

# 虎林：水稻串起一个产业集群

□ 彭 红

水稻在黑龙江省虎林市浑身上下都成了宝：以大米为原料，开发方便饭加工和米蛋白、米糖、米粉加工项目；以米糠为原料，开发米糠油项目；以稻壳灰为原料，开发复合肥项目；以稻草为原料，开发稻草均质板加工；以稻壳为原料，开发稻壳发电、制碳棒……水稻在虎林串起了一个产业集群，不仅使稻谷身价倍增，而且实现了经济发展与生态环境保护的和谐统一和良性循环。

虎林市是国家级生态示范区和国家重要的商品粮生产基地和木材生产基地，耕地总面积 630 万亩，水稻种植面积 400 万亩，是全国重要的产粮大县、绿色食品主产区。2010 年粮食总产突破 20 亿斤，农业总收入实现 173 亿元，粮食生产连续五年获得大丰收，连续四年蝉联全国粮食生产先进县。

据虎林市委副书记胡明介绍，近年来，虎林市依托资源优势，围绕全面开发稻谷、发展低碳经济做文章。采取政府搭桥、企农衔接合作的方式，扶强做大了绿都集团，引进了中粮集团、中稻股份、清河泉米业等大集团、大企业，建设了稻米加工、米糠油、生物质发电等项目，使以往的“废料”稻壳、稻草变废为宝，延长了稻米产业的循环链，取得显著经济效益、环境效益和社会效益。

虎林市清河泉生物质能热电联产公司依托丰富的水稻资源，先后建设利用稻壳为燃料发电、供热的生物质热电厂 5 座，年均发电 49 亿千瓦时，可供热面积达 568 万平方米，年消耗农业废弃物稻壳 54 万吨，相当于节约标准煤 37 万吨。

“这些项目几乎吃掉了方圆七八十公里范围内能收到的所有稻壳。眼下，在虎林，稻壳的身价涨到了每吨 250 元，仅这一项，虎林农民每年增收 3000 多万元。”胡明说。

虎林珍宝岛生物工程公司开发的米糠生产加工项目，利用米糠生产米糠毛油、精炼油和饲料糠饼，年加工米糠 1 万吨，生产米糠油 1000 吨，转化了全市近 90% 的水稻副产品米糠材料。

2010 年落户虎林的中粮集团 30 万吨稻米综合加工基地项目，目前进展顺利。这一项目计划由中粮集团总投资 3.5 亿元，占地面积 20 万平方米，年加工 30 万吨稻米及米糠油深加工。

## 企业经营 Qiye Jingying

罗红与乔布斯，一个是爱好摄影的中国企业家，一个是闻名世界的苹果 CEO，两人貌似无甚关联，但他们却在精神世界中相通相惜，遥相呼应——

# 罗红与乔布斯的“呼应”

□ 余层染

史蒂夫·乔布斯生病了，全球人们都在关注。一天，罗红 16 岁的儿子带着哭音对他说：“乔布斯要死了，世界可怎么办？”原来小伙子看了美国八卦杂志，说乔布斯只能活 3 周了。罗红安慰儿子说，乔布斯的精神已经传承下来了，全世界人都在学他，你在关注他、学习他，爸爸做蛋糕也在学习乔布斯的精神。

罗红确实与乔布斯都足够沉静，都有着强大的直觉。人们在烦闷、浮躁的时间和空间里无所适从，他们平静地创造了让人眼前一亮、立刻想拥有的“玩意”。乔布斯推动了世界，iPod、iPhone、iPad、iPad2，一款一款接连不断，非要把世界上的每个人搞疯。罗红的好利来蛋糕、黑天鹅蛋糕，一款接着一款，从几百元、几千元、几万元，乃至几十万元、上百万元一个的蛋糕都有。

乔布斯从来不做客户调研。他认为客户有时不知道自己需要什么。而他自己深通人性却可以知道客户真正想要的东西。故此，他能几十年如一日，一次次地拨动客户内心最柔软的部位。现在身体每况愈下，仍然挡不住他站在推出 iPad2 的发布会上。乔布斯此次亮相有些出人意料，更让人惊喜。



企业家罗红选择了用镜头讲解“人与自然”的宏大主题。

罗红也从不做调研。他认为，只要你的心足够沉静，就可以知道客户真正想要的东西。人们就是太浮躁了，有时候自己都不知道自己要什么。有心人这时候就要沉下来，追问自己，到底什么东西才能让我心动？我只要足够沉静，我心动了，客户必然心动。罗红说得很有点禅味。能够真正让自己心动，就一定可以让广域的受众心动。



