

“金圣”启示录

■ 江西省政协常委、经济委员会副主任、研究员 汪玉奇

我不吸烟,但我喜欢“金圣”——喜欢“金圣”的品牌,喜欢“金圣”的理念,喜欢创造“金圣”的人们。

“金圣”今年二十岁了。作为它成长的见证人,我自然有许多话要说……

品牌在区域增长中的意义

在计划经济转向市场经济的伟大进程中,一个显著的变化是,区域经济作为相对独立的经济单元,从大一统的经济格局中脱颖而出。它们有了相对独立的经济利益,相对独立的经济活动,从而在它们之间,有了相互竞争、相互博弈,有了经济增长快与慢、增长质量高与低的比较,有了“百舸争流,千帆竞发”的形象说法。

我记得很清楚,江西是要十分焦虑的状态中,走进新世纪的。这一年,江西的经济总量只有浙江的 30%,福建的 50%,安徽的 60%,湖南的 54%。当时,有媒体将江西称为“经济盆地”。自古以来,拥有“物华天宝,人杰地灵”美誉的江西,怎么了?

进一步的分析告诉我们,江西经济落后的结症,在于工业化程度低。我们在改革开放的历史进程中,多次消失发展机遇,工业化的发展进程严重滞后了。2000 年,江西第二产业占三次产业的比重,只有 35%,比全国低出 20 个百分点。

“风乍起,吹皱一池春水。”新世纪以来,江西在总结历史经验的基础上,在解放思想的滚滚洪流中,开始了实施以工业化为核心的发展战略的宏伟进军。“金圣”就是在这样的背景下,一马当先,鹤立鸡群,走在进军队伍的最前列。

在一个自然经济的历史包袱十分沉重的省份,加快推进工业化,是需要特别的勇气,特别的智慧的。“说农业大半天,说工业一支烟,说资本不沾边”的说法,就是当时真实的观念状态。“金圣”的创造者们一个十分宝贵的表现,就是高起点、宽眼界,紧紧抓住品牌建设这一根本环节,形成企业核心竞争力,成为行业发展的排头兵,和全省加快推进工业化的领头羊。

“金圣”为我们生动演绎了品牌在区域增长中的意义:

——在短缺经济条件下推进工业化,由于供求关系呈现为卖出市场,因而可以实施数量战略,即以数量为主导,实现量的扩张。在计划经济转向市场经济条件下推进工业化,由于供求关系开始改变为买方市场,因而必须实施质量战略,即以质量为主导,实现质的提升。这个质的具体表现就是品牌。没有品牌珠工业化,是低质量的工业化,在区域经济竞争中永远没有主动权。

——品牌就是财源。在江西推进工业化的进程,曾就如何提高财政收入占 GDP 比重问题,进行过一次热烈的讨论。人们在讨论中注意到,当时江西财政收入占 GDP 的比重不到 12%,普遍低于东部沿海地区各省区的水平。为什么江西 GDP 财政收入产出率低?归根到底,就是缺少品牌。“金圣”以丰厚的效益奉献,使人们很容易得到共识,如果江西有十个“金圣”式的品牌,财政收入状况一定会有根本性的改观,财政收入占 GDP 的比重一定会有大幅度的提高。江西呼唤更多的“金圣”诞生与成长。

——品牌有着独特的文化意义。为什



么“奔驰”是德国的骄傲,“苹果”是美国的自豪?为什么“海尔”成为青岛的别名,“格力”成为广东的标志?事实表明,品牌是物质的东西,但其内涵有着极为丰富的精神元素。凡是品牌,在创建、提升、完善的过程中,凝聚着企业家的创新精神,与企业员工队伍向上向善的理想追求。因此,品牌总是力与智的结晶。品牌的市场号召力,必然内化为区域的自豪感,并成为一榜样力量,示范着本区域的精神建设。在“金圣”是江西人创建的品牌”的说法中,我们不难感受到“金圣”在江西人精神世界中的影响力。



没有理想的企业走不远

中国经济大潮叠起,波澜壮阔。“金圣”这二十年,上下左右是企业界或崛起,或沉沦,或挺进,或徘徊,发生重大裂变的二十年。“金圣”一路走来,步伐铿锵,显现出理想在企业的发展进程中不可或缺的伟大力量。

江西,是一片神圣的土地。这时的一草一木,都连结着中国共产党人悲壮的革命史、奋斗史。在大革命失败的严峻时刻,中国共产党人从血泊中站起来,掩埋好同志的尸体,开始新的斗争。1927 年 8 月 1 日,在南昌打响武装反抗国民党反动统治的第一枪。在巍峨的井冈山上,更是风云激荡。中国共产党人将马克思主义普遍原理与中国实际相结合,走出“农村包围城市,武装夺取政权”独特的中国革命道理,并在伟大的斗争中,铸造出伟大的井冈山精神。所有这一切,构成中国共产党人纯正的、宝贵的

