

插上绿色翅膀 翱翔美丽中国

——吉林省龙兴集团董事长兼总裁刘湃的光彩之路

■ 慧文

“我认为女性特有的品德是走向成功的核心竞争力。我用三个关键词——诗意、感性、温情来跟大家分享。”4月18日,在品牌中国产业联盟、中国会展经济研究会和艾丰经济发展研究院联合主办的2014品牌中国(女性)高峰论坛上,吉林省龙兴集团董事长兼总裁刘湃如是说。这一天,刘湃荣登2014中国十大品牌女性之列,她用温暖、亲和的笑容回应大家的掌声与鲜花。

那一刻,她与大家分享的,是她创业17载的心路历程。在残酷的市场竞争中摸爬滚打17载,那份女性的温情在刘湃的身上并没有消失。相反,这股在她内心深处一直生长的温情却与她的事业息息相关,影响着她的选择。

起步:以诚信赚来第一桶金

1985年,刘湃因几分之差与自己的大学梦失之交臂,因种种原因,刘湃选择了留在家乡。这一年底,她以优异的成绩考入桦甸市司法局公证处,成了一名公证员。

1997年1月,机会不经意间降临。一个朋友因饭店生意不好,希望刘湃帮她租出去。刘湃决定租下朋友的饭店。刘湃筹集了10万元,办起了她人生中的第一个企业——金龙饭店。由于经营守信,这个饭店从开业起,生意就很红火。

1998年6月,桦甸市一家副食城三四层楼对外招租。得到信息后,刘湃当即决定把它租下来,开办一家较高档次的大酒店。然而,创办大酒店所需要的资金达50多万元,她手里仅有1万多元。

刘湃没有气馁,她凭着自己多年树立起来的良好信誉,很快就筹集到20万元,又从银行贷款30万元。经过一番努力,龙兴大酒店终于开业。2000年,刘湃再次投入资金,创立了集餐饮、洗浴、住宿于一体的龙兴宾馆,如今,这个宾馆已经成为桦甸市最高星级的旅游饭店。

几年下来,商业释放了她那被压抑已久的创造力,办好企业正在演变成她的事业。商海搏击,得先机者胜。善于学习的刘湃很快从沃尔玛的经验中看到了商机——桦甸虽然超市遍地,但超市业态尚有未被开拓的空间。

2002年,刘湃创办了龙兴超市。经过一段时间的市场调查后,刘湃决定借鉴沃尔玛的成功经验,构建农村新型物流体系。

第二年,刘湃与当地供销社强强联手,从构建农村新型物流体系出发,要把龙兴超市开到乡镇。当时,在不到两年的时间里,龙兴超市的连锁店在桦甸市的6个乡镇上落地生根,初步建成了具有一定规模的农村新型物流体系,率先实现了小超市大连锁,开创了吉



【人物档案】

刘湃,吉林省龙兴集团董事长,目前担任全国工商联会员、中国女企业家协会常务理事、全国工商联房地产总商会常务理事、吉林省总商会副会长、吉林省农产品女经纪人协会会长、吉林省工商联常务副会长、吉林市政协常委、吉林市科协副主席、桦甸市政协副主席、桦甸市工商联主席等职。

林省超市下农村的先例。

那时,由商务部推广的农村现代流通网络建设——“万村千乡”市场工程还没有启动,刘湃竟然成为全国超市下乡的开拓者。

发展:跨行业发展风雨兼程

从2006年开始,刘湃的目光转向房地产。她利用一切机会到外地考察,向国内著名房地产专家咨询求教,多次邀请北京师范大学教授董藩、国家建设部住宅产业化促进中心副总工程师、一级注册建筑师孙克放等名家到桦甸,对龙兴房地产规划进行综合考察和评估。

2007年,刘湃成立了龙兴房地产投资开发有限公司,聘请大连万达高管人员组建管理团队,委托亚洲著名的地产策划公司——中原地产代理公司全程策划,省建筑设计院规划设计,招标省内知名建筑公司施工,在桦甸市完成了龙兴·水岸新城项目。该项目荣获

2007年全国人居经典建筑规划设计方案综合大奖。2010年,龙兴·水岸新城被评为吉林省物业管理示范小区,在吉林省县级城市率先获此殊荣。

2010年,刘湃开始走出桦甸,在吉林市陆续成立了文化传媒公司、会所与房地产公司等。

2010年3月,经吉林省工信厅、省委宣传部、省人力资源和社会保障厅、省妇联、团省委、省工商联组成的创业明星评选委员会的严格审查,刘湃荣获了吉林省一届创业明星的称号。至此,刘湃完成了一个“丑小鸭”的华美转身,她从一个莽撞的创业者终于成长为闪耀的创业之星。

