

吴厚刚与他的海洋牧场模式

■ 刘爽

吴厚刚生于、长于距离大连市 65 海里黄海深处的小岛——獐子岛，是土生土长的渔民的后裔。经历了獐子岛人建设“海上大寨”，转战海外从事远洋捕捞的艰苦创业阶段，在成长中经历并熟悉、了解海洋一线的各项工 作。现在，每年都要到涉海产业链各个环节一线调研。

獐子岛集团是一家 以海洋牧场、海珍品育种、育苗、养殖、海洋食品加工贸易、活鲜品冷藏物流、渔业休闲、客运旅游为一体的综合性海洋产业集团。2013 年最令吴厚刚引以为豪的是以“行业塑造者”身份参加冬季达沃斯，向全球推介海洋牧场模式，以促进全球渔业生态、可持续发展。他带领团队，不断完善海洋牧场模式，推动渔业的可持续发展，有质量增长。

据了解，2013 年，獐子岛集团大洋活品销售取得突破，獐子岛海二维码可追溯体系启用；虾夷扇贝育苗用占市场不到 1%的水体规模产出占市场 23%的二级苗种；集团獐子岛贝类加工中心正式开业，保税区内中央冷藏物流基地竣工等。

◎耕海养海

“耕海万顷，养海万年”是吴厚刚提出的企业生态发展理念，他的经营原则是企业发 展要与海洋保护同步。

吴厚刚率领獐子岛集团，经过 20 多年的实践，在黄海北部建立起规模化、标准化的生态海洋牧场，赢得世界瞩目。为养护海洋资源，他带领团队积极创新生态渔业生产模式，运用先进的底播养殖技术，划海为田，通过培育优质海珍品苗种，投放人工鱼礁、人工藻礁等设施，按区域轮番播种、收获，使落荒的海洋生态得以修复，有效保持生物多样性，环境资源可以长期可持续发展，真正实现生产、生态、生活三者共赢。集团每年投入数亿元资金实施海洋牧场增殖生产，底播面积达 100 多万亩海域，近百亿枚虾夷扇贝、海参、鲍鱼等苗种由人工投入海底自由生长，每年可带来近二十亿元的丰厚收益，当地百姓自豪地称这片辽阔的海域为“海底银行”。从某种意义上说，獐子岛海洋牧场建设不仅为困扰中国海洋渔业的难题提供了值得借鉴的解决方案，也哺育了世界的海洋生物，为人类造福。

中国公众对 MSC 的认识是从獐子岛开始的，作为保护渔业资源和生态多样性平衡的水产业良好准则，被称为国际上条件最苛刻的可持续发展生态认证。在吴厚刚的推动下，獐子岛集团顺利通过 MSC 现场评估，各项平均得分均在 80 分以上，有望成为中国第一个获得 MSC 认证的渔场，对中国双壳贝类水产品重返欧盟市场将产生积极作用。

◎科技兴海

吴厚刚注重科技创新，组织创建了以企业为主体、以市场为导向，产学研相结合的科技发展新模式，并取得了丰硕成果。

獐子岛集团与中国科学院海洋研究所、中国水产科学研究院、中国海洋大学三大海洋科技巨头共同构建国家级产学研一体化创新平台，创造了“战略合作、项目对接”的产学研新模式，先后建立 3 个国家级实验室，承担国家“863”项目、“十一五”科技支撑、国家海洋、农业公益性行业等 30 多个渔业前端研究



吴厚刚率领獐子岛集团，经过 20 多年的实践，在黄 海北部建立起规模化、标准化的生态海洋牧场，赢得世界瞩目。从某种意义上说，獐子岛海洋牧场建设不仅为困扰中国海洋渔业的难题提供了值得借鉴的解决方案，也哺育了世界的海洋生物，为人类造福。

【人物链接】

吴厚刚，中共党员，水产养殖高级工程师。现任獐子岛集团股份有限公司董事长兼总裁；大连市人民代表大会常务委员会委员、中国渔业协会副会长、中国水产流通与加工协会副会长、辽宁省渔业协会副会长、大连海参商会会长、大连市工商业联合会副会长。



