

吴招伦： 每一步都脚踏实地

□ 夏 凌

吴招伦是温州市中小企业发展促进会常务副会长、浙江康伦商贸有限公司董事长，一位年轻的温州企业家。

梅花香自苦寒来

1996年吴招伦大学毕业后，开始从事中药材的研究与产品销售。为了尽快地熟悉和掌握各种药材，他背起了有5000多种药材的中医药药品目录。他把背诵目录当成了一种兴趣爱好，一有空闲就研究。他还不辞辛劳，利用各种出差机会，前往四川、云南、西藏、东南亚等地了解当地的药材资源信息。就这样，他熟练掌握了各种中药材的价格、规格、用途和功效，即使10多年后，他依然能够说出其中四五百种主要中药材的性状特征。

1997年，虫草热方兴未艾，吴招伦也开始批发销售冬虫夏草、燕窝等高档保健食品。数年的积累，让他成为了虫草产品研发的专家。特别是许多业内人士都感慨虫草真伪难辨的时候，吴招伦却信心满满地告诉记者，他销售的虫草从来不会有假货。不仅仅是因为他多年来挖虫草“挖”出来的鉴别能力，更是在这一过程中与当地的虫草业者建立了十分互信的合作关系。

危机之中见功夫

2008年，美国金融危机爆发，温州大量的生产出口企业遭遇寒冬，迄今仍然有不少企业停产停工，吴招伦却凭借其扎实的底蕴，开设了浙江康伦商贸有限公司，攻城略地，开拓新市场。

吴招伦和他的团队们，咬牙克服重重难关，去各大医药公司开拓新市场，亲自带队去公关，如今公司的业务范围已遍及浙江省内各县、市。

“当初创业的时候，我们这个团队一年只能做到300万营业额。我们耐着性子，勤练基本功，每年都能保持着百分之二十到三十的阶梯式增长。”吴招伦自豪地告诉记者，“现在，还是这个团队，我们已经有能力破亿。”

随后，吴招伦又在国家农业部的支持下，与印尼农业部达成协议，在印尼建设燕窝生产基地。

“国家鼓励我们中国的农业走出去和引进来，燕窝的生产加工是一个高附加值的农业产业，我们在印尼不仅仅要收购优质燕窝原料，而且在今年5月份，我们还要上马三个生产基地，让中国的消费者吃到我们中国人在外国产出的燕窝。”吴招伦说，“我更希望把我们中国的中药材和保健食品卖到美国、欧洲去，让西方人也能认识到中国传统医学传承下来的瑰宝。”

多元经营结硕果

2007年，吴招伦偶然间进入了国内的房地产市场，并且先后在山东济南、滨州、河南商丘等地投巨资参与了当地政府的旧城改造项目。

不久遇上国家对房地产市场进行宏观调控，有人替他担心，认为一个长期从事保健食品行业的人投资房地产风险太大了。

吴招伦笑呵呵地告诉记者：“许多人投资房地产追求暴利，又过度依赖银行贷款，要求资金快进快出，暴利背后蕴藏着高风险。我和我的团队参与地方的旧城改造项目，虽然没有暴利，但是走得很踏实。”

为了做好几个旧城改造项目，吴招伦邀请了房地产业的资深人士加盟他的团队。

不久前，吴招伦在河南商丘参与的旧城改造项目一经推出，便获得满堂喝彩，以至于闻讯而至的国内多个市县招商局工作人员为争先邀请他去投资而大伤脑筋。

吴招伦说：“我的专业团队让我少走了很多弯路，团队里的每一个成员也都能获得他该得到的回报，我和我的团队都很满意。”

编前语：2011年，政府继续对房地产行业的宏观调控；新国八条，限购令……中央政府重拳频出，以求控制房价。

3月16日上午，刚从北京返回郑州的建业住宅集团(中国)有限公司董事长胡葆森，召开媒体记者见面会。在见面会上，老胡与来自河南各主流媒体的记者深入交流，不仅分享了两会的感想，而且就调控下的房地产市场发表了一系列精辟论断。

胡葆森：用20年做好一件事

□ 孙晓雯

在3月16日的媒体见面会上，有记者提出“老胡”是河南企业家的形象代言人。

对此，老胡说，他并没有想着去代言什么。只是为了让全国企业家尽可能多的听到河南企业家群体的声音，让全国企业家们了解到河南企业家群体的生存状态，他一直在努力；除了历时6年于去年完成的民营论坛外，还积极参与中国企业家的活动。