红色基因。”“金圣”的创造者们传承着,光大着,从中汲取企业发展无穷无尽的力量。

烟草行业并不是完全垄断行业。尽管我国实行烟草专卖制度,但无烟草市场,众多企业主体、众多产品品牌,相互间所展开的竞争异常激烈,优胜劣汰的规律在这里同样铁面无情。在“金圣”二十年的发展历程中,可谓是千辛万苦。受江西整个工业水平的影响,“金圣”几乎遭遇企业发展的全部困难。机制不活、资金短缺、技术低端、营销呆滞,一道又一道难关摆在企业面前。

“金圣”的骨头是硬的,因为饱含精神之钙,——这就是理想的力量。我至今记得



企业曾经有过的困难,人们用“八个锅七个盖,总有一口锅盖不住”的说法,来形容企业资不抵债的窘态。是生,还是死?在生死抉择面前,企业坚定不移地走上体制改革、技术改造的道路,企业领导人在成功突围后,有一段十分精彩的话:纵观中烟的发展,不是一帆风顺、一路鲜花的过程。面对进与退、生与死、盛与衰的抉择,我们需要有一种信念的支撑。这就是产业报国的理想,这就是星星之火,可以燎原的信念。红色基因,是国有企业最具发展优势的精神资本。

在中国加世界贸易组织(WTO)的背景下,中国烟草工业在经历全球化的大潮中,走进国际竞争的风口浪尖,洋烟在国门更大幅度的开放中,必将以更大规模进入中国市场。任何市场的份额都是有限的,有限的中国烟草市场份额必然在国内同行业竞争的基础上,增加国际竞争对手,使竞争更趋激烈、更趋复杂。“金圣”面临新的、更

大的考验。

在那些日子里,我与江西中烟郑伟、与企业团队有较多的接触。——他们在企业发展的关键时刻,引入理论外脑。我深深地感动着,感动着郑伟和他的同事们那种责无旁贷、义不容辞的使命感,和从容不迫、应对自如的冷静与清醒。他们确立差异化发展战略,走与洋烟不同的技术路线,创中式卷烟特色,以“本草香”抢占国内市场。实践证明是最有说服力的。正是在国际竞争中,“沧海横流,方显英雄本色。”“金圣”进入到一个快速发展的新阶段。

任何企业都是有灵魂的,但并不是所



有的灵魂都具有正能量的。有的企业慵懒没有创业创新的激情;有的企业胆怯,不敢在市场竞争中弄潮;有的企业低劣局限在铜钱眼的束缚之中。只有那些志存高远,富有理想的企业,才能“海阔凭鱼跃,天高任鸟飞”,才能在竞争中杀出一条血路走向成功。在企业文化建设中,尤其是在国有企业文化建设中,我们并不拒绝那些智商类情商类教育,但作为精神之钙的理想教育,绝对具有最重要的意义。“金圣”的发展历程可以反证——

没有理想的企业走不远。

开创“功到自然成”的新境界

我很喜欢这一组统计数字——

“金圣”销售量,第一个 10 万箱,从 1994 年到 2004 年用了 10 年;第二个 10 万箱,用了 4 年半;从 20 万到 30 万箱,用了 2 年半;而从 30 万到 40 万箱,仅用了 1

年。

这是一组几何级数式的数字,生动地展示出企业跳跃式发展的历程。在探索“金圣”发展秘密的时候,我想起他们的企业形象口号——

功到自然成!

“金圣”之功,最值得称道的,是依靠科技进步,改造传统产业,提升传统产品,从而形成新的竞争优势。

烟草工业,并非是新兴产业,就其产业形态、产品属性来看,当属传统制造业。二十年来,“金圣”的创造者们创造性把卷烟与中草药融合起来,通过在卷烟中增添天然植物精华,实现了中式卷烟的质量革命。在这一革命中,企业大规模进行技术改造。通过引进美国先进技术与先进设备。在提取天然植物精华方面,以智能化提炼技术,实现了从“粗提”到“精提”的跨越。“金圣香”的提取与应用,成为企业的核心竞争优势。江西中烟已成长为江西第一创税大户,其税收总额是第二、第三位的总和。

“金圣”的这条经验,对江西工业经济的发展,有十分深刻的启迪意义。

在反国际金融危机背景下,人们把实现经济持续健康发展的希望,寄托在大力发展战略性新兴产业上。经济学家告诉我们,战略性新兴产业是指以新技术革命为依托的新产业,其具有萌芽性质,但在未来将成长为支撑经济增长的大产业。大力发展这样的产业,热情固然可佳,但在江西这样的欠发达省份,本来工业基础就薄弱,发展战略性新兴产业有一个量力而行的问题。摆在我们面前,更直接更现实的问题是如何对待既有的传统产业问题。