课题，两次获得“国家科技进步二等奖”，在国家创新体系和企业创新能力建设中发挥了重要的引导与示范作用。企业成功实施北鲍南养，采用新技术养殖海参，“海大金贝”成为第一个以企业为主研发的国家水产原良种新品种，并与“獐子岛红”扇贝、“獐子岛牡蛎”等顺利实现产业化。同时，还组织建设北黄海獐子岛观测浮标群，多项实用海洋数据准确服务于生产作业，而新型养殖捕捞网具的研究应用，玻璃钢渔船的大面积更新，更是加快了渔船渔具的装备升级，推进渔业节能减排。

吴厚刚大胆开启全面信息化建设的破冰之举，导入国内首个渔业企业 ERP 项目，从传统管理方式中脱胎换骨，全体系打造数据平台，在不到两年的时间里，实现财务管理、供应链管理、人力资源管理等 16 类 70 多个模块上线运营，为中国水产行业信息化建设工作树立了标杆样板，为行业发展与进步提供了很好的借鉴。

◎低碳护海

在吴厚刚的倡导下，獐子岛集团打开了一扇通向环保、低碳事业的大门，对经营过程中不同阶段的炭汇或碳源进行系统化管理，以低碳的标准调整和指导企业工作，将“低碳”上升为文化理念，率先进行碳足迹评估，发展蓝色低碳经济。集团成立了我国第一家碳汇渔业实验室，意味着我国渔业产业正在向碳汇生态型转变和升级。

为了让更多人关注和参与到海洋生态保护中来，在首届“世界养殖水产品贸易大会”上，作为唯一参会发言的中国企业，吴厚刚表示：将始终坚持贝类规模化底播增殖的自然生态养殖模式。作为达沃斯论坛新领军者年会创始会员和唯一水产企业会员，他又不失时机地宣讲“基于生态系统管理的海洋开发”，呼吁企业界“新领军者”在发展低碳经济中要发挥表率作用。2010 年 10 月，世界公认最权威的第三方检验认证机构 SGS 为獐子岛颁发中国食品行业首个碳标识食品认证证书，同时认定獐子岛集团是碳汇企业。这是有据可查的全球渔业企业中，第一个被认定为碳汇的企业。

在中国渔业炭汇研究创始人唐启升院士的支持下，吴厚刚组织开展对海洋牧场的碳汇测算并发布最新数据：公司 5 万吨三龄扇贝所带来的碳减排效果相当于 53.136 万棵大

树一年在大气中的碳移除量。这一贝类固碳功能的结论颠覆了人们的传统看法，证明海洋牧场数百亿枚扇贝如同一片广袤无边的海底森林，使海水养殖成为不逊于植树造林的庞大的环保生力军。

◎共富如海

吴厚刚率领企业秉承“责任、感恩”的核心价值观，在集团不断做强做大的同时，积极担当社会责任，以共享发展成果反哺社会、回馈家乡父老和社会中需要帮助的人。

吴厚刚发挥龙头企业对地区的带动作用，创新农民合作“五合一模式”，由政府搭建平台，科研院所提供科技支持，獐子岛及金融机构分别向养殖户提供养殖发展资金，并由集团通过市场、管理、人才等优势扶植广大养殖业户扩大养殖规模，弥补了资金、科技、地域、信息、运输等条件的限制，将“小舢板”绑在“大船”上，让渔民参与到产业链中，降低养殖风险，实现渔民增产增收。“五合一模式”带动长山群岛的渔民共同富裕，带动地区渔业发展、渔村建设，为海岛人民创造了城市化的生活环境。同时，獐子岛镇 15000 名渔民已成为集团的大股东，每年可从公司发展中获取红利、养老金。公司上市 6 年来，企业累计分红达 8.4 亿元。

