

风雨征程贵有志

——记深圳市永春商会会长、深圳市德津实业有限公司董事长周友智

■ 陈晓彬

越是有精彩故事的人，越沉静简单；越是浮躁肤浅的人，越躁动不安。深圳市永春商会会长、深圳市德津实业有限公司董事长周友智先生就是一个很沉静很简单的人。从农场工人到果树专家，从机关干部到商界精英，他的人生充满传奇色彩。

穷苦少年 从挑山工到果树专家

周友智原是福建省永春县桃城镇的一位普通农民。小时候，家里可谓是一贫如洗。他的祖父老年在田里耕作，父亲为了生计长年独自在外打拼。一家人的生活重担都压在母亲的肩上。贫寒的家境让年幼的周友智很早就切身体会到生活的艰辛，他从小立志要奋发图强，彻底改变家庭贫穷的命运。

1963年秋天，高中毕业的周友智，在上大学实现理想与现实生存活不下去之间不得不做出了抉择。离开了家人，冲着“每天四两大米三斤地瓜”的伙食条件来到天马山农场当起了农场工人。

农场的工作都是艰苦的体力活，扛锄头、挑担子，常年在山上爬上爬下，使周友智磨炼出了一副强健的身体，皮肤也被晒成黝黑的古铜色。“感谢生活给了我如此丰厚的馈赠，那段经历不仅练就了我强健的体魄，更练就了我战胜困难永不服输的坚强意志”。周友智回想起当时的情形充满了对生活磨砺的感恩。

他将农场的工作实践结合理论，在几乎不可能的条件下刻苦攻读了许多有关农林技术的专业书籍，熟练掌握了柑橘嫁接、病虫害防治等栽培管理技术，为永春的柑橘上山试验做开路先锋。几年后，天马山成为福建山地综合开发的一面旗帜，名噪一时，八闽各地曾发起“学天马，创天马”运动。

凭借自身的高中文化基础和勤奋刻苦的精神，他很快提高种植技术，成为果树专家。1979年春季，周友智开始不断向福建省农业厅反映永春柑橘的种植情况，要求在永春县建立柑橘良种场和研究所，最后得到福建省农业厅资金和技术上的大力支持。柑橘良种场和研究所成立后，周友智从柑橘的品种改良、引进和建立无病毒苗木等方面做出了许多积极的贡献。

勇闯特区 带领乡亲脱贫致富

改革开放后，勤劳的永春人民在家乡的土上遍种柑橘，时任广东省省长的梁灵光同志回家乡考察，看到满山遍野黄澄澄的柑橘十分高兴，回到广东后建议县一级政府人员到永春实地学习柑橘种植经验，同时也鼓励永春老乡走出大山，参与深圳经济特区的建设。

1985年初春，在永春县柑橘良种场任场长的周友智接受永春县政府委派，被任命为南春经济发展有限公司第一任经理，奔赴深圳带领永春乡亲在特区谋求生计。基于当时的困难情况，县领导给了周友智“三自政策”，即：“自带口粮、自筹资金、自选领导。”

周友智要如何凭借一人之力解决一百多名老乡在深圳立足、谋生的难题呢？“当时，我的压力相当大。没有钱，我要怎么能把这些老乡组织起来？于是我分析了当时整个深圳发展有什么优惠条件。第一是土地十分便宜，一亩地四十元钱就可以租了。第二个就是当时深圳正在鼓励办来料加工厂，所以给予很多好的政策扶持。比如有的几年都不用



他以先行者的勇气不断追求探索，把人生中许许多多的“不可能”变成现实；他不仅缔造出了一个又一个人生辉煌，而且带动了一众乡亲紧跟时代步伐，迎难而上，为社会创造出更多的财富；他对自己十分节俭，做到敝帚自珍，然而，对社会对家乡他却慷慨大量，为了公益事业捐资数百万元造福桑梓。在人前人后，周友智永远都是那么朴实无华、和蔼可亲，许多熟知他的人都亲切地叫他一声“老周”。

交税。那么资金怎么办呢？好在得到香港原来的同乡会会长颜彬声先生的支持。”对于初到深圳创业的境况，周友智记忆犹新。在他的带领下，这百余永春老乡终于能够在深圳站稳脚跟。