谈起那些创业的日子,刘湃微笑着说:“女性创业要比男性多许多坎坷,但我有一个好习惯——我一直没有放弃学习,一直在苦练‘杀敌本领’”。

是的,这些年来,刘湃再忙,每天她还是会抽出两个小时左右的时间来看书。她家的藏书已经超过两万册。4月18日她到北京参加品牌女性论坛,还抽空到王府井书店转了一圈,“买了3000多块钱的书”。

“既然选择了远方,就必须风雨兼程。”刘湃笑咪咪地说。

诗意:为了秀美山川

桦甸,古时因盛产黄金,又称为金城。那里山川秀美,春有金达莱,夏有明湖,秋有红枫,冬有雾凇,四季把桦甸妆点得格外绚烂缤纷。

生于斯,长于斯。爱好摄影的刘湃常常将家乡的美景摄入镜头。而当自己焦虑、发愁的时候,刘湃也喜欢选择到森林里去,放眼看一看绿色的青山,放飞一下心情。

2002年,是刘湃事业发展的高峰期,刘湃有了一个新决定——植树造林。因为有了市场打拼的经验,刘湃思考:如何运用市场机制保住青山绿水?

经过深思熟虑,刘湃决定放手一搏,她要承包桦甸的荒山。

在桦甸市公吉乡公郎头村,有一座面积达20多公顷的荒山,过去由于村民们在山上开荒种地,山上的植被已荡然无存。由于植被破坏,每逢雨季,那里总会发生程度不同的泥石流。国家实行退耕还林政策后,当地农民因无钱退耕还林,使得这座荒山依然光秃秃,退耕还林工作不见起色。

2002年4月,刘湃正式启动桦甸市龙兴绿色生态园建设。她不顾家人劝阻,把筹备兴办龙兴超市的事情交给下属,只身一人来到荒芜的山上做植树规划……

她将自己的设想、规划仔细地讲给当地政府部门听;她找到了附近学校的校长,与校长商量是否能将学校的植树活动与绿化荒山的规划相结合。

她的诚心打动了大家,那一天,村支部和学校组织了100多人的植树队伍上了山,大家植树10000多棵。

从此,刘湃的绿色之梦一发不可收拾。很快,刘湃绿化荒山的总面积就达到了2000多公顷,到2012年,已植树400多万株,被称为桦甸市的绿化荒山“状元”。

现在,吉林省龙兴生态农业开发有限责任公司已是吉林省级重点龙头企业。

经过10多年的经营,大片的荒山终于变成满眼绿色的林区。刘湃说,“当我老了,拄着拐杖走进大山,我可以骄傲地告诉孩子们,这是当年我领着龙兴人栽下的树。不为赚多少钱,只为给龙兴、给家乡留下一片绿色。”

温情:行正道走光彩的路

有一首歌,《在路上》,是一首刘湃最喜欢的歌,每逢公节庆,刘湃都要放歌一曲。“那一天,我不得已上路。为不安分的心,为自尊的生存,为自我的证明。路上的心酸,已融进我的眼睛,心灵的困境,已化作我的坚定……”

这首励志歌就像刘湃的写照。在2014十大品牌女性颁奖典礼上,刘湃的上榜理由是:“她放弃公证员安逸稳定的工作,从一个小饭店起步,将企业发展为今天的龙兴集团,涵盖16家子公司,创造出商海中的一个又一个奇迹。她的创业经历体现了中国妇女勤奋、进取、坚韧、务实的传统美德,她的事例对带动全民创业,特别是女性创业具有积极的意义和典型性。”

许多龙兴人都会唱这首歌,因为他们听过董事长唱过太多遍。刘湃的励志文化正在悄然影响着员工们,刘湃与员工们是心灵相通的。

每年的企业年会上,会有许多的龙兴员工,以他们不一定最美的歌喉,歌唱着美好的生活;总会有许多年轻人,以他们略显羞涩的舞蹈,起舞欢跳。

“不是每一个企业都可以用这样的方式迎接每一个新年,但龙兴一直都是。因为我们把这当做成成长,叫做绽放——我们一年又一年地成长和绽放。”龙兴集团一位员工说。

刘湃这样说,命运掌握在自己手里,未来掌握在我们的创业行动中。只要我们不服输、不满足,不停步,我们就能创造出属于我们自己的事业。白山黑水间一定会留下我们宏大的创业画卷。

一分耕耘,一分收获。17年后的今天,龙兴集团成为拥有两个集团公司和16个子公司的多元化集团公司。刘湃获得了许多荣誉。她说:“荣誉是一种激励,激励我不断进取。不论什么情况,什么时候,只有不断进取,行正道,走光彩的路,才能从一个成功走向另一个成功。”



