3岁,父母就成了小孩的启蒙老师,小孩将形成最根本的思维基础,当到了3岁以后,这是孩子思维发展最黄金的时间,父母将对孩子的学校特别是老师的选择特别关注,直至其在社会上独立。如此来说经营一家企业,从创业初期,创业者特别关注的是原始资本的积累,只要企业不愁客户,不愁资金就是最大的胜利;到了企业成立了3年,度过了企业能否成活的分隔年限,企业进入

的高速发展时期,这时创业者除了关注客户,更多的发现企业不好管了,就像孩子有了自己的思想了,不是父母说什么就接受什么的时候,因为企业发展必定需要更多的人才,而每个人之前的经历将影响现今公司的思维理念,经营成本的提高,企业经营者必须更注重开源,压力在这个时候更加加大,内忧外患,所以这个时候经营者会选择寻找初期的职业经理人或自我培养,正如小孩需要上幼儿园直至小学了,需要真正专业的启蒙老师,而这个时期的启蒙老师将影响小孩今后的根本性的发展;经过了一段有效地发展,企业逐渐更多的是全局的均衡发展,就像孩子上初中和高中,企业的优势逐渐形成,发展方向

已成熟,企业进入了成长期;最终企业进入优势整合期,也就像这时的孩子进入了大学并即将独立,将逐渐自行判断自己的方向,并按照自己形成的思维参与社会活动和竞争,这时的父母就如企业家所表现出来的那份自豪和成就感!

也许上面的这种比喻不是每个人都认可,但是事实上我们仔细思考一下,正如此。现在中国这占企业总数99%的中小企业大多处于第一、二时期,而对于处于第二时期的企业,很多企业经营者的内部管理产生的职业经理人将内部管理工作抓起来,自己只需要关心订单就好,可是要知道职业经理人也是从不同的地方来

的,他会有很多新的想法给企业注入活力,但是企业是你创办的,你的思想就是企业的思维,这个经理人能否有效的支持你的思维,并将这种思维转化为行动,并在不合理不合适的地方修正,成为你有力的合作者和推动者,这是需要一种有针对性的符合企业实际情况的协助,这也正是顾问式管理咨询的主导方向,也正如老师与父母对孩子的教育,就是管理者和企业家的配合作战,管理者应与企业家思维统一,授企业家的孩子的管教方法,而不是单单一个现在还不错的孩子,因为孩子的成长是与企业家同步的,但是老师在不同的阶段是不能一样的,这与老师本身的侧重能力有关。

就现今的企业管理咨询行业,大多是以复制拷贝的方式对企业进行咨询,并未仔细考虑企业的实际情况,未

量体裁衣,5岁的孩子,上衣坏了,直接给了件8岁孩子穿的上衣,因为只考虑了他的基本需求,但未根据他的实际情况,可能孩子临时穿了穿,但是觉得不合适,迟早还是会穿属于自己的衣服,这也是很多管理咨询公司所制定的管理模式最终未能实施或实施不彻底的根本原因——量体裁衣问题,另一情况,大多数企业经营者对智慧的尊重程度的片面考虑,对管理咨询公司的名气及所作案例过多的关注,而非注重管理咨询公司的侧面,最终执行管理咨询师的实践能力,任何一件事情,不同的人做效果不同,这是人的问题,不是事情本身,当然也会有一些外界因素的原因,但不是主要问题。

让企业家与帮宁咨询服务机构来共同培养这个要面对更加严峻的社会环境的“孩子”!