周友智总结出“无农不稳、无工不富、无商不速”的发展方针，他先在大鹏村成功创办了深圳永发果农场，首先解决了农业稳定问题。紧接着，周友智相继创办了万利联制衣厂、艺峰家私厂和锐基电子厂，这不但解决了这批永春老乡的生计问题，还使更多的永春人走出了县城，来到深圳安居乐业。

由于周友智引进的制衣厂是大鹏村第一家来料加工厂，随后一大批来料加工厂相继在这个村落，带动了整个村的发展。当年到深圳打拼的永春乡亲早已告别耕作多年的土地，他们从大鹏村起步，开始实施经商致富战略，逐渐投入到新一轮的商海搏击之中，如今已成为南粤泉商中的骨干力量。

命运转折 走进特区机关

1988年，由于当时政策要求公务员必须归队回机关，仍然受聘于永春县政府的周友智，陷入了进退两难的局面。是回到永春保住“铁饭碗”还是留在深圳与未卜的命运继续拼搏？周友智伤透了脑筋。当他面临要回乡归队的时候，恰逢深圳市政府要建立一个机关生产基地，这个基地的建设需要一个懂

得种养技术又能吃苦耐劳的人来把持，无疑，周友智是最适合的人选。然而，命运的转折总是没有一马平川的坦途。

当时深圳市政府的领导听说周友智原来担任的是南春经济贸易发展有限公司的总经理，就不准备给他面试的机会。他们认为一个总经理，怎么能下到地里干农场的工作？对周友智能否胜任这个岗位很表示怀疑。

后来通过深圳市果树研究所黄所长的极力推荐，几个月后，周友智得到了唯一的一次与深圳市机关事务管理局领导见面机会。

“那天去面试的时候，我穿着一件中山装，脸因为长期在果园工作，脸膛被太阳晒得特别黑。面试的领导一看到我，就说起我看起来像个地道的农民，能干好农活。最后终于肯给我一次试试机会。当时他们要求我要先干出成绩来，才考虑要不要我。”回想20多年前那次命运转折的情景，周友智记忆犹新。

凭借多年的农场经验，周友智深知在果树要上做出成绩，至少需要三到五年的时间。于是，周友智左思右想，种什么可以在短时间内看出成绩呢？最终他想到了一个小窍门，就是种西瓜。

在那段时间里，周友智与几百名参与机关生产基地建设的战士们同吃同住同劳动，在深圳南湾百果园里种上了漫山遍野的西瓜。四个月以后，西瓜漫山遍野满地都是。当时只要有机关事务管理局的批条，深圳市人民政府所有的干部都可以开车去拿。周友智不负众望，在最短的时间内拿出最令人满意的答卷，最后被破例调进了深圳市机关事务管理局。

闯荡商海 成就商界精英

2002年机关机构开始改革，深圳市政府55岁以上的处级干部都要离岗退养，周友智也在此列之中。离开机关的周友智，觉得自己还不是退休养老的时候，于是稍作调整之后，他毅然出任由女儿经营的香港德津皮具公司董事长，此刻的周友智只有一个目标，就是打造国际品牌，将企业做强做大。

从成功代理意大利品牌迪桑娜开始，到买下迪桑娜品牌，周友智用10年时间让迪桑娜占领了国内市场。如今的德津实业有限公司，总部设在福田区天安数码城，在西丽镇拥有大型现代化制造基地，已成为一家集

研发、生产、销售、品牌运营为一体的大型中高端品牌手袋企业，已成国内箱包皮具行业的“超级航母”，正致力于打造国际一流的多品牌时尚配饰运营平台。

周友智深谙环境对于设计人员的重要性。他认为，一流的皮具品牌要有一流的现代工厂，才能更好地创造出精品。为此他特意将西丽镇的制造业基地改造成大型的现代化制造基地；二要有一流的生产环境，环境好才会更有灵感。德津实业公司已经在东莞松山湖边置地75亩，投资10亿美元，建设符合世界先进水平的环保和最具人性化的企业总部，由美国知名设计公司设计，建筑面积11万平方米，将整合深圳的研发、生产、销售等部门，建立集研发、设计和生产于一体的国际化品牌运营平台，投产后预计年产值将达到20亿元；三要有一流的设计师，引领时尚。深圳的制造基地已经引进了3名研究生、60多名相关专业大学生，此外，意大利的设计团队也有实力很强的设计队伍，许多知名的专业设计师先后加盟；四要有一流的营销团队，开拓市场。在东京和汉城，在香港和新加坡，“迪桑娜”通过国外的代理商进军海外市场，取得了不菲的成绩。如今，“迪桑娜”品牌在意大利、法国、日本、新加坡、马来西亚、南非等国家享有盛名。