史蒂夫·乔布斯的生命进入了倒计时，可他的精神已经传承下来。

罗红创建好利来原初的出发点，是买不到一个令他满意的生日蛋糕给妈妈。挥之不去的无法尽心报答母爱的遗憾，使罗红下定决心：创立自己的蛋糕店。

对美的敏感和对孝悌的刻骨，让罗红走得更远。日前，我对罗红说了去年底我跟海底捞创始人张勇的一次对话。我问：“海底捞公司的短板在哪里？”张勇答：“员工不知道为什么活。我不期待他们忠于我的价值，也不期待他们期待公司的价值，而期待他们忠于他们自己的价值。”张勇的回答很有高度，显示着优秀企业家的视野，已经从金钱规模和自身价值，转移到了员工为什么活和员工价值上了。

罗红则有另外的看法。他说，从我们国家的现状来看，公司文化还是要有一个统一的价值观念。这是老板的思维和逻辑。在公司文化这一点上，

# 浙江民企打造“阿凡达”童装

□ 刘金平

一部风靡全球的电影《阿凡达》，让“阿凡达”的衍生产品广受追捧。最近，“阿凡达”商标被汤浦童装企业不惜以 8 万元的转让费从慈溪一企业购得，“阿凡达”品牌童装已经开始试生产，不久将推向市场。

购买“阿凡达”商标的是浙江明生企业和上虞市丁豪一派服饰有限公司，因为看中“阿凡达”的巨大商业效应，两童装企业合股创办了绍兴市阿凡达贸易有限公司，全力打造针织、梭织、牛仔等混搭的“阿凡达”童装品牌，其目标是五年内打进全国童装销售前 10 强。

像这两家企业一样，汤浦童装

经历十余年的发展，已经从单纯的加工生产向品牌经营发展，企业逐步由无牌、贴牌生产向有牌、创牌、名牌生产转变。汤浦童装行业的注册商标由 2004 年的 1 件发展到了目前的 110 件，“小一丰”、“汉凤唐龙”、“阿龙一族”、“小雨儿”等童装品牌不断涌现，特别是近两年发展更是迅速。

“小一丰”是汤浦童装最早注册的商标，老总刘柏松已经尝到品牌经营的甜头。经过几年的努力，“小一丰”品牌已进入全国 30 余个省市的童装市场，企业发展势头迅猛，今年开年以来已经售出 70 余万件，销售额突破 1000 万元。

“汤浦企业主近几年品牌意识的提升离不开当地政府的政策引

导。”刘柏松介绍，“汤浦镇政府对企业每注册一个商标补助 1500 元，对成功申报绍兴市著名商标和省著名商标的分别奖励 2 万元和 5 万元，政府的支持与引导充分调动了企业自主创牌的积极性。”

另外，汤浦童装协会设立了商标事务代理点，从具体操作层面将立牌创牌工作做到每家企业老总的案头，由专人负责童装企业商标注册，引导童装企业创(著)名商标，建立创建(著)名商标后备库，也着实推动了企业创牌和实施品牌经营的步伐。

记者了解到，近几年，汤浦镇政府与童装协会还联合组织企业抱团参展，通过参加国际服装博览会等各类会展，拓宽企业主的视野。

广大童装业主切身体会到只有走品牌之路，才能促进产业转型升级，也为童装品牌大发展起到了推波助澜的作用。

而与此同时，部分企业在加快品牌发展的同时，不断加大技改投入，通过自主创新，不断推出新款新品，并以品质提升打响童装品牌，“小一丰”、“汉凤唐龙”、“阿龙一族”、“聪明王子”、“依斯丹”等童装品牌，已经走上全国服装业前台，汤浦童装业的知名度和整体质量得到大力提升。而“阿凡达”的问世，更是打破了汤浦童装单一的针织系列格局，开始向着针织、梭织、牛仔等多种产品系列进军，意味着汤浦童装业将迎来又一次飞跃。

# 当当网李国庆：要从服装“山寨货”赚利润

□ 蔡 伟

3 月中旬，国内领先的综合性网上商城当当网 CEO 李国庆匆匆造访广州，除了视察即将投入使用的南沙物流基地外，还秘密约见了广州当地快递行业的大佬，筹划布局当当网新一轮电子商务发展战略。

## “实体书店不思进取”

“之前说当当的增长 80% 是扩大的蛋糕，只有 20% 是从实体书店抢来的，我现在更理直气壮说这话了。以去年为例，当当网的图书业务依然是 50% 的增长，可实体书店依然是 3%~5% 的增长。”3 月 14 日晚间，在接受南方日报记者采访时，李国庆反驳了实体书店遭遇当当网强烈冲击的说法，尽管最近几年来屡屡出现实体书店的接连关闭，但这与当当网的扩张并不存在直接必然的联系，实体书店本身应该穷则思变。

李国庆进一步指出，现如今国内实体书店面临的打击已经不是当当网了，而主要是来自房租的压力，“过去十年，超市的装潢发生了巨大变化，但我们的书店却没什么变化，它就该变了！比如说，书店里面弄个沙发之类的。”