【人物档案】

林聪颖,1960年出生于福建晋江,中国服装协会副会长、福建省服装服饰行业协会副会长、泉州市纺织服装商会副会长、晋江市政协常委、政协厦门市思明区第六届委员会委员、晋江市工商联副会长、泉州市工商联常务委员、泉州经济技术开发区工商联副会长、福建省慈善总会理事、晋江市慈善总会荣誉会长、泉州市慈善总会名誉会长、晋江市纺织服装协会会长、泉州市企业与企业家协会副会长、泉州市商标协会副会长。

林聪颖:“牧心者牧天下”

■ 思晨

林聪颖,一个农民出身的亿万富翁;外界人称中国西裤王,旗下九牧王西裤连续三年全国销量第一;生平最信奉的一句话是牧心者牧天下。

上世纪80年代初,林聪颖做起了粮食生意,没赚到钱,还欠了14000多元的债。1985年的大年初一和初九,林聪颖在众人的目光中送走了上门讨债的人。春节还没过完,林聪颖带着仅有的200元钱,前往九江推销拉链。在林聪颖看来,拉链用量大,投入的本钱少,很适合自己。到了九江,林聪颖开始四处上门推销。到了第8天,林聪颖已经没钱吃饭,终于有一家厂商向林聪颖订了240元的货。那以后,林聪颖的客户越来越多,他却不敢继续做这个生意了——他销售的拉链都是一些小厂生产的,质量不过硬,常常遭到投诉,而且,拉链的销售利润实在太低。在与当地的服装企业打交道的过程中,林聪颖发现了一个商机——服装零售很有市场,而且利润丰厚。林聪颖的父亲开了一家服装公司,主要做外销生意,正好有一批服装尺寸偏小,不能出口,林聪颖便把这批货接过来,在青岛开了一家服装零售店。

1989年,林聪颖在青岛做服装零售生意挣了点钱,回到老家晋江市磁灶镇准备办服装厂,遭到了一致反对。磁灶从没有过一家服装企业,谁会买一个到处是泥土和粉尘的地方生产的服装?更何况,他只做过服装零售,对制衣技术能了解多少,林聪颖固执地坚持着。林聪颖以往积累下一些资金,又跟亲戚借来18000元钱,创业的原始资本共有72000元。林聪颖向磁灶镇政府租了500平方米的场地,买了几台二手锁边机和裁床,缝纫机、剪刀、凳子全由工人自己带。林聪颖到附近的城镇请来老裁缝,在对工人进行了一个多月的培训后,九牧王的前身诞生了,服装厂是办起来了,却并非一帆风顺,林聪颖用了4年才弥补上经营的亏空。1989年10月,林聪颖的工厂生产的西裤在青岛、大连面市,商场要求补货的电话一个接一个。年终结算,林聪颖吓了一跳:短短的四五个月,销售额竟有20多万元。

23000针缝制,30次熨烫,5600人的共同努力,800万条人体曲线数据,108道工序,100%的检验,造就一条九牧王西裤,九牧王西裤在全国的销售量一路狂飙直上,市场占有率和知名度迅速上升,林聪颖在享受成功喜悦的同时保持着极度清醒,他深知“良好的品质是价值和尊严的起点”,一刻都松懈不得。在他的心中,“火烧次品裤事件”像烙铁一样随时提醒着自己质量问题就像病菌一样,稍不留神,它就会卷土重来。

1999年4月的一天,林聪颖像往常一样到车间检查工作。一批成品裤出来了,通过检验没有发现质量问题,很快将运到市场销售。林聪颖随手拿起一条检查,结果发现裤子的臀部裁减尺寸不对,上身后会影美观。他立即对该批次的所有产品进行检查,结果发现100多条都存在类似的问题,科学、规范的管理永远是企业长盛不衰的法宝,经历了粮食生意惨败的林聪颖对此句话有着比别人更加深刻的理解。于是,当企业进入高速跑道的時候,他就开始把强化管理放到了关系到企业生死存亡的高度。他率先导入并通过了ISO9001国际质量认证体系,在各个部门推行目标责任制,制定详细的员工操作手册,让一切在制度的框架下运行。

2011年5月30日,九牧王A股股票成功在上海证券交易所挂牌上市,截至2011年,公司主导产品九牧王品牌男裤综合市场占有率连续十二年(2000—2011)位居全国第一,九牧王成为行业公认的“男裤专家”。林聪颖被誉为中国服装行业的领军人物。