尽职尽责 尽心尽力

作为一位人大代表，老胡认为应该尽职尽责、尽心尽力。在两会之前经过对社会的观察思考，针对社会中存在的问题老胡提了五条建议，这是在尽一位代表的职责。

此外，作为一个企业家，作为一个扎根河南、立足河南的企业老总，站在企业的本位上，2010年建业确实取得了新的进步。表现在税收上，2010年建业缴税7.53亿，比去年多交了3个亿；企业的销售和竣工面积



也有所突破，2010年销售面积第一次突破了120万平方米，在全国销售面积上排在第二十四位。

老胡认为，作为一位代表，除了尽职尽责之外，还要尽心尽力，就是能够多做一些“自选动作”。比如说承担更多的社会责任，积极响应政府号召，多做一些公益事业。2010年，老胡个人向河南省文化事业捐助5000万人民币，定向做两件事：一个是河南青少年图书馆，现在图纸已经在设计当中了，很快就会开工；一个是2011

年着手筹建的河南省少儿美术馆。

此外，老胡参加生态组织已经有7年，足球运动也已经经营多年，去年还收购了航海体育场，旨在为全省老百姓奉献文化大餐，展现当代河南人拼搏向上、顽强进取的精神风貌。

调整战略 应对变化

老胡说，十二五规划里面有一个很重要的数据，就是在未来五年

要建3600万套保障房，假如一套按60平米算，差不多就超过20亿了，要按70平米就将近25亿平方米。在未来五年我们国家的房地产市场供应结构将产生一个质的变化，商品房的市場比例大大减少，未来5年可能只占到50%，这个结构变化将会对未来房地产市场包括对各个行业将产生深远的影响。作为房地产商，一定要认清形势，确立定位，调整战略，实现产品策略与营销策略的调整。

一个企业靠单一增长规模驱动引擎是不够的，所以按照国外特别是香港的投资惯例，建业将会提高商业地产和经营性物业的比例。相对于房屋销售收入来说，租金收入相对比较稳定。

做最成功 最受尊重的企业

再有两个月，建业就19周年，马上就要进入20周年的攻坚阶段。19年来，建业一直在探索，那就是做中原城市化进程和社会全面进步的推动者。

老胡说，如果只是单纯追逐商业

利益，那么建业10年前就具备了到一线城市开发的能力，之所以没有到河南，就是想用自己的实践完成这样一个探索：看能不能把根儿扎在河南，业务也不出河南，完成一个企业从小到大、从大到强的这样一个过程。现在看来，虽然在这条道路上走得非常艰难，道路虽然漫长，但是前景非常乐观。

老胡在企业内部一直在谈，建业从哪里来，现在走到了哪里，下一步要到哪里去。建业的核心价值观不是单纯的追求商业利益，而是要成为最成功的企业和最受尊敬的企业，让员工成长为最受尊敬的企业里面最受尊敬的人。

但老胡并不把最受尊敬的企业和最受尊敬的人当成目标去追求，它只能当成一个结果，老胡的终极追求就是扎根在河南，为百姓造福。在他看来，付出的越多造福就越多，赢得的尊重就肯定越多，赢得尊重是一个结果，不是一个目的。

老胡透露，下一步计划经过两三年的时间，完成建业战略的第二阶段——战略攻坚阶段，目标是在经营上要上台阶。

潘亚中：美酒中的“强国之梦”

□ 王海亮

熟悉潘亚中先生的人，会记得发生在几年前的一件事。

2007年5月，在文化部、商务部等国家五部委举办的中国(深圳)国家文化产业博览交易会上专门举行了世界名酒珍品拍卖会，旅美华侨潘亚中带来的“中华千秋大业酒”受到特别关注。该酒以福建平潭到台湾新竹的台海通道工程作为酒文化背景推出，最终一瓶陶瓷瓶的中华千秋大业酒以1.35万元成交。

2004年潘先生毅然回国推动“台海通道工程”。台海通道工程概念产业化的第一步，潘亚中成立了北京千秋大业销售有限公司。将台海通道工程转换为酒文化背景，生产“中华千秋大业酒”，正式注册了“强国之梦”商标。目的是传承华夏酒文化，开启中华酒精神。

