

收藏市场风起云涌 实业商人进军收藏界



□ 王玉亭

如今物价高涨，在负利率的压力下，近期的收藏市场如火山喷发般风起云涌。奇石、翡翠、陶瓷这些传统的收藏品自不必说，连琥珀、刺绣、连环画等一些平时不为人注意的玩意身价也是一个劲地往上涨。

书画， 一幅作品能买套别墅

“从 2000 年开始，书画作品的升值太快了，粗略算来，书画市场的这个‘黄金十年’，成功投资者的收益一点也不比投资房地产市场差。”青岛一家画廊的孙经理说，尤其是从 2008 年以来，书画市场开始急剧升温，投资书画市场的收益也日复一日地看涨。

多年从事画廊行业的孙经理深谙青岛城青岛乃至国内的书画收藏市场近几年的行情。“仅从 2008 年以来的市场情况来看，史国良的一幅人物画，从原来的两万元 / 平方尺涨到了 10 万元 / 平方尺；何家英的作品，从原来的 10 万元 1 平方尺涨到了 30 万元 - 50 万元 / 平方尺；范曾的一幅画，从 10 多万元 / 平方尺涨到了 50 万元 / 平方尺。”孙越说。

经历了长期的圈里人生活，孙经理和当代的一些著名画家建立了不错的私交。“现在书画藏品的升值速度太快了，一位书画名家曾很担心地说，现在画一幅画的拍卖价高达三四百万元，已经可以买套不错的别墅了，这个价格高得有些不可思议了。”孙经理说。

琥珀苏绣皆入收藏

除了传统的书画、陶瓷，还有很多想象不到的收藏品种。琥珀是一种小众收藏品种，最近一两年，这个收藏品种在岛城越来越火。岛城市场上，琥珀饰品价格一年之内上涨了 50% 左右。一些质地比较好的蓝珀，每克售价达到了 1500 多元。

在青岛昌乐路文化市场，有一处做苏绣的地方，地理位置并不显眼，但里面的作品价值不菲。这家名叫“绣珍阁”的店主高青敏已经营了 3 年。“苏绣起源于南方，在青岛知道的人非常少，我刚来时，几乎无人问津，但做了几年后，市场越来越好做了，销量上去了，价格也上去了。”

高青敏指着一幅挂在墙上的青铜器苏绣作品说，这幅画她绣了四五个月，售价 12 万元。“刺绣作品的价值不是按面积大小来算的，而是按精细程度来估算。好的作品看不出刺绣的痕迹，前人的名作在拍卖会上能拍到八九百万元甚至过千万元。”

实业商人进军收藏界

收藏品往往价格不菲，买来一倒手，赚头也大，利润也就十分可观。看到收藏行业这么火，许多社会资本蜂拥而入，试图分得一杯羹。记者采访了解到，近来，许多实业者进入到了收藏市场。从事信托行业的阳光财富两个月前筹建了一个人民币收藏礼品店，从事国际贸易的刘女士半年前投资开设了一家画廊。“书画行业，一是利润高，二是可以修身养性，这行好。”刘女士直言不讳。

“现在许多大城市的收藏界都渐成气候，从青铜文物、红木桌椅再到古玩字画，进入这个行当的生面孔、年轻面孔越来越多。”青岛收藏家协会秘书长刘树庆说，这里面不乏一掷千金的豪门巨富，而五花八门的收藏门类也让收藏市场变得越来越有内容和看点。

走进吉尔达的产业基地，映入眼帘就是 8 个铜铸大字，“公平、诚信、方正、厚道”。这是吉尔达精神的真实写照，也是吉尔达董事长余进华为入处事的基本准则。

余进华：脚踏实地做好鞋

□ 刘运舟

吉尔达鞋业集团董事长余进华至今仍记得上世纪 80 年代的情景：当时温州产品一度声名狼藉，外地商家不敢经营温州产品，甚至打出“本店无温州产品”的口号来赢得顾客。

父辈建起“中国鞋都”

1987 年杭州武林广场“火烧温州鞋”之后，温州市鹿城区政府找到当时鞋业界德高望重的吉尔达原董事长、温州鞋王余阿寿先生，希望他出面联络同行筹建鞋业协会。余阿寿先生对此没有推托，以极大的社会责任感投身其中，他积极响应政府的号召，放下手中的活计，自筹资金，走访了温州数百家鞋革企业，积极组织动员。终于在 1988 年，经余阿寿先生的努力，温州鹿城区鞋革协会宣告成立。余阿寿先生本人以其公认声望和资历当选为会长，并连任四届八年，长期协助政府整顿鞋业市场秩