儒商赵伟国:商道即人道

□ 关娟

赵伟国十一岁以前的日子是在新疆沙湾县一个偏僻的小村庄度过,于是中原的厚重和西北的雄浑,都融入到他的血脉里;而父亲的才华和母亲的坚韧,也同样遗传给他。

缘结清华

赵伟国说:“上大学前以为自己是天才,进了清华却发现天才是别人”,但乐观积极的性格没有使他产生迷茫,他逐渐适应了大学的生活,慢慢找到了自己的角色,当过生活委员、班长,学习也波澜不惊,入学时在班里是第17名,毕业还是17名。

大三时,一个同学的父亲从台湾带回一本书——《硅谷热》,书中讲述了苹果和惠普公司的创业故事。这本书被同学竞相传阅的书深深地影响了赵伟国的人生选择。他萌生了创业的想法,梦想有一天可以做一个产品,畅销全世界。

大学毕业后,赵伟国到中关村打过工,和朋友承包过海淀区水泥厂的一个公司,这些早期的商业活动,为他后来的发展积累了宝贵的商业经验。赵伟国如此概括那个阶段:做点小

事,赚点小钱,有理想,却看不清前途。他开始思考自己究竟要做什么,成为什么样的人。

1993年,赵伟国重回清华,师从龚克教授读研。年轻的龚老师的谦和善良、豁达睿智,对他的道德修养、价值观等都产生了极为重要的影响。有了社会工作的阅历,清华“厚德载物、行胜于言”的精神也开始真正日益渗透到其内心深处。赵伟国一边读研,一边在紫光集团兼职,同时更广泛地读书思考,在这个过程中,他在思想和精神层面逐渐有了一点积淀,人生规划日益清晰——企业人生。从1996年硕士毕业开始,赵伟国历经清华紫光、清华同方,到创办健坤投资集团(取自清华校训的出处——《易经》中的“天行健,君子以自强不息;地势坤,君子以厚德载物”健坤二字),再到2009年履新紫光集团总裁,他的企业人生历程始终与“清华”紧密联系在一起。

通向企业家之路

赵伟国硕士毕业后,分配到清华紫光工作,任紫光集团自动化工程事业部副总经理。1997年10月,他离开紫光,加入刚上市的清华同方,当年就参与了同方并购江西无线电厂的第一

次资本运作。虽然只是加入到一个大集团做事,没有创办属于自己的公司,但他认为这是自己创业的开始。

1998年4月,清华同方股份有限公司电子分公司成立,赵伟国出任总经理,这是他独立经营的第一个企业。此时,互联网正在快速升温,“当时感觉火车开过来了,是免费的,不坐一下太冤得慌。”赵伟国如是说。依托资源优势,他花50万元搞了一个医疗网站——中华医疗网;在互联网泡沫破灭之前,融到了500万美元的风险投资。这是赵伟国的第一桶金,也第一次展示了他对资本的敏锐嗅觉。“只和投资入见过两次面,就拿到了钱,那是一个疯狂的年代,现在回想起来,还像做梦一样”,赵伟国如是回顾他传奇般的融资经历。

从2002年开始,赵伟国开始进入城市基础设施、矿业、地产等领域,发展进入快车道。2005年,赵伟国带领团队成立了北京健坤国际投资管理有限公司(健坤集团的前身),业务涉及城市燃气、地产、矿产、互联网、软件、新能源环保等领域,他开始真正向企业家迈进。

赵伟国说他信奉比尔·盖茨所说的“世界不会在意你的自尊,人们看到的只是你的成就。”莫问耕耘有多少,



辛劳自有新收获”,迄今,健坤集团管理的资产规模已达40亿元。

商道即人道

“做人要厚道、宽容、大气、中庸、讲义气,做事要精明、严格、果断、无情、善变化,我自己总结叫做:先做人,后做事,厚道做人,精明做事,做人可以吃亏,做事不能吃亏。实际上,很多时候,做人就是做事,做事就是做人,很难严格区分,运用之妙,存乎一心。”赵伟国如是说,也如是做。

关于经济头脑,着重强调的是一种商业敏感度和判断力,这对决策层的企业家而言尤为重要。赵伟国不太关心那些大而无当的宏观论调和夸夸

其谈,他喜欢从实实在在可以控制的资源中,寻找行业的突破口,喜欢手头有充裕的现金储备,喜欢凡事留有余地。他认为商业的本质是为别人创造价值,如果加上“真诚地”为别人创造“超额”价值,自己的价值也会更大化。