展望未来，周友智说：“创建一流的国际品牌是我们的心愿和追求目标。”

众望所归 当选商会会长

随着改革开放的不断深入，几经辗转，南春经济发展有限公司也逐步从原有体制中分解出来，曾经的股东们陆续走出大鹏村，告别耕作多年的土地。他们从大鹏村起步，开始实施经商致富战略，逐渐投入到新一轮的商海搏击之中。从创办实体经济开始，他们把眼光投向更广阔的特区市场，生活在深圳的永春人从特区的农民逐步向创业商人转变。

目前在深圳生活、工作、创业的永春人有好几万人。他们在深圳创办的企业达1000多家，涉及房地产、皮具、家具、电子、餐饮、服装、医药卫生、社会服务、市政建设等行业，这里有正在筹划上市的公司，有中国驰名商标，有国内知名品牌，并且在各个行业中不断涌现出极具代表性的精英巨贾，其中，周友智不仅是表率，更是一面鲜明旗帜，他成为永春商人在深圳走向辉煌的引领者和风向标。如今，在深圳的永春商人正逐渐成长为一个在深圳乃至华南地区颇具影响力的商帮。

2013年3月12日，深圳市民政局正式批准深圳市永春商会成立，周友智众望所归，作为在深圳创业的永春籍商人代表，他以其广泛的影响力和崇高威望被选为商会第一届会长，确立了“联络乡情、资源共享、互帮互助、回报社会”的创会宗旨，继续引领永春深圳商帮坚持“以诚为本、恪守信义”的商业道德；担当起“致富思源、回报桑梓”的社会责任。

周友智不但是深圳德津实业有限公司的董事长，还是香港永春同乡会永远名誉会长、深圳市永春商会会长。在2013年5月底深圳永春商会成立之际，他不忘家乡慈善公益事业，慷慨为永春慈善总会捐款200万元，在他的带动下，深圳市永春商会其他会员也为永春慈善总会留本捐息2000多万元。近年来，周友智则兼济天下，累计为永春家乡的教育、公益事业捐资数百万元。



返乡治水报桑梓

——访湖南省浙江商会会长徐文忠

■ 张磊

2月21日下午，刚从长沙回到黄岩新前街道剑山村家里不到一天，徐文忠就迫不及待地找到了村支书蔡国顺，讨论村里两条小溪的治理事宜。

徐文忠，湖南标志投资控股有限公司董事长，同时也是湖南省浙江商会会长，剑山是他的老家。

2013年底，浙江“五水共治”大幕拉开。省委书记夏宝龙提出要大力倡导浙商回归治水。而早在2010年，徐文忠就开始义务参与家乡供水和治水的事业。4年间，在他的资金投入和大力推动下，剑山村水塘溪流日渐清澈，美丽乡村初现雏形。

让一半村民用上自来水

徐文忠外出经商多年，2004年起，他就把事业的重心放在了湖南长沙。

徐文忠的父母一直住在剑山，村子离黄岩城区仅8公里。徐文忠告诉记者，以前每次回乡探望父母时，他都会回城区住。直到2010年，眼看父母年事已高，徐文忠决定把家搬回村里。

“在村里住了一段时间，邻里间串了几次门，就发现了问题。”徐文忠说，当时他惊讶地发现，全村645户村民中，有近一半人家里还没用上自来水，只能在家门口打井水喝。

“打听了一下才知道，饮水工程把自来水总管接到了村口，但村集体经济薄弱，村里没钱接到每家每户。”徐文忠当即决定自掏腰包解决这一半村民的吃水问题。“买材料加请工人，做了一个30万元的预算。”

没想到，村民们被他的善举感动，纷纷表示愿意出力。最终，没请一个工人，只花了20多万元，徐文忠就和乡亲们一道让自来水通到了家家户户。

“溪水太脏我看不下去”

流经剑山有三条溪流，一大两小。较大的这条溪还串起了三口水塘。“记得小时候，水塘里可以游泳，溪水里可以捞鱼，一派田园风光。”徐文忠说。

但在2013年以前，由于村庄环境治理的疏忽，所有溪流里都充斥着垃圾，成为名副其实的“垃圾河”。三口水塘更是成了村民们的露天垃圾场，恶臭难闻。

“看不下去”的徐文忠再次“主动请缨”，揽下了治水工作。为此，他专门前往黄岩宁溪学习当地溪流治理的经验。回到村里，他先是租来挖掘机，用了近一个月的时间清理垃圾。随后，他让工人在较大的溪中筑坝，使溪水形成层层落差。溪水从坝下流过，但顺水而下的垃圾则会被坝拦下。