序，树立温州诚信金字招牌，使温州从此进入了“质量立市”和“品牌立市”的发展新阶段，为温州建成“中国鞋都”，奠定了牢固基础，作出了重大贡献。

在父亲余阿寿先生的言传身教下，余进华很早就开始掌舵吉尔达这艘鞋业航母。在他的努力下，吉尔达连续五届获得“中国真皮鞋王”称号，获得过“中国真皮领先鞋王”这一国内行业的最高荣誉。吉尔达商标获评“中国驰名商标”，吉尔达皮鞋成为“国家免检产品”。

子承父业更上一层楼

余进华认识到，信用是一项重要的资源和财富，如果能够进行有效的管理和利用，就能给企业带来极大效益和价值。而其中能够提供满足顾客质量要求的产品，就是对顾客讲信用。

与此同时，余进华亲自参与开发出了具有 20 多项专利技术的纳米功



余进华近照

能空调鞋，提升了公司产品的核心竞争力，使公司在差异化的发展之路上迈出了一大步。2008 年 11 月 8 日中央电视台《新闻联播》播出了《温州鞋业新观察：高附加值自主品牌成为拉动出口新动力》的专题报道，其中对

网友微博齐声“吆喝” 宁夏百万斤滞销菜一日售罄

11 月 4 日，一条“宁夏银川市一农村 50 万公斤紫甘蓝滞销”的微博在网上出现后，被网友广泛转发，各地网友纷纷在微博上“吆喝”并爱心购买。截至 5 日，当地滞销的 50 万公斤紫甘蓝已全部预订出去。

4 日，有网友在微博上发帖称银

川市兴庆区掌政镇杨家寨村今年共种植了 50 万公斤的紫甘蓝，但是到目前却迟迟找不到买家，村民们只好聚在地头等买主。帖子的最后附有杨家寨村村主任的联系方式。这条微博发出后，短短半天时间就被全国网友转发上千次。各地网友纷纷表示愿意

购买滞销紫甘蓝。

与此同时，银川市相关单位的官方微博也注意到了这条微博。银川市农牧局和商务局的官方微博几乎同时发帖称“已经联系银川市龙头企业，也与杨家寨村取得了联系，大约能预订 30 万公斤。”在第一条求助微博发出

田月皎：台湾女企业家转身大陆“现代农人”

□ 刘 伟

与腕上的白玉手镯及浪琴嘉岚系列手表的优雅精致不同，田月皎的双手黄黑粗糙、青筋突出，精瘦得令人不难想象她在有机农场里弯腰除草、躬身犁地的情景。如今，在成都市新津县兴义镇上，这双手在亲自播下第一个有机农场的良种后，正谋划着让有机农业成为兴义镇的核心产业。

这片土地一见钟情

这里没有工业污染，十分适合发展有机农业。

建于清道光初年的新津县兴义镇，如今已沉淀出“古镇”的气质与资格。穿过热闹场镇，一段乡镇公路笔直向前延伸，两旁行道树已年生不短，叶片交织着浅黄、深绿，不时从空中悠悠飘下，落进路过村民背着竹

篓中。

这场景曾经也感染了 2009 年初来乍到的田月皎。台湾上市企业——亚翔工程股份有限公司董事长姚祖骧在其中牵线。田月皎的家族是从事黄豆贸易的，“当时我在上海滩的百欧欢农产品有限公司，是全中国为数不多获得国际有机认证的有机农场，生产的有机农产品曾供应 APEC 会议和世博会”。偶然造访兴义的姚祖骧告诉田月皎，这里没有工业污染，是个河渠纵横、水网密布，一年四季清流遍地、烟水清远的川西水乡，十分适合发展有机农业。

“来了之后，我几乎是一下子就喜欢上这个地方。兴义小镇步调很慢，就像我小时候的感觉。”望着办公室外一片面积不大、波光粼粼的湖面，田月皎含笑向记者讲述她选择兴义的缘起。

投身有机农业乐在其中

兴义，这座九成以上老百姓以农业为主、急切寻找新农村建设路径的新津小镇，也迫切需要像田月皎和姚祖骧这样拥有资金、资源的企业家。牵线成功，2010 年 8 月，兴义第一个有机农场开建，3 个月后 150 亩农场便初具规模。