为此，潘先生特别将中华千秋大业酒的酒瓶设计成一本卷起来的线装本的书。其内涵不仅是一只装酒的容器，更承担着对中华民族文化的传承和中华民族精神的发扬。中华千秋大业酒瓶的设计理念为：这是一本书，这是一页史书，十年功德，百年强国梦想。其酒瓶和酒盒上的图案也昭示着中华民族未来——北京—台北高速公路和高速铁路，即学术界称的“台海通道工程”，俗称“海上长城”。

自2006年中华千秋大业酒问世以来，已被人大、政协、统战、侨办、台办等党政军各部委以及民革、民盟、台盟、致公党等民主党派中央及侨联、台联、妇联等人民团体和数十家媒体用于国庆用酒、接待用酒和礼品用酒，人民大会堂、全国政协礼堂、北京饭店和钓鱼台国宾馆等重要会议用酒。

中华千秋大业酒珍藏版07年5月在文化部、商务部等国家五部委举办的世界名酒珍品拍卖会上以135万元成交。中华千秋大业酒在《人民日报》海外版、《人民论坛》、《中国民族报》、《科学时报》、《名牌时报》和美国《中国侨商》等海内外众多媒体广泛报道后，驰名海内外。

潘亚中先生说，他最初生产中华千秋大业酒，也没有打算要在中国长期做酒的生意，只是希望能够把酒送给中央各部委、社会各界的精英。让大家通过酒文化的方式更能够了解“台海通道工程”的概念。为此生产出来的中华千秋大业酒，几乎都送给了中央多个部委和社会各界的精英。全国人大常委会副委员长周铁农和400多位将军、部长也先后为“台海通道工程”的构想——“海上长城”题词。所以，我做酒的目的只是为了传播“台海通道

工程”这个概念，而不是只为了卖酒。酒送的越多，了解“海上长城”的人也就越多。几年来，先后赠送海内外社会各界30多万瓶中华千秋大业酒。

潘先生还说，他最想的是通过酒文化的载体，激发全国人民的爱国热情，增强中华民族的凝聚力和向心力。他不仅生产中华千秋大业酒，也在准备生产中华千秋大业茶、中华千秋大业饮料和“祖国统一时间表”的手表。就是希望把中华民族的千秋大业的概念产业化、生活化，真正融入到老百姓的心里去。有文物学家赞赏潘先生：你不是在造酒，你是在创造文物。现在，酒类收藏界以能收藏到中华千秋大业酒为一大乐事。

潘亚中有一个梦想：当中华千秋大业走向海内外华人华侨和普通百姓餐桌、融入每个爱国者的心灵的时候，中华千秋大业酒的含义一定会被每一个有良知的中国人牢记在心里。

美菱总裁王勇：追求诚信经营的新境界

□ 陈浩然

由于面临通货膨胀、成本上升、国家刺激消费政策效应趋向弱化等现实困难，国家电行业企业整体经营压力增加。出于竞争需要，为了抢占市场份额，一些企业就做出各种各样的承诺，广告一个比一个响，概念一个比一个大，消费者已经是云里雾里，晕头转向，不辨南北，不知真假。

关注消费者合法权益

“确实目前市场上少数品牌是假承诺不诚信，真骗人不负责”，美菱公司总裁王勇表示，一个诚信、公平的消费环境需要我们大家共同去追求。

据了解，为了给消费者创造一个公平的消费环境，美菱从2009年推行的“家电下乡冰箱十年免费保修”开始，就是开始了品质服务的发展之路。品质服务特指美菱冰箱提出的、超出国家法律规定的、对于品质瑕疵的补偿超出消费者预期的、追求消费公平的服务举措，主要包括“有建议就送礼，直到冰箱送给您”、“冰箱开机不制冷，美菱免费送给您”等。2011年2月份，美菱与中消协联手设立“品质服务先行赔付保证金”。“这是给消费者增加了保



障，让消费者的合法权益最大化，是对消费者最大的保护伞。”王勇表示，这样做可以真正免除消费者的后顾之忧，同时也给了我们自己更大的鞭策和压力。“大多数的厂家喜欢把争议的最终解释权留给自己，而我们把这个权力主动交给了第三方。”

工信部协调局副局长高素梅称，美菱的这些举措让消费者的权益得到更好的保障，企业注重产品品质、尊重用户利益的责任感和使命感，以及兑现产品质量的信心与决心，将把我国家电行业的诚信经营推向新的台阶。