杰出的表现和高度关心社会公益事业,林聪颖曾荣获“2005中国企业商标50人”、“2005福建经济年度管理奖”、“第十一届福建省优秀企业家”、“全国关爱员工优秀民营企业”、“纪念改革开放30周年泉州市30位杰出经济人物”、“2009海西经济年度杰出人物”、“2010中国纺织品牌文化建设杰出人物”、“亚洲(行业)品牌十大创新人物”等诸多荣誉。

足浴行业的拓荒者

——访上海泰昌健康科技股份有限公司董事长王昌华

■ 敏尚

当年王昌华放弃公务员的身份辞职下海创业,他凭借求真务实、锐意进取的精神,白手起家,奋力拼搏,荣获了多项荣誉称号,持有七十多项国家专利。目前公司厂房面积为48000平方米,拥有八百多员工,2012年的销售收入达到了5.7亿元,年创税收3967万元。今天不妨让他一起分享创富的智慧和经历。

记者:当时你为什么决定下海经商呢?王昌华:当时我们也是受周边的环境,我们同学圈、朋友圈环境的影响,当时也是试探性的我们出去做一两年试试看。想不到一出来就十五年时间了。

记者:当时刚开始创业的时候你是做什么什么样的产业和产品呢?

王昌华:从一开始我们就涉及到按摩器具这个行业。起初我们是家庭式的作坊,就在家里头当时租一个大概100平方的房子。我们开始做一些小按摩器具,销售的渠道主要是义乌市场为主,义乌小商品市场和当地礼品市场。这种销量确实有一些,但毛利空间是非常低的,赚一点点。

记者:那是怎样的机缘,让你从温州的平阳到上海来发展?

王昌华:第一,既然要做企业,一开始的定位就必须要有品牌的意识。第二,上海毕竟是大都市,如果能在上海能够立住脚的话,那么证明我们这个品牌可以在全国打开市场。所以虽然工厂在老家,但我们已经在上海注册了一家公司,也就是现在公司的前身——上海泰昌健身器材有限公司,那是1998年注册的。

记者:一开始做健身器材应该说也有不错的销量,那么什么时候意识到要转型,开始进入到足浴盆这个行业呢?

王昌华:实际上我们是受台湾一家企业的启发。当时国内这种足浴器产品几乎没有的,当时台湾的一家企业生产了一个比较简易的



【人物简介】

王昌华,浙江省平阳县人,1998年至2010年任上海泰昌健身器材有限公司董事长,2010年任上海泰昌健康科技有限公司董事长、上海奉贤温州商会副会长。

带有加热功能的一个足浴器。我们当时正是受这个足浴器的启发,对市场进行了一番的调查,发现许多消费者确实有这方面的需求,才下决心一定要把这个足浴器产品做好。

记者:为什么泰昌能够在短短的几年时间在保健足浴盆这个行业做到第一呢?

王昌华:我们是从2003年,泰昌就把整个精力重点投入了足浴器产品作为我们将来发展的主导产品。刚开始,泰昌也不是主打中

国市场,而是把这个产品开发好,做了韩国的市场。2004、2005年实际上我们挖到的第一桶金应该是在韩国市场上挖回来的。泰昌当时的足浴器产品在韩国每年能销十几万台,而且它的毛利空间确实不错。所以泰昌这个品牌实际上在韩国的知名度当时也非常高的。

记者:在这几年我知道有一个数据说泰昌的保健足浴盆连续六年是供不应求,这一方面说明这个产业有一个巨大的空间,另外一方面也说明这个产业处在喷发期。为什么泰昌能做到这么好呢?

王昌华:当年我们在2007年在上海落户把重点的工作主要投向于足浴器这个产品上面之后,公司董事会的几个成员的脑子非常清醒,既然要在上海做好泰昌的足浴器,全国的销售市场我们最主要要做的几件事情是:第一个,就是要把泰昌的研发团队建立好。第二,营销工作一定要做到位,营销工作最重要的一块就是把泰昌的品牌树立起来。所以每年我们要不断地开发新的产品,同时要不断拓展渠道,终端,线上、线下,只要那个渠道有我们市场的地方,我们的营销部门都会有人过去,要去调查,要去怎么样的开发这些有潜力的市场。

记者:那么现在泰昌线下的市场已经布局了多少呢?

王昌华:目前我们在全国已经有300多个经销商,销售终端有5000多个。

记者:泰昌在研发上这几年是怎么不断地加大研发,或者在这方面和其他的企业有什么不同呢?

王昌华:泰昌这几年在研发上连续投入每年都超过1000万元,我们的研发团队就有将近60个人,我们还跟上海一些知名的大学进行了校企联动。有很多的研发工作我们是跟一些研究所来进行合作的,把我们一些基础研发的工作,包括将来一些可能要储备的研发工作都要提前去做。所以泰昌一直生产一代,储存一代,开发一代。这个就是泰昌这