但与土地和谐相处、有益人类健康的有机种植方式要持续与推广，需要“盈利”作为润滑剂。对于这一点，已然在“上海滩”打拼出一片天地的田月皎再清楚不过。“所以不要把我这个‘农场主’想得过于浪漫，要为企业求得回报，要为当地老百姓提高生活水准，还有漫长的路要走。”不过这条“漫长的路”如今已在仁和春天百货寻找到了起跑点，以比普通食品贵 5 到 6 倍甚至 10 倍之多的价格却供不应求，为每亩田创造出比传统种植方式高几十倍乃至上百倍的收益。不

吉尔达鞋业自主创新开发纳米功能空调鞋进行了长达 1 分钟的报道，2009 年吉尔达纳米功能鞋荣获有皮革行业“奥斯卡”之称的“段镇基科学技术奖”。

在注重科技创新的同时吉尔达长期坚持两条腿走路的方针，充分利用品牌和产品优势不断拓展国内外市场。在国内，设立了 28 个省级分公司(办事处)，实行区域总代理制和总代理区域内的专卖制，截至去年底将达到 2600 多家专卖店；在国外，美国、俄罗斯、西班牙、波兰、意大利、罗马尼亚、中东等国家和地区，先后建立了 10 多个自营分公司，掌握了外贸经营的主动权。又通过参加国际会展等形式，不断提升品牌形象，成功拓展了西欧、中东、南非和南北美洲广阔的市场，形成了内外经营并驾齐驱，大步迈向世界的良好经营格局。

一肩挑起双重担

作为一位企业家，余进华深知自

己肩负着企业的发展和社会责任的双重压力。他知道一名企业家不但要办好自己的企业，更应该的是要勇于承担社会责任，所以平时他总是主动参与各种社会活动，倾注高度的热情和社会责任心积极地参政议政。余进华现为温州市人大代表、浙江省政协委员、中国皮革工业协会常务理事、浙江省工商联执委、温州新生代企业家协会会长、温州市鞋革协会副会长。在力促企业发展的同时，他饮水思源时刻不忘报效社会、报效人民，先后累计为扶贫、救灾、解困、助教、帮残、申奥及军民共建、社区共建等慈善公益事业捐款 2000 多万元。

余进华以独到的眼光、放眼全球的视野高瞻远瞩，以一种办好社会企业的高度责任心带领吉尔达在鞋业同行中，以诚实做人，诚信立业的独特魅力，矢志缔造民族优秀品牌。以坚定的步伐向世界鞋业名牌的目标迈进，不断实现新的辉煌，以达到振兴民族工业，更好服务于社会的最终目标。

后不到 24 小时，银川市农牧局透露，50 万公斤的紫甘蓝已经全部预订出去，订购价格为每公斤 0.36 元。

最近网上频频出现帮助农民叫卖滞销蔬菜鲜果的消息，依靠微博等新兴网络媒体的巨大传播力和各地网友的热心，滞销产品往往能很快销

售出去。但是也有一些网友认为，农产品出现滞销，总是靠“爱心”来“博同情”难以持久，真正解决滞销问题，需要政府建立相应的“滞销救助机制”，加强农产品信息化建设，密切产销双方的联系，加强农超对接，才是解决问题之本。（张 亮）

止仁和春天，与银杏餐饮集团、香格里拉大酒店等知名企业也开展了合作洽谈。

对当地农民来说，将土地流转出来从事有机种植，除每亩地每年大约 1200 元的“租金”外，还能被“返聘”到农场里工作，获得每月 1400 元的工资收入。

“老百姓是这片土地的主角，我希望大家都留在自己的家乡，参与进来让土地和自己都更健康。”田月皎说。

两大畅想绘蓝图

有机农场仅是田月皎和两位合作伙伴蓝图的一部分。他们将投资 20 亿元，用 3 年左右时间将兴义镇打造成以有机农业为核心的全国首座有机生态小镇：改造原有农村社区，连接小镇集市，销售产出有机产品，以天然环保绿色建筑打造有机酒

店，包括加入世界有机农场工作联盟(WWOF)开展“以工换食宿”度假项目，让原本就倡导“道法自然”的蜀人，以及更多都市人在自然无污染的环境下享用农场最新鲜的有机食物。

采访过程中，田月皎的手机不断有人打进来询问事宜，因她正在筹备“2011 中国(成都)首届国际有机产业峰会”。“就在下个月 17、18、19 号，我们会邀请米其林星级厨师来现场示范如何烹饪有机食材，会很有趣的。”即使已从事了一辈子农业，但要说吃到有机食物，她总是兴致勃勃。