徐文忠还每年拿出近10万元，聘请了三名卫生清洁员，除了负责维护村庄卫生，还要求他们每隔10天捡拾一次水坝上的垃圾。

如今，溪水清可见底，曾经绝迹的溪水也渐渐多了起来。“下一步我打算把三口水塘扩建成小型蓄水库，使其达到对溪塘定期冲刷的条件。”徐文忠说，有了之前的成功经验，另外两条小溪的治理工作也被提上今年的“治水”计划。

打造美丽乡村的样本

回乡治水，徐文忠前前后后已投入200多万元。但在他看来，这仅是第一步。

从事房地产行业的徐文忠，已多次邀请省内设计院和机构的设计师及规划、园林专家，专程来剑山村实地考察并制定整治建设规划。

“治水是基础。关键要以治理好的三条溪流为主线，科学地进行环境美化，使村容村貌的品位得到显著提升。”徐文忠说。眼下，包括步道、花卉种植在内，溪流两岸已有6处景观完成了设计图的绘制，还有9处正在规划。在溪流的上游，徐文忠正打算建设一个近400亩，集休闲、观光和生产为一体的农业产业生态园。“既可以整理和开发闲置土地，又能够增加村集体经济收入。”徐文忠说，他计划再用3年时间，投资2000多万元，把剑山村建成全省新农村综合建设示范村。

“到时候剑山不但要成为十里八乡有名的宜居村、生态村，还能招徕游客，成为人们口中‘美丽乡村’的样本。”徐文忠表示。

许景南：高举泉企国际化大旗

■ 吴泽华 刘翔 陈茜茜

“从‘十八大’到十八届三中全会，党中央关于经济工作的思路符合经济发展规律。”匹克体育用品有限公司董事局主席许景南表示，“贯彻学习十八届三中全会精神，匹克将进一步完善销售渠道、大力投入研发，走上更高效、更符合现代企业发展的国际化模式。”

许景南说，十八大提出了“培育世界水平的中国品牌”目标，匹克积极响应，不遗余力地提升品牌在全球范围内的形象。目前匹克同NBA、FIBA、WTA都有深度合作，旗下数位体育明星在各项国际赛事中均有出色表现，品牌认知度已经辐射到全球100多个国家，欧洲、美洲、大洋洲、非洲都有匹克产品专营店。

十八届三中全会公报提出“使市场在资源配置中起决定性作用”，让闯荡市场多年的许景南深受鼓舞。他介绍，从2012年开始，匹克逐步优化分销渠道，为企业发展做足了准备。匹克全国店面2013年年底精简至约6000家。店面虽然减少，但匹克却把终端网点进行了升级，还对经销商进行了股权方面的奖励，增加了经销商同匹克

之间的联系，也大大增加了经销商的积极性，同时扩大了品牌对市场的反应以及单店销售能力。“匹克一直以来紧跟市场规律分配企业资源，把握市场最新动态研发设计最新产品，产品的研发设计一切以消费者为本。匹克用经过国际顶级赛事考验的产品回馈消费者，每个季度都有符合潮流的产品投入，这也确保了匹克在过去的一年里能在体育行业内率先完成复苏。”

始终把握市场脉动，也让匹克赢得了发展的主动权。许景南介绍，最新公布的匹克体育2014年第二季度订货会数据及2013年第三季度销售统计报告显示，匹克2014年第二季度订单和2013年第三季度同店销售额同时实现增长，瑞信连续两次上调了匹克的目标价至2元。亲临匹克订货会现场考察的瑞信分析师报告中认为：“匹克最坏的时刻已过。”这标志着匹克率先走出中国体育用品市场寒冬，这是对品牌早布局、科学发展的最好回报。“匹克针对市场的发展，已经做出了自己的变革，品牌影响力升级，产品科技含量提高，市场渠道良性化，2014年匹克还将继续坚持国际化、专业化之路，努力成为中国第一家国际化大品牌。”



● 许景南，泉州市工商联副主席、匹克体育用品有限公司董事局主席。