吴厚刚感召全体员工长期坚持从事公益慈善事业，特别建立了慈善捐助机制，有效保证企业慈善事业的可持续性投入。从捐助地震灾区、捐助绿色大连基金，捐建四川净乐小学，到设立中国水产科学院奖励基金、中国海洋大学教育基金、百人万元慈善基金，近年来獐子岛集团在扶贫济困、灾难救援、文化教育资助、新农村建设等多个方面，累计捐赠总规模达 7000 余万元。集团连续 4 次荣登福布斯(中国)慈善榜，吴厚刚本人也荣获“大连慈善家”称号。

依托海洋资源，身为黄海渔民之子的吴厚刚用生态理念和科技力量，改变了一个企业的命运，一个小岛的命运，一片海洋的命运。源自大海的态度，奠定了一种根植于吴厚刚骨子里的开拓进取、百折不挠的个性，以大海的魄力发展，以大海的性格处事，以大海的胸怀合作。心有帆，海无界。作为中国渔业龙头企业的掌门人，他将带领獐子岛站在更高的层次来思考和践行中国渔业企业和海洋未来发展的共同课题，为中国蓝色经济的崛起贡献毕生的力量！

杨宸：从金融从业人员到金牌婚庆主持

■ 贾浩哲 张亚军

杨宸说，他是一个十分自负的人，在淄博的婚庆礼仪舞台上，他自信可以做到最好。自负缘于自信，是因为杨宸对淄博婚庆行业的了解和理解。

20 年前的一次偶然的机会，杨宸从一名金融从业人员进入了婚庆礼仪行业，成为淄博最早的一批婚庆主持人。从那时起，杨宸就与婚庆行业结下了不解之缘。如今，作为淄博一宸文化传播有限公司的领头人，杨宸早已将目光投向了更远的地方。

沾了太多喜气所以显得年轻

“鞭炮声声喜气洋，大红喜字贴墙上，蓝今天办喜事，白云今天当新娘。一对情人结连理，爱情小店要开张。各位，开张之前要先典礼，不能忙着入洞房……”

4 月 6 日，记者刚来到淄博一宸文化传播有限公司，一连串绕口的开场词就从杨宸的口中清晰地说了出来。

头发梳得一丝不苟，上身穿着白色的休闲西服，下身是一条橘红色的休闲西裤，眼前的杨宸给人一种富有活力、蓬勃向上的感觉，让人很难将 43 岁的年龄与他的外表联系起来。

“可能是因为我一直做着婚庆主持的行业，沾了太多的喜气，所以显得年轻吧。”杨宸毫不谦虚，自我调侃起来。

1993 年，杨宸从陕西一所大学的金融专业毕业，被分配到淄博一家大型国有金融企业工作。而在这里，因为同事的一场婚礼，杨宸的语言天赋和舞台经验被很好地挖掘了出来，使他在这种偶然的情况下涉足了婚庆礼



仪这个行业。

“当时单位年轻人多，因此只要有同事结婚，公司就组织我们这帮年轻人去帮忙。加上我也是热心肠，喜欢帮忙，所以同事婚礼上总是少不了我的身影。”

偶然的的机会进入婚庆行业

1995 年，公司组织员工去给一名同事的婚礼帮忙。“工会主席问我，主持婚礼怎么样。我一想，大学时就经常主持晚会，没啥难的，我就答应了。”

然而，婚礼主持对于杨宸来说是头一回。“我也不知道，只要有些如拜天地之类必要的程序就行，其余的你自己看着办。”工会主席

这样回答了杨宸的疑问。

大学时期的舞台经验帮杨宸解了围，很快一场婚礼策划案就写了出来。“那时的婚礼大多没有主持人，现场乱糟糟的，在这种情况下，根本就没人听我说。我灵机一动，想起了一些评书和相声段子中，会在开场前说一段‘定场诗’，我为什么不借鉴一下？”