田月皎想把办公地点所在的农博园更名为朴宝园，希望将这里作为青少年教育基地，家长可以来租一块地，除了收获有机蔬菜，还可以在假日带着孩子来农作。

田月皎已是两个孩子的祖母，问她会怎么教育子孙，她自然而然地说：“农作已经是他们生活的一部分。”

酒鬼酒：巧经营赢得高回报

□ 本报记者 彭慧
通讯员 马泽春 王子龙

中国白酒香型风格多姿多彩，不仅取决于不同工艺路线的选择，不同制曲、窖泥培养技术及原料配方的传承，更在于其生与俱来的天然先决要素：气候、环境、土壤和水。湘西自然资源的独有性和特殊性成就了酒鬼酒独树一帜的香型风格。“品酒鬼，看中国，相信品质的力量，酒中妙品，鬼斧神工，中国酒鬼酒”这条在央视一套黄金时间播出的广告已经深入人心，同时也为酒鬼酒带来了可观的利润。截至 10 月份酒鬼酒股份有限公司累计入库各项税收达 1.8 亿，占年度税收计划的 106%，较去年同期增收 8000 万，增长 180%。

今年是酒鬼酒公司的“市场拓展年”。该公司紧紧围绕“巩固优势、创新机制、提升形象、加快发展”的指导

思想展开各项工作。

制定战略规划 大做市场文章

近年来，该公司通过企业改制重组、转换经营机制，整合优势资源、实施聚焦战略，优化产品结构、提升品牌形象，巩固产品质量，完善馥郁香型，使企业从历史低谷逐步走向复兴。公司制定了“十二五”战略规划，确立了生产技术、品牌发展、资本经营、企业文化等工作在 2011 年——2015 年期间的战略措施和发展目标，全力打造馥郁香型白酒第一品牌，争创中国酒业一流企业。

该公司紧紧围绕“精耕湖南、做透亮点，拓展全国、突出重点，加大促销、活跃终端，整合资源，抢占高端”的营销思路，不断强化营销管理，优

化营销队伍、完善营销政策，理顺产品、价格和渠道体系，加大了市场推广投入，完成了重点市场的战略布局，形成了湖南本土市场、北方市场营销中心、南方市场营销中心的战略格局。下一步将加快省外核心、重点市场的发展，不断创新营销模式。加大广告宣传，营造市场氛围，整治市场秩序，稳定市场价格，培育营销队伍，稳步扩大销售。

锤炼品牌价值 加强企业管理

该公司积极维护和打造公司主导核心品牌，强化“馥郁香型”核心资本的独有性和重要性，强化酒鬼酒“馥郁香型”白酒品类的领袖形象。同时，精心策划设计了广告片，坚持走高端广告传播之路，集中资源主攻央

视、湖南卫视等主流媒体，强势传递无上妙品酒鬼酒的品牌价值和文化内涵。让酒鬼酒品牌文化脉络、文化内涵更为清晰、更具品位、更易传播。

与此同时，公司注重加强领导班子队伍、营销队伍、管理队伍和技术队伍建设。加强高级管理人员“德、能、勤、绩、廉”各方面的监督考核，充分发挥领导班子队伍的表率作用。同时，加大员工管理和培训力度，进一步提高管理队伍的工作效能，提高技术队伍的技能水平，提高营销队伍的业务能力，加强全体员工的责任感、紧迫感、使命感，统一思想，明晰责权、改进作风、加强协作，确保公司规范运作、稳健经营、高效发展。

完善产品质量体系 构建绿色企业

今年积极推进了“质量管理体系”、“食品安全管理体系”、“职业健康安全管理体系”和“环境管理体系”建设，狠抓安全生产管理、工艺管理、基酒储存管理，进一步稳定基酒品质和出酒率、降低生产成本、扩大生产规模，曲酒产量、包装产量和生产效率实现较大增长。

为实施公司“十二·五”及中长期规划，落实湘西州委、州政府关于加快酒鬼酒公司发展的指示，该公司将逐步扩大曲酒及包装产能，推进“馥郁香型”优质基酒酿造技改项目、基酒分级储藏项目、包装中心技改项目等工程，加快“馥郁香型”酒鬼酒产业升级，加快工业园区综合配套项目建设，建立酒鬼酒地理生态环境保护区，有效推进工业旅游、发展循环经济、实现清洁生产、构建绿色企业，全面做大做强酒鬼品牌，做亮做彩酒鬼酒生态工业园。