

重庆 2800 家企业下乡种菜

□ 陈寒星 赵庆博

“想来想去,做房地产的利润还没得种菜高……”曾在房地产业打拼了10年,现任重庆农龙生态农业发展有限公司董事长的姜凤明如是说。

其实,在西部菜都重庆市潼南县,这种华丽转身的企业还不是少数。据调查,截至今年6月,重庆市已有2800余家主城区企业将资本从城市转投农村种养殖业。

一个房地产商的转型

“我是从农村出来的,对土地有特殊的感情。”近日在接受记者采访时姜凤明说。10多年前,他和两个高中同学一起,做起了房地产生意。2006年,在房地产业务做得如日中天的时候,他却突然想到了收手,转而去生态农业。2008年10月,他的重庆农龙生态农业发展有限公司在潼南正式开张。该公司在太安镇罐坝、柏梓镇朱家坝先后建立了两大生产基地,承包土地5000余亩。蔬菜利润是否超过房地产?姜凤明不直接说,只是给记者算了一笔账。

“房地产的利润目前平均在20%左右。”他说,土地费一般占销售价格的40%左右,建筑成本占20%左右,销售成本约占5%,另外还有配套设施的打造,环境的打造、管理成本等约占5%,再加上10%的税收,因此,搞房地产开发最终的毛利约为20%。

而种植蔬菜,他举了一个白菜的例子说:一亩地的种植成本,包括租用土地的费用、种子农药、人工等在内,约为1000元;而一亩地的产量可达1万斤。如果行情较好,比如去年我们每500克卖到了四五毛钱,那么收入就是4000元到5000元。而这,只是一个季节的收入。

“正常情况下,种菜纯利润应该在30%以上。”农龙公司总经理张成云透露,这个数字远远超过房地产业的利润。张成云透露,去年公司蔬菜销售毛收入3000万元。支出大头只有两个方面,一是按每亩300公斤三级稻谷支付地租近300万元,二是聘用农民工支付工资720万余元。

“当然,按传统模式种菜赚不到太多钱。”姜凤明说,必须对产业链进行纵向整合,减少中间环节,增加附加值。

潼南县蔬菜产业局提供的资料显示,目前农龙公司以蔬菜种植为主,正向科研及检验检测、冷藏保鲜、深加工、物流配送、旅游观光、餐饮服务产业延伸,致力打造“从土地到餐桌到观光休闲养生”的完整产业链。

2800 余主城区企业投资农村

据重庆市农委介绍,重庆市蔬菜产业将有巨大发展空间,到2015年,全行业将形成1000亿级蔬菜产业链。

发展蔬菜不仅成为重庆农民增收的一大亮点,对于企业来说,这也绝对是一个可口的大蛋糕。据不完全统计,截至今年6月,全市共有2800余家企业从主城商海转身投资农村市场。他们当中,不仅有叱咤风云的房地产开发商,也有富甲一方的矿产企业,还有蜚声国内外的餐饮企业,其业务包括蔬菜种植、水果种植、农副农产品加工等。到2015年,整个重庆市规划种植蔬菜1100万亩,总产量达到1800万吨以上,全行业形成1000亿级产业链,建成我国重要的冬季蔬菜优势产区和高山蔬菜基地、全球最大的榨菜种植加工基地和火锅调料加工基地,成为我国的蔬菜生产强市。



她具有勇敢不畏的精神,12年前离开国企下海经商,凭借自己6年国企人事管理的经验,开始在风云变幻的珠宝市场开疆拓土,并最终在珠宝界镌刻下自己的名字——张素香。

张素香:让人生和珠宝一起闪光

□ 李行 靳艳娜

张素香:郑州金九福珠宝有限公司董事长。一个热爱珠宝行业,充满正能量的优雅女子。

偶然踏入珠宝界

从小梦想当老师的张素香1996年毕业于北京科技大学文法学院,之后又顺风顺水地进入国企工作。谁也没有预料到,2000年她会在一个极其偶然的情况下踏入珠宝界,乃至成为中原珠宝市场一个颇有影响的人物。

