



“富二代”吴嘉森：把皮革面料销往世界各地

□ 傅玲

“我很喜欢海贼王，一直都被那种不断迈向梦想的力量所激励，在路飞团队不断迈向梦想的激励下，今年我带动企业销售额提高了一倍多，感觉离制订的目标越来越近了。”这是鹏程集团董事长助理吴嘉森接受记者采访时说的一句话。你很难相信，这位带动企业皮革面料销往世界各地的年青人，只是一位“80”后。

精准经营理念 销售额提高一倍

记者来到鹏程集团时，董事长助理吴嘉森正在制订公司2012年的业务计划。老练的举止谈吐，精明的商业头脑，缜密的思维，很难相信眼前这个年青人才刚刚满24岁，也很难将他“富二代”几个字联系起来。

吴嘉森经营的鹏程集团，去年的营业额远超过预期，该公司经营的皮革面料在行业内的影响力快速提升，皮革面料已销往世界各地。

当我们与吴嘉森一番交谈之后，明显感觉到他身上那股“80”后的不服输精神，以及对目标的坚定信念。当问及企业的经营理念时，吴嘉森说：“我更喜欢把自己定位于投资商人，在所有投资中最重要的是人才的投资，我们做企业的必须从根本上理解人才，给人才一个‘自主、自立、自强’的空间，有了这个基础，才能谈及其他”。

吴嘉森这么说，也是这么做的，他不断进行人才管理和工作方式的创新。坚持企业不管经营什么产品，能够独立的业务都要独立，让专业人才或以其为主的小团队独立自主地去干。这样，员工的积极性很好地被调动了起来，从而，带动了更高的效益。

理念来源于厚积薄发

吴嘉森所取得的成绩和他的经历是分不开的，他分别在上海、英国长大，他的性格中既有东方人的含蓄、稳重，也有西方人的直率与奔放。

在语言方面，吴嘉森会普通话、台湾话、上海话、广东话、英文，同时会一点日语、阿拉伯语、法语、意大利语。他热爱学习，勤于思考，这些良好的习惯为他的出行和拓展市场做好了铺垫。后来，他走遍法国、意大利、美国、土耳其、墨西哥、俄罗斯、泰国、爱尔兰、荷兰等地，一边进行市场的调研和风土人情的了解，一边对各个国家的皮革材料市场做深入细致的考察。

在生意上，吴嘉森从当父亲的左右手开始，同时，也暗暗地开始了自己的投资生涯，无论是股票上的投资，还是事业方面的投资，他都不断地尝试并努力着。

生意之外，他的业余生活也丰富多彩，无论是财经、股票、篮球、健身、音乐都是他喜欢的。此外，他也喜欢跟同事和朋友们聚在一起热闹。

这些经历为他皮革材料的经营之路，做了很好的铺垫。“我喜欢追求完美，虽然知道没有十全十美，但我也要努力做到九全九美。”在结束我们的采访，吴嘉森说到了自己对我们的要求。他的这些先进的理念来源于他的不断上进和厚积薄发。

人物故事 | Renwu Gushi

“农户赔钱，雏鹰有责”、“让农户赚到钱才是硬道理”、“带领农民兄弟致富是我们的心愿”……尽管语言朴实，但雏鹰农牧集团董事长侯建芳说这些话时语气非常坚定。

侯建芳：用良心和责任做食品企业

□ 董畅岩 章冠博

雏鹰农牧网站首页，“雏鹰模式，惠农利民”八个大字赫然在目。

雏鹰模式的宗旨是让农民致富

“雏鹰模式运行20多年来，从没有跟农民打过一场官司。我自己就是一个农民，要跟农民合作得好首先要了解农民。”侯建芳经常对员工说，“如何让合作的农户赚钱，这是公司的责任。”

作为“公司+基地+农户”的雏鹰养殖模式的创立者，雏鹰公司把“责任”放在第一位。公司从一开始就跟合作农户定了一个固定计算价，一旦个别农户养殖出了问题，即使农户养殖赔了钱，雏鹰公司也会给农户一定的补贴，降低了农户的经营风险。

雏鹰“有容乃大”