据不完全统计数据显示，目前当当网图书销售已经占到了中国图书市场规模的 15% 到 25%，仍是当当网的主营业务。而来自当当网最新的财报显示，2010 财年，当当网净营收为 228 亿元，同比增长超过 56%，净利润达到 3080 万元，同比增长 82%。

## “今年开卖山寨服装”

不过，尽管在网上图书销售领域已经遥遥领先，但当当网并不愿意“啃书到老”，继 2010 年财报公布之后，当当网也披露了将计划通过扩大产品线来促进业务发展的策略，将在书籍和 DVD 等媒体产品之外增加相应产品。

“除了家居用品、母婴用品、护肤品三个目标品类之外，我们今年将在服装领域培养第四个目标品类，就是卖服装的‘山寨货’，但我们会控制服装的货源。”李国庆强调，在服装领域，当当网将坚持卖自由品牌，而且目前已有 500 家服装商家供货当当网，其中有 50 家也去凡客或麦考林。

“此外，在快递公司的管理上，今年也要有大的策略，现在快递公司的利润越摊越薄，竞争也越来越激烈，我们要考虑给快递公司涨价了。”李国庆透露，将为与当当网合作的快递公司提供 5%~10% 的涨价空间，以应对快递公司员工的工资上涨。

# 文化产业与资本市场实现对接

# 郑州欲打造文化艺术品“金融中心”

是股份公司，它自身将来也要上市。”

2010 年 11 月 9 日，郑州文交所获得河南省政府金融服务办公室的批准成立，以 5000 万元资金在工商部门注册成立了郑州文化艺术品交易所股份有限公司，这是全国第六家即将开业的文化艺术品交易所。

## 4 月开售“艺术品股票”

“预计 4 月份郑州文交所将开始面向全国销售第一批份额产品，也就是俗称的‘艺术品股票’，大概到 7 月至 8 月份开始上线进场交易。”郑州文交所首席执行官张保盈告诉记者。

据张保盈介绍，郑州文交所主要是为文化艺术品的供给和需求提供一个沟通连接的平台，文交所的交易种类既包括古玩字画、工艺品、玉器、瓷器等，以及一些具有收藏价值的用品，也包括电影、电视、小说、剧本等具有文化产权的文化产品。

郑州文交所首批将推出 4 款产品，到交易所正式进行交易时再推出 20 个产品，将涉及古玩字画、工艺品、玉器、瓷器等收藏品，也包括电影、小说、剧本等具有知识产权的文化产品。



图为文化产业与资本市场对接理论研讨会现场。

阳的泥泥狗、钧瓷、汝瓷、开封的木版年画、动漫产品等，都是他们关注的目标，这些将会出现在第二批推出的产品中。

## 首推“电子化”交易模式

“郑州文交所将采取份额交易方式，我们称之为‘电子化’的交易模式。”张保盈向记者透露。

对普通人来说，郑州文交所推出“艺术品股票”的面世，让本来只属于有钱有闲富裕阶层的艺术品投资，门槛陡然降低。

文交所，就是在今年年初试水文化艺术品的“份额化”交易。河南一位资深书画玩家王先生说，传统艺术品交易主要通过拍卖会、展览会、文物商店或是熟人介绍等方式销售，这种点对点的私下交易非常考验一个收藏者的眼力，没有一定的鉴定能力根本无法买卖，此外，现在齐白石、黄胄等大家的作品动辄上百数万数千万，也不是普通投资者可以参与的。

而现在，郑州文交所推出的“艺术品股票”，则是将价格昂贵的艺术品拆分成小的份额，比如一件 100 万元的艺术品，可以拆分成 100 万份，这意味着用一元钱就可以买一份参

**编者按：**一个文化创意，如何转化为商品？一家文化企业，如何获得市场估值？一种文化产业，如何实现与资本对接？河南风雅颂置业有限公司总经理曹天是一个艺术品收藏者，手里有上千幅近当代画家、书法家的字画及其他收藏品。可什么时候能把自己的收藏品交易变现，是他最关心的问题，随着郑州文交所即将于 4 月推出 4 款交易产品，他的心愿很快就能实现了。

□ 本报记者 李代广

“我们期望把郑州做成文化艺术品的‘金融中心’，使郑州成为在文化艺术品上具有国际定价权的城市。”3 月 26 日，由河南省民营经济研究会和郑州文化艺术品交易所(以下简称郑州文交所)联合举办的文化产业与资本市场对接理论研讨会、文化艺术品交易模式创新研讨会在郑州举行，郑州文交所首席执行官张保盈这样描述郑州文交所的愿景，“作为文化体制创新机构，郑州文交所一开始就