离开国企下海经商是需要一定的勇气的,张素香也不讳言自己当初的惶惑。但是,知识分子家庭的出身,加上敢闯敢干的劲头,还是让她无畏地迈出了这一步。她作为原始股东,和自己的亲戚在深圳创办了一家珠宝公司,推广从香港引进的珠宝品牌——金九福。

确立目标并全心投入,是张素香的一贯作风。也正因为如此,2000至2004年是她生命中忘我的一段时



间。带着不可言说的激情,大学管理专业出身的她带领团队,开着商务车到各地开拓市场,推广金九福品牌。

那时候,她跑遍了全国各地,一天能当三天用,每天凌晨三四点钟醒来,透支着自己的体力而完全不觉。最终捕捉到了当时市场最前沿的信息,从而确立了公司的定位:大众珠宝消费。基于是引进品牌,加上先做公司后开连锁店的新模式,公司在早

期取得了初步的成功。

实际上,2001至2005年的珠宝市场极度繁荣,河南珠宝市场甚至出现了每隔三天就出现一个新品牌的情况。大量的资金被投入到这个当时看来前景无限、利润丰厚的行业。在这样的残酷竞争中,众多的品牌迅速起来又迅速销声匿迹。

正是在这样的大背景下,张素香带着金九福人强势入主中原,并在未

来的日子里成功开创了自己的珠宝时代。在这个后来被命名为“珠宝行业洗牌期”的时间段,金九福一度做到了行业前三名。

执着求变强势突围

相比2003年一直上扬的市场而言,经过多年的市场竞争,如今珠宝市场温吞吞的表现更是一种有序的竞争。那么,在未来的时光里,面对不断洗牌的市场,如何保持产品质量高、价格合理的优势并在行业内强势突围呢?

张素香早在四年前就给出了答案:一、深耕高端市场;二、试水网络电商销售。

2010年9月,经过一番抉择,张素香决定投入巨资装修珠宝旗舰店。依托比利时公司TACHE塔斯的世界级平台,打造了NLV九爱珠宝私人定制化的销售模式,其后通过钻石“增值回购”的方式迅速占领郑州珠宝高端市场。

一颗裸钻,只要顾客愿意,九爱珠宝可以以2年后增加10%、5年后

增加20%、8年后增加30%的价格回购。

比利时公司TACHE塔斯直接供货,因此消费者在购买时性价比极高;又因为大颗粒钻石是极度稀缺不可再生资源,每年会保持20%的稳定增值。因此,购买九爱珠宝,消费者无论选择被回购还是选择自己收藏,都能得到珠宝增值的回报。

引进世界级钻石商作为合作伙伴,为高端消费者提供私人钻石定制,既能满足人们佩戴的需求,又能投资、交易。这是九爱在珠宝行业的一次大胆尝试。

相比西方,中国的电子商务还处于在探索阶段。虽然珠宝是个慢消费行业,但张素香认为珠宝行业加入电子商务是迟早的事儿,如何在正确的时间内选择最适合的合作伙伴与平台才是问题的关键。

现实也正如张素香的判断,电子商务经历各种摸索和尝试,正慢慢相对规范。如今张素香已在跟国内一些知名电商公司接洽,为接下来要打造的电商平台做着充分准备。

尹明善的力帆传承猜想

□ 刘朋

所谓“宝刀不老”,在企业家长尹明善身上体现得淋漓尽致。47岁时才开始下海,创办现在执掌的力帆集团时,已经53岁了。力帆上市时,他已经72岁了。2012年他74岁,却依然忙得不可开交,要将力帆从一家以制造业为主的企业,改造成多元化的综合性集团。今年上半年,他斥资22亿元,拿下重庆两江新区一块65万平方米的商业用地。