雏鹰农牧从一个家庭养殖场，成长为市值超过70亿元的上市公司；伴随着雏鹰公司的成长，一大批公司



高管和员工，都在成长中实现了自我价值。

公司董事会秘书吴易得对此有着深刻体会。

作为较早加盟雏鹰农牧的“资深高管”，吴易得现在不仅已经成长为国内资本市场界的“金牌董秘”，并且还担任诸多社会职务。

对此，董事长侯建芳不仅没有反对，还十分支持。他认为，共同成长，正是雏鹰品牌的核心价值。

事实上，侯建芳创建“雏鹰”公司的初衷，正是希望企业能够一直像一

只小鹰一样持续成长。

后来，侯建芳还邀请国内知名的连锁运营专家区锐强加盟雏鹰。进入公司后，区锐强还担任着国内某著名培训机构讲师的角色。这就是一个企业家的胸怀。

“让投资者分享雏鹰农牧成长的价值”，一直是雏鹰农牧作为一家上市公司的目标。

享受分享的快乐

提到分享雏鹰的成长价值，还有

一个耐人寻味的故事。

在中国资本市场上，很少有人能想到养猪的企业能够上市。

2008年侯建芳提出雏鹰要上市，很多人都不屑一顾，认为这是根本不可能的事，压根就不靠谱。

侯建芳当时有一位朋友，出资300万元决定购买雏鹰农牧的部分原始股，之后不久就后悔了，要求退股，因为有人直截了当地告诉他说：“别傻了，赶紧退出来吧！新郑市都还没有一家上市公司呢，雏鹰根本不可能。”但是，后来雏鹰公司真的成功上市了，当初那位朋友想退出的300万资金立刻市值3600万元。

自从2010年上市以来，雏鹰农牧的业绩大幅递增，给投资者交出一份亮丽的答卷。

2011年4月19日雏鹰农牧实施了10转10派45元的高额送转。带给投资者丰厚的回报。

2012年1月20日，雏鹰农牧集团公布的一个重大举措吸引了很多投资者的关注。

公司计划拿出235万份股票期权推行股权激励计划公司300多名核心高管和中层管理人员以及骨干员工获授股份。

从“农户不挣钱，雏鹰有责任”的理念，到股权激励的实施，雏鹰的成长也贯穿着分享价值的理念。

“我希望公司团队和与雏鹰公司合作的农户，以及所有资本市场的投资者，都能够分享雏鹰成长的价值。”侯建芳真诚地说。

食品企业责任为天

一直挂在董事长办公室墙上的“雏鹰模式 惠农利民”八个大字并不是一句空话。雏鹰农牧怀着高度的社会责任感，积极发展生态肉，在经济飞速发展的今天，希望通过“生态肉”为中国的“绿色GDP”做出一份贡献，雏鹰人更希望，“雏鹰模式”的推广，能为国人献上一把破解三农问题的金钥匙。

侯建芳说：“做企业，责任是第一位，尤其是食品类行业，如果没有责任心，企业早晚是要死掉的。”谈到现在市场上的“食品安全危机”，侯建芳不无感慨地说：“现在食品安全的高度越来越高，要想在市场上站稳脚跟，首先就要保证食品的安全，让国人吃到真正安全放心的肉制品。怎么去保证放心和安全？我们要从源头做起，我们的企业要承担起这个责任。”

新行业新商机：月子会所生意日趋火爆

日前发布的中国保健服务产业发展蓝皮书指出，我国目前保健服务业已达140多万家，相关链条产业300多万家，年产值2000多亿。其中近年在国内兴起的新兴产业——月子会所发展速度迅猛，选择到价格不菲的月子会所“坐月子”者已占全部分娩孕妇的5%左右。

由中国保健协会和中央党校完成的蓝皮书介绍，随着人们生活水平的提高，母婴家庭对产褥期保健尤为重视。近年在国内兴起的新兴产业——月子会所，以健康、科学、舒适的理念服务于正值人生脆弱时期的母婴人群，发展速度迅猛。上海、北京、广州等经济发达地区已有月子会所近200家，选择到价格不菲的月子会所“坐月子”者已占全部分娩孕妇的5%左右。

蓝皮书指出，目前我国保健服务产业整体上还属于粗放发展阶段，既缺乏相关的法律法规，也没有明确的监管部门，基本游离于保健产业管理体制之外。比如，在国内母婴保健服务机构最发达的上海，有近30家月子会所，但是通过卫生、



工商等政府部门审批并获得母婴月子专护、婴幼儿智能启蒙、产后形体修复等经营资质的正规机构却很少。许多中小企业多走“擦边球”式的发展模式，甚至在旅馆租几间房，

利用其住宿条件即开业。蓝皮书呼吁，应尽快出台法规和技术标准，从源头上加强对月子服务机构的监管。

(刘燕玲)