紧接着，一段对仗工整的开场白就在婚礼现场响了起来，顿时将婚礼现场所有人的目光吸引过来，整个婚礼在一片喜庆热闹的场面中完美收场，而杨宸婚庆主持的名声从此一炮打响。

“大家一看，原来婚礼还能这样办，所以人们都开始来找我帮忙。”就这样，公司外面的很多人也通过熟人，找杨宸去当婚礼主持，越来越多的主持活动开始对他的工作造成了干扰。

兼职做婚庆主持人月入万元

而此时，杨宸还未真正打算将婚庆行业当成自己的工作来做，此时他还想着要在单位干出一番事业。因此，为了避免自己的工作受到影响，杨宸就刻意推掉了许多主持的活。好景不长，2000 年，杨宸所在的单位被撤销，改制成一家证券公司，而此时证券行情并不好，杨宸的生活越来越困难。

这时，淄博最早的婚庆公司出现了。“与现在的婚庆公司相比，那时的婚庆公司只是一个简单的雏形。可能几个人凑钱买一个录像机就成立了婚庆公司，根本没有婚庆主持人。一家婚庆公司的老板向我发出了邀请。”当时，杨宸的孩子刚刚出生不久，单位上

的那点工资根本不能养家糊口，于是在妻子的鼓励下，杨宸答应了邀请，开始利用业余时间四处“走穴”，赚取外快。

随后几年，淄博的婚庆行业进入了高速发展期，而杨宸也见证了整个行业的发展历程。“你可能都不知道，多的时候，我一个月能赚到近一万元。”想起当时的情景，现在的杨宸仍然美滋滋的。

更好地传播婚礼文化

当了近 20 年的婚庆主持人，杨宸对于自己所处的行业有着清醒的认识。“婚礼是什么？婚礼首先是一种告知，告知新人的亲朋好友结婚的消息；其次是一场秀，秀出新人的风采；然后还是一种承诺，夫妻双方的承诺；最后要体现两个家庭的文化。”

杨宸认为，只要一场婚礼包含上述四个方面，那么就是一场好的婚礼。“平心而论，我鄙视低俗、媚俗、粗俗的‘三俗婚礼’，更不喜欢新人为道具而服务的千篇一律的‘克隆婚礼’，不具有这样的婚礼的影响是不会长久的，是不具有生命力的。”

如今，杨宸已经是淄博西北商会常务副会长，而他的淄博一宸文化传播有限公司也走在逐步转型的路上，将业务重心转为婚礼文化传播方面。

杨宸认为，婚庆主持始终只是一个行业，但不是一个事业。中国历史悠久，传统文化源远流长，而婚庆文化同样是其中的一种文化。

“如今中国的婚礼文化越来越缺少自己的特色，挖掘中国婚礼文化是我们这些仁义不容辞的社会责任。虽然如今我的企业并不大，但我有信心将企业做大，将中国的婚礼文化更好地传播出去。”

姜毅：在服务企业过程中学经商

■ 张正增

姜毅，上海闽北商会创始人之一，原上海市南平商会第一、二届秘书长、政和上海商会原副会长兼秘书长，现任上海市福建商会副会长、政和人才教育基金会名誉会长，上海砖桥建材市场经营管理有限公司总经理，金北门建材市场董事长，上海之根红木家具有限公司董事长。



1961 年，姜毅出生在福建省政和县城关，高中毕业后到农村插队，1978 年报名参军。1981 年底，退伍返乡的姜毅，被分配到政和县百货公司做政工工作，不到四年升任政和县医药公司副经理。两年后，组织上将他提拔为副科