重庆“摩帮(摩托车制造企业)”当中,最令人感兴趣的是尹明善和左宗申。他们分别执掌的力帆集团和宗申集团是重庆名列前茅的两大摩托车及发动机制造商。

在尹明善进军摩托车行业的路上,其夫人陈巧凤起了牵针引线大作用。作为尹明善第二任妻子,陈巧凤是他进入摩托车行业后坚实的精

神后盾和贤内助。而力帆的财务大权也掌握在陈巧凤手中——现任力帆集团财务总监。

直到今天,陈巧凤仍是力帆旗下多家子公司的法定代表人。从重庆工商部门可查询得知,力帆旗下40多家子公司当中,尹明善任法人代表只有力帆集团和力帆汽车公司,陈巧凤任法定代表人的有力帆控股、力帆置业、力帆足球俱乐部等公司。而尹明善和前妻的儿子、1971年生的尹喜地,如今任法定代表人的公司有力帆销售及进出口公司、力帆汽车、力帆汽车发动机公司及力帆资产管理公司等。两人表面上看来几乎是平分秋色,但仔细看来,其实还是陈巧凤位高权重。

2010年,尹明善听从了券商关于整体上市的建议,家族成员间一切分歧都被暂时搁置,尹明善、陈巧凤、尹喜地,以及尹明善和陈巧凤的

出生于1987年的女儿尹索微,成为了“一致行动人”。但股权比例各占多少,又成了一个难题。果不其然,尹明善最终的决定,又是“一碗水端平”——在力帆集团大股东力帆控股的股权构成中,除尹明善持股26.5%外,妻子和两子女持股比例分别为24.5%。

这是中国民营企业中出现的颇具戏剧性的一幕。想想看,尽管力帆集团上市后,尹氏家族处于绝对控股地位(持股比例近66%),但丝毫掩盖不了不久的将来——特别是尹明善无法继续执掌力帆时——关于家族企业控制权之争的危机。这让人想起闹得满城风雨的新鸿基地产郭氏家族的豪门内斗。

就算将来尹明善将自己持有的力帆控股的股权全部转给尹喜地,即以51%对陈巧凤母女的49%,也很难保证尹喜地的控股地位,因为

谁也不知道力帆集团的其他股东,如上海冠通等届时会如何表态。这在形势上有点类似于国美控股权之争。

当然,走到这一步的前提是,尹喜地愿意接父亲的班,执掌力帆之大局。对豪华跑车情有独钟的尹喜地,向来对企业经营兴趣不大——这是尹明善一直以来最为头疼的一件事。

尹公子最近几年是否在父亲的苦口婆心教导下有所改变?2012年,“力帆枫樾”楼盘开售时,尹明善就与儿子尹喜地一同出现在现场,这一项目正是尹喜地一手负责的。但力帆置业的法定代表人是陈巧凤。看来尹氏家族形势发生着微妙的变化,正朝着尹明善喜闻乐见的方向前进。



尹明善



陈巧凤



尹喜地

美国前商务部高官来华开网店

□ 杨子宛

在淘宝当个店主,一般都是“小年轻”干的吧?可是,如果说一位外交官,而且是美国商务部高官也开起了网店,你信不信呢?还真别不信,近日,淘宝天猫商城的官方微博称,美国前商务部副部长雷文凯(Frank Lavin)在天猫开店了!

“高官老外”天猫开店

据了解,雷文凯在天猫所开的店名叫“美立客官方旗舰店”,这些商品是通过他在美国设立的Export Now公司出口,在天猫上进行销售的。

有趣的是,雷文凯创的这家美国公司叫“Export Now”,简单翻译过来就是“现在就出口”,顾名思义就是帮助美国的企业出口。

9月1日,记者在该店的网页中看到,店内拥有14个美国本土品牌,产品涉及服饰、箱包、食品、居家、母婴、运动系列等多个类目。价

格差别也比较大,从几十元到上千元不等。

记者在随后的采访中了解到,雷文凯是一个中国通,他看到中国普通百姓对美国原装产品有很大的需求,而美国那边也有很多中小企业的产品无法出口到中国来,就想解决这个问题。马云的阿里巴巴现在在美国也很出名,在接触到阿里巴巴后,他觉得中国网购市场大有可为,于是就来到天猫开店实现他的愿望。