掀起诚信经营风暴

如今，中国家电业发展日渐成熟，国家政策扶持陆续出台，十二五规划路线图也摆在眼前，但急功近利的思想却催生了大量恶性竞争事件，先有下乡家电质量差、返修率高的传闻，再有对空调、冰箱能效虚标的质疑，而个别生产企业、销售商钻空子骗取国家补贴的行为更是一再被曝光。

“我们有责任为消费者提供高品质的产品，并通过品质服务的开展，给消费者创造一个公平的消费环境。”王勇在接受采访时表示，先行赔付是给消费者上了另一层保障，让消费者的合法权益最大化。

作为28年专业制冷的家电企业美菱一直通过自身的创新与探索去找寻一个健康、规范的发展轨道。

自从提出“服务营销”发展战略之后，美菱创造性的提出了“冰箱品质服务，美菱追求公平”的创新策略，向消费者做出了“不满意您说话，折扣多少都不怕；有建议就送礼，直到冰箱送给您；冰箱开机不制冷，美菱免费送给您；好冰箱重品质，专家为您做见证”的承诺，各项活动便在市场上引起了强烈的反响，并为消费者的合法权益提供了新的保障。未来，家电行业内势必掀起诚信经营的风暴。

传统的价值观念

尽管是搞企业出身，但王勇对中国的传统文化和传统价值观很推崇。他认为，美菱推出的一系列品质承诺和服务举措，实际上就是服务多元化，是对于消费者剩余价值的体现，意味着将更多的好处让给消费者，将会极大地提升消费者对企业的满意度、忠诚度和认知度，美菱的公平价值观，实际上是中国传统的价值观念和价值体系的体现，这将是未来企业战略扩张的大趋势，也将在今后为企业的发展提供 stronger 的动力。

王勇说：在消费者权益保护日里，每个企业、每一种产品与服务都将接受消费者最深的拷问。仅仅这还不够，作为一个企业管理者，应该不时做自我反省，不断地总结改进，这样才能更贴近消费者，也才能搞好企业核心价值观的建设。

贵州玉屏：“产业支部”引领农民稳粮增收奔富路

□ 何天文 杨洪涛

“这几年，我们村的稻谷收购价格好，水稻全部实现满载满插，没有一分撂荒田。”地处黔湘交界处的贵州玉屏侗族自治县亚鱼乡郭家湾村党支部书记吴先明说。

当地村民种植水稻积极性高，这与“产业支部”的引导扶持分不开。春耕备耕时节，记者在亚鱼乡采访了解到，在上级组织部门支持下，两年前亚鱼乡以贡米产业为纽带，探索成立了“亚鱼乡郭家湾贡米有限责任公司+贡米经济专业协会+贡米产业示范基地”联合党支部，为农民种植优质水稻提供产、供、销“一条龙”服务，稳定和扩大粮食生产。

“贡米供不应求，行情看涨，国家还有补贴，村民得到了实惠，种植贡米的积极性越来越高。”走村串寨正张罗在今年扩大种植面积的联合党支部书记、亚鱼乡郭家湾贡米有限责任公司总经理田建华说，公司注册了“郭家湾贡米”商标，农村党员带头示范推广。目前公司在亚鱼乡的贡米订单面积有6400多亩，还带动周边多个县市农民种植面积约2万亩，产品销售到贵阳以及湖南、重庆等地20多个县市。

玉屏县及周边地区地处丘陵地带，气候、土壤适宜发展种植业。亚鱼乡有种植优质水稻的传统，出产的贡米颗粒大，做成的米饭香味四溢，近年来多次在省级农产品博览会上获奖，声名远播。

“产业上建支部，让更多老百姓共享贡米品牌带来的效益，实现了企业与村民互利双赢。”既是郭家湾村党支部书记、又是贡米产业示范基地党小组长的吴先明说，贡米产业联合党支部成立后，企业为农民免费提供优质稻种，与农民签订合同，开展培训，统一推广和指导种植新技术，每年还拿出一笔资金作为联合党支部的活动经费。

“每公斤稻谷收购价比市场价高出0.2元以上，生产管理上规范了，也不用愁市场销路了。”郭家湾村民对“产业支部”发挥的作用赞不绝口。据了解，2010年，郭家湾村农民人均纯收入3700元，其中一半以上收入来自贡米产业。

贡米产业支部、杨梅产业支部、茶叶产业支部……如今在玉屏，10多个农村产业党组织如雨后春笋般纷纷出现。玉屏县委书记杨春光说，把“支部建在产业上”顺应了农村新的生产力水平发展要求，激发了农村党支部的活力，带动一个产业，富了一方群众。