级干部，到政和县杨源乡党委担任组织委员。

1991 年，姜毅被调到政和县工商联，担任政和县商会副会长兼秘书长。其间，他的才能进一步得到发挥，多次被省、市工商联和政和县委、县政府评为先进工作者。

随着政和在沪创业人数的不断增多，1997 年 3 月，政和县委、县政府选派姜毅到上海筹建政和上海市商会。同年 10 月，政和上海商会成立，他担任首任副会长兼秘书长。这期间他又被南平市委统战部借调，筹建上海市南平商会，当时闽北在沪企业尚处起步阶段，企业不成规模，人员也分散，他只能骑着单车，到处打听哪里有闽北企业家在上海创业。在他的助推下，建阳、建瓯、浦城三地商会先后成立。在陈翔其、陈意明、宋声升、魏重生等一批企业家的支持下，上海南平商会于 1998 年成立，他担任秘书长，一干又是十年。他与政和驻沪工作处以及商会一班人团结作战，推动政和在沪企业由 1997 年的 51 家发展到目前的 3000 多家，人数也从当时的 800 多人增至 5 万人。如今，闽北在沪十个县(市、区)已全部成立商会，共有会员 4000 多人。闽北在沪乡亲近 30 万人，拥有中、小私营企业 6000 多家，其中上规模企业 1630 多家，年产值达 7000 多亿元。

在筹建商会的过程中，姜毅目睹了企业家们创业的艰难，也因此摸索出不少经营管理新思路。上个世纪九十年代，他打破“铁饭碗”，决定下海经商。带着家人省吃俭用凑齐的七八万元，他成为那个年代政和县公务员队伍中下海的最初一拨人。

1997 年，政和提出打造“中国菇县”的响亮口号，派人到上海筹建香菇市场。服务窗口设在徐汇区的桂林路，租了 20 亩地。因为种种原因，香菇市场最终没能建成，面临亏损。

那段时间，姜毅寝食难安，他知道县里已经决定放弃筹建香菇市场，可是巨额投资、高额违约金以及废弃的场地该如何处理？左思右想好多天，姜毅终于想到了好办法。他发现，绝大多数政和在人在上海经营建材都要租用店面，为何不通过商会将大家组织起来，办一个成熟的建材市场呢？既可形成规模，又可规范做大。姜毅与政和驻沪工作处主任陈翔钦坐下来认真商讨，最后决定发动在沪的政和籍乡亲企业家以股份制形式创办专业化、规模化的建材市场。半年后，建材市场顺利开张，要求租赁的客户爆满，当年底就收回了投资成本。

首战告捷，姜毅信心十足。此后，政和在人在上海创办的专业市场如雨后春笋般涌现，并取得了骄人的业绩。而姜毅则转而寻找更大的发展平台。2001 年，他与三名投资合作伙伴在松江区砖桥很荒凉的农田区购地，开发重建新的建材市场，这就是今天的松江砖桥建材市场。2004 年，姜毅又先后参与投资四川成都碧城房地产、江苏东台碧城商贸园，2006 年以来，还开发了上海金山北石建材市场，成立上海亿磊实业发展有限公司、上海北苑商贸有限公司。

商场如战场，投资也有风险。2006 至 2008 年，受世界金融危机影响，上海房价跌到谷底，姜毅果断将十几年积蓄全部投资房产，几年内共购置宾馆、住宅、写字楼、厂房等不同类型房屋，面积达 6000 多平方米。2011 至 2012 年初，国家银根宽松，有几家银行见他经营的砖桥建材市场生意红火，主动找上门，愿意授信贷款一个亿。姜毅头脑十分冷静，当时并没有什么好项目需要这么大的投入，如果效仿别人贷了款再转借他人，风险又太大，因此，他婉言谢绝了银行的好意。果然，2012 年 5 月，国家开始银根紧缩，很多企业和个人的资金链断裂，纷纷倒闭，姜毅庆幸自己逃过了一劫。

从商多年，姜毅广交朋友，他常说：“生活是最好的老师，朋友是最大的财富，帮助别人，也是在帮助自己。”姜毅很庆幸自己能遇到一群志同道合的伙伴，无论顺境还是逆境，彼此信任，相互扶持，并肩作战。他笑着说：“人生的美满幸福亦是一个逐步积累的过程，需要用心经营、耐心部署，从点到线，从线至面延伸演变，重要的是开始后别忘了出发点，启程后别忘了目的地。”