店主身份不寻常

雷文凯,美国前商务部副部长、外交官,现在上海开了一家。为何美国前商务部副部长会在中国开店呢?该不会真的是为了赚外快吧?近日,扬子晚报记者辗转联系到了雷文凯担任CEO的上海依珀商贸(上海)有限公司。

公司负责市场推广与网店运营的经理孟韞对记者说,依珀商贸在上海只做网店,没有实体店。目前公

司是拥有8个人的核心团队,其中仓库、IT、网店运营等都实行外包,8个负责人主管8个方面,一位美国经理会长期驻扎上海,进行各种指导。

“这家公司的CEO是雷文凯。他曾担任小布什政府的美国商务部副部长和外交官,主管国际贸易事务,同时也是中国和印度的首席谈判官,主要负责商务政策、出口推广及贸易谈判等。”孟韞说,CEO雷文凯会经常到上海来,主要负责商务战略以及与阿里巴巴高层的公关交流等,大家也常常召集在一起开会。

天猫开店为哪般?

说起开网店的缘由,孟韞告诉记者,“他对国际商贸非常在行,在接触阿里巴巴集团之后,认为中国网购市场大有可为。2010年,他负责筹建上海世博会的美国馆,通过进一步了解中国人的购物习惯和对美国货物的需求,对开网店有了更大的兴趣。”后来,雷文凯便有了在天猫开店的想

法。

巧的是,2010年,奥巴马政府启动了一个为期两年的出口刺激计划,帮助美国中小企业海外销售。当时,雷文凯虽然已经不在政坛活跃,但是对经贸依然有着兴趣。他认为,美国的中小企业要出口中国市场,需要面对语言、海关法规、外汇条例等各种考验,所以成立一个专业公司来帮他们运作就非常重要。

有了开店的想法之后,雷文凯就选择了天猫。因为他认为天猫作为中国最大的电子商贸平台,开网店可以使美国中小企业用最小的成本和最小的管理支出,直接接触中国的消费者。

孟韞告诉记者,店里的货都是通过设立在美国加利福尼亚的分发中心和上海的货仓,顾客下单后再从上海发出。他特别强调,雷文凯的目标不是和海外代购竞争,而是要帮助美国中小企业将产品卖到中国。



日本华人女企业家 吕娟:愿做中日文化交流的使者

采访吕娟前,记者看过一些有关她的资料。日本华人报刊和日本媒体对她的报道不少,她被认为是“崛起于日本男权商业社会的中国女性”,是“日本最成功的华人女企业家”之一。

吕娟现任日本太阳升集团董事长,公司总部设在东京核心区。吕娟在国内当过医生,1990年她辞职赴日本留学,在日本文化女子大学攻读日本文化专业,她的亲朋好友都不理解,她却坚定不移。她说:“只有了解了日本文化,我才能知道怎样去架设中日文化交流的桥梁。”在日本读书期间,吕娟发现日本劳动力资源极其匮乏,而中国劳动力市场相对过剩,于是她毕业后创办了人事派遣公司。后来生意规模逐渐扩大,又开办了贸易公司、旅游公司。有了经济实力的吕娟,终于将事业发展重心转入她钟爱的文化领域。

为了促进中日两国青少年交流,吕娟多次组织日本中小学生对北京、宁夏等地举办象棋比赛活动。2007年,吕娟向日本一所孔子学院捐献价值1500万日元的晋代王羲之后代的书法长卷《天鹅溪漫记》。随后,吕娟出资与中国文化部、中国文联共同筹办“2008今日中国艺术周”,组建日本新华侨最有影响力的民间文化组织“中国炎黄艺术收藏会”,把在日本收购的400多件价值上亿元的文物送回中国展览。她又投资几千万日元举办第九届世界华商大会画展,印制《中国现代书画巨匠九人展》画册。

吕娟说,旅居日本20多年,她见证了中日关系的低谷与严寒,也目睹了两国民众加深交流的热流。她说:“我愿做一个中日文化交流的‘外交使者’。我希望通过自己的力量,为中日两国文化的交流做出贡献。”

(赵珊 采访)