

楼仲平：一根吸管也可以称霸全球

■ 姚欣敏

在 2015 中国实效管理总裁论坛上,有着“吸管大王”美称的义乌市双童日用品有限公司董事长楼仲平分享了他的坎坷的创业历程,他传递的专注精神深深打动了在场的企业家朋友。

楼仲平 14 岁踏入社会, 经历各种艰难曲折,最终踏入吸管行业,并成功打造了全球第一的吸管王国。在他的带领下,“双童吸管”通过 20 年的深耕细挖把一个几厘钱的产品做到了几个亿年产值的隐形冠军。2004 年至 2014 年十年间, 双童的产值增加了 348%,并实现了人均产出增长 8 倍。此外,楼仲平在其数十年的创业经历中, 在中小企业发展和思考、品牌建设、创业与守业等方面都有着自己独特的深刻的见解。

创业 选择专注与坚守

楼仲平坦言曾懊悔自己选错了创业项目,他笑言,创业如同“投娘胎”,选择对的行业很重要。

吸管是非大众消费的边缘产品, 产品售价低,产业集聚度偏低,品牌附加值偏低。一路发展,双童经历了很多,也走了很多弯路。创业初期,也是年青时的喧嚣与躁动,让他一山望过一山高,先后收过农药瓶、鸡毛、卖牙刷、搞养殖……期间干过二十多个行当,一事无成。三十而立后,他静心沉思,不能一错再错,开始珍惜手上拥有! 抵制各种诱惑,扛起所有压力, 专注于一根毫不起眼的小商



“很多发达国家都有这么一群商人,他们家族企业几百年只生产一种商品,但却能把这种商品做成艺术品、奢侈品。”民营企业楼仲平立志做这样的人。

品——吸管。

从 2003 年开始,双童逐渐放弃贪大求全的粗放经营,重新回归专注,只做吸管,追求产出最大化,抓住哑铃两端,明确了“五十年专注吸管不变”的发展规划。

楼仲平认为:做企业目的很简单,挣点钱改善自己,让家人过得好一点,让员工过得好一点,让自己在快乐的经营中得到满足。做企业的本质,只有两个字,那就是专注。专注于用最少的资源,做出最好的产品,资源利用最大化。比如老干妈,一瓶土掉渣的辣椒酱,在最近三年创下了缴税 18 亿、产值 68 亿的成绩,并且间接带动了 800 万农民致富。老干妈成功之处不在于产值和规模,而在于其用自身朴实的“经营信仰”在占用最小的社会资源下,创造出一条与这个时代主流经营环境“背道而驰”的企业发展道路。而专注经营需要有坚定的信念。经营“双童”20 年以来,楼仲平认为,选择专注是一种经营策略。双童二十年的发展道路,实际上为中小企业开创了一条高效、低耗、绿色、环保、精细化管理、低负债运营、与员工和谐共赢的可持续发展道路。而这样的企业经营模式恰恰是有利于企业、有利于员工、有利于社会的共赢之路,是中国制造业未来持续发展的必然选择。

创意： 应对中国制造的迷茫

除了勤奋之外, 作为双童灵魂的楼仲平是一个极具创新头脑和创新基因的人, 这两者在他的小吸管生意中转化成了一种大智慧。在“双童”的不同发展阶段,他分别通过品牌化、电商之路,帮助双童走上了一条与众不同的差异化道路,立于行业不败之地。

2004 年, 双童吸管通过传统和电商两条腿走路的方式已经做到世界规模最大。然而,

正当电商发展的如日中天之时, 楼仲平却改变了主意。他认为,虽然欧美客户的定量大,付款及时,但享受够了 Made in China 的它们过于强势。在美国 K-Mart、多乐趣一元店面前,双童没有议价空间,更值得忧虑的是,如果按照这些欧美客户的大规模订单布置生产线,那么双童将被死死地套牢在低端产品的层面上,没有精力去创新。

于是,在 2005 年,楼仲平将双童的转型目标定位于“不做大客户”,“要品牌”,“要创新”三大原则。正是从那时起,双童开始走上了创意产品的道路,其客户群体也慢慢变成了 1 万多家之多。

时间证明,他的这种决策是明智的,双童在日本和国内找到了虽然订单小却利润更高的客户。在演讲中,楼仲平认为,很多创新都是“困而知之”的产物,多从品牌的角度、从资源的角度看经营本质,专注于一个行业,才能发掘一个行业中还存在的发展机遇,以及转型的种种可能。

正因为有这样的经验, 楼仲平对目前中国企业的现状以及如何经营企业, 有自己独到的见解。他认为,中国企业目前的根本问题是信仰缺失,“中国制造”危机根本上是信仰危机和道德危机,是在信仰和道德缺失下的精神危机。以德国为例,为什么德国会有这么多大企业、好企业,因为他们高度专注于某一个窄小的细分行业。德国制造体现的是“工匠精神”,追求把一件事情做到极致。而中国制造业额可持续发展正面临严峻考验,制造业已经到了非转变不可的地步了。而在双童身上可以看到, 创意将为传统制造业注入新的活力。

吉林森工集团企业文化建设 激发职工强大精神动力

“为国效力、为民造福、忠诚做人、和谐创业”的企业精神,是中国吉林森工集团在长期成长过程中形成的精神积淀,并逐渐成为激发全体员工积极性和创造性的强大动力。

从吉林省采伐公司演变到中国吉林森工集团,半个多世纪的创业和改革发展历程,铸就了森工人厚重、质朴、无私的高尚品格,形成了敬业、忠诚、奉献的伟大精神。

2006 年, 中国吉林森林工业集团有限责任公司正式挂牌运行,成为全国第一家国有控股大型森工集团和真正意义上的市场主体,开创了全国森工企业改革的先河。

体制变革,让吉林森工集团凤凰涅、浴火重生,但如何让员工更具凝聚力,成为公司董事长柏广新一一直在思索的问题。

“企业文化可以自然生成,但优秀企业文化必然经过精心打造。”在柏广新的带领下,集团全面实施文化兴企战略,共建精神家园。编印颁行了吉林森工集团文化手册《绿色宣言》。

传承着深厚传统文化,伴随着森工集团发展,不断健全完善,吉森精神也在做强做优做大进程中,激励和凝聚人心,为企业发展提供了强大精神动力。

国家启动天然林保护工程后, 吉林森工认识到只有走转型发展之路,大力发展非林产业,才能从根本上减轻对森林的承载压力。2013 年集团从非林子公司净利润中提取 1200 万元的生态建设基金反哺林业,实现了几代吉林森工人非林哺林、生态报国的绿色梦想。

集团根据国家的战略定位和自身的资源禀赋,提出了坚持“生态优先、产业优化、产品优良”的经营方针,推进“五个转变”的经营思路,实施了从单一利用木材资源向综合开发

林区多种资源、特别是非林非木资源为核心的“三六九八”发展战略,重点开发森林资源经营、林木精深加工、森林矿产水电、森林保健食品、森林生态旅游和现代服务等六大产业。

市场风雨不断,行业起伏不定,竞争激烈残酷。吉林森工孕育的优秀文化,为企业提供了战胜困难的智慧、勇气和动力。

20 年来,吉林森工集团累计提供商品材 2260 万立方米,上缴利税 43 亿元,上缴利