在运作企业过程中,赵伟国坚持“小财在勤,大财在道。”

“道是什么,道就是境界,以及在此境界下的行动力;有时候,在别人看来是运气、勤奋和天赋,其本质的东西是企业家对社会、经济、政治、商业、管理和人性的深刻理解和由此产生的行动力,我们对财富的追逐,不是为了个人的生活和尊严,主要是为了通过创造和掌控更多的财富,更好地为社会做事情,更好地体现人生的价值。”

湖州 进军世博会企业 获取首轮商机

□ 卞继国

作为世博特许商品的“爱迪特琉璃”在上海世博园一露面便引起了不少商家的关注。有合作、代理、销售意向的商家接踵而至。以经营奥运礼品见长的北京“元隆亚图”日前向“爱迪特琉璃”下单制作7000个琉璃世博风光鼎。

上海世博会是连接世界的大平台,进驻上海世博会便是与商机结缘的开始。上海世博会开幕十几天来,浙江省湖州市进军世博会企业的各色产品在不同展馆和舞台展示着“湖州制造”独有的魅力。在吸引游人眼球的同时,也拨动了商家的神经。

浙江海盛科技有限公司生产的88寸Lcos大屏幕光学电视入驻世博场馆后,已经受到诸如苏宁、先科电器、思特莱斯等多家名企的青睐,表示了与企业合作的意向。“‘先科’首期会要我们5到10台大屏幕光学电视,接下来还想代理我们的产品”。公司副总经理张凯说,“世博会刚刚开幕几天来,企业便引来众多知名企业的关注,我相信,在世博会期间,我们还将赢得更多的机会。”

“老娘舅”在世博会上是当之无愧的“明星”,虽然直接接待客流能力达到7000人次,但还是满足不了游客对“老娘舅”美食的需求。“两个世博店相比而言,“老娘舅”在民企联合馆的店面客流量虽然不如欧洲馆区的店多,但前往民企联合馆那边参观的人许多是企业家,这给我们带来很多商业契机。”老娘舅餐饮管理有限公司副总裁金晓峰说。

据金晓峰透露,在世博会开张以来,已经有不少企业家向“老娘舅”表达了合作、投资等意向。“有一家地产商找到我们,说正在开发Shopping Mall(大型购物中心),希望把我们引进到里面去。”据了解,“老娘舅”今年计划在全国开出70余家连锁店,其中在上海开出15家(两个世博店除外)。金晓峰说:“老娘舅”在上海世博园的影响为我们上海开设连锁店带来了意想不到的方便,与过去开设连锁店相比,我们少了很多谈判的环节和沟通的细节,很多上海人对“老娘舅”表现的很熟悉。目前,我们在上海开设15家连锁店的计划在顺利实施。

与“老娘舅”联袂进入世博园的“丁莲芳”,通过在世博会的精彩表现,为“丁莲芳”、“周生记”联手入驻中华老字号商城打开了方便之门。湖州百年老字号“丁莲芳”、“周生记”本月初正式入驻上海中华老字号商城。新建的中华老字号商城位于上海浦东新区,是全国第一家采用专卖店形式汇聚最多老字号企业经营的商城,也是上海世博会对接配套项目。

湖州华天盛丝绸礼品被上海世博局指定为行政礼品后,吸引着很多中外商人的眼球。湖州华天盛丝绸服饰有限公司总经理杨海云说,过去,他们生产的丝绸产品基本上销往东南亚比较多,这次通过世博会这个平台,很多来自欧洲的客商看了他们的产品非常满意,纷纷向他们下了订单。据悉,湖北黄石、上海城隍庙两家公司正在与“华天盛”洽谈合作加盟的事宜。

除此之外,“善琏湖笔”、“翔顺工贸”、“安吉绿脚”、“周公笔庄”、“安吉‘宋茗’”等等,通过世博大平台也迎来很多不错的商机。合作、代理、销售成了湖州企业在世博会上赢得商机的“主题词”。