30年老店停业 实体书店倒闭潮向国营“新华系”蔓延



上海书城老店关张头一回让公众关注到：原来国营书店日子也不好过。

□ 黄海燕

蔓延。

将变身运动用品店

“别了，上海书城淮海店。”日前，上海书城副总经理沈勇尧在微博上确认了上海书城淮海店将关门的消息。

虽然近日上海书城官方微博透露，将在淮海中路另择新址，开设全新业态的阅读体验书店。

然而，该店关闭仍然难免让人联想到实体书店倒闭潮似乎正从民营书店开始向国营“新华系”

此前大量倒闭在社会上引起关注的都是民营书店，而这一次上海书城老店关张似乎头一回让公众关注到：原来国营书店日子也不好过。

对于上海书城淮海店关闭的原因，其负责人坦言：“经营业绩不理想，连年下滑，新华传媒连锁有

限公司希望进行业态调整”。有消息称，关门后的书城淮海店将变成一家运动用品店。

虽然教材是新华书店垄断的品种，然而日前沈勇尧在接受媒体采访时却直言“只有点小利”。他表示，全国中小学所有课本以前是政治任务，现在是生存基础，贴补教材以外的图书。新华书店现在的利润主要来源于图书销售以外的业务，比如卖音像制品、学习用具、电子软件等。

令不少民营书店感到“眼红”的税收返还优惠政策，沈勇尧则表示：“越是发达的城市，新华书店越穷”，因为一方面城市人口负增长导致教材发行量减少，另外城市的新华书店享受不到免税政策。

新华书店忙改革

事实上，在不少中小型民营书店疾呼“势单力薄”、“不受重视”的同时，国营新华书店这艘庞大的巨轮也正在努力掉头转身，并经历着改革的阵痛。有业内人士指出，新华书店一直是中国书业的标志和著名品牌，然而盘子大包袱也大。随

着发行体制的改革，计划经济向市场经济的全面转型，国有书业已经无法再维持一统天下的局面。从2005年开始，国内多个省份的新华书店都纷纷开始重组改革。记者了解到，曾经以总销售额全国省级新华书店排名第一的广东新华书店系统，目前已经跌出了全国前十名。

原因是广东国有图书发行网络却仍处于地域和行政分割状态，由广东省、广州市、深圳市三个管理区域不同的发行集团组成。2010年，广东新华发行集团的销售总额仅为106亿元，利润仅有3450万元，被江苏、安徽、湖南等省份同行远远抛在后头。

餐饮企业上市难是自身问题

□ 白商

证监会主席郭树清表示要支持餐饮企业上市，有人分析餐饮企业的IPO将会开闸，也有人想起了曾经上市搁浅的俏江南，其实俏江南上市失败的原因并非管理层不支持餐饮企业上市，而是餐饮企业本身的问题导致的。

作为上市公司，最重要的一点就是财务透明，经营过程中的成本、销售收入和利润都要有据可查，而且价格准确。但是现在的餐饮企业，除了相对正规的全聚德等公司，绝大多数进货都会选择批发市场，而非正规超市，批发市场的特点是价格基本靠谈，销售者基本都是小商贩，大多没有发票，也没有稳定的成交价格。

此外，餐饮企业的销售收入投资者也难以掌握确切数据，现在在餐馆就餐的人基本没有索要发票的习惯，而且餐饮企业也乐于采用赠送饮料的方式贿赂顾客以达到不开发票的目的。虽然能够申请上市的餐饮企业一般不会诱导客人不开发票，但是进货成本很难让投资者信任，而且总有一些客人不要发票，于是餐饮企业的利润调节显得比其他公司都要容易，这也就对有计划上市的餐饮企业提出了更高要求。

郭树清表示要支持餐饮企业上市，其实需要很多前提条件，第一就是餐饮企业从根本上树立起正规经营的思想，哪怕批发市场的蔬菜价格比超市便宜很多，也要通过超市采购原材料，即使客人用餐完毕后并未提出任何发票要求，也要主动开具发票并交给客人。这两点，恐怕中国99.9%的餐饮企业都无法做到。

此外，餐饮企业还存在着较多的食品安全地雷，虽然能够成功上市的餐饮企业都是行业内的佼佼者，但即使是这样，也有可能出现食品安全问题。一旦出事，其股价必然出现大幅震荡，这对投资者和公司都不是一件好事。

其实，餐饮企业上市，除了圈钱的目的之外，肯定要说将募集资金用来开设分店。除此之外，餐饮企业也不可能投入太多资金进入主营业务。对于餐饮企业来说，人才的紧张远远超过资金的紧张。

所以，餐饮企业上市融资，并不是一件刻不容缓的事情，相比之下，新三板更适合餐饮企业进行试上市，如果哪个餐饮企业在新三板交投活跃，投资者对其认可度较高，再进入主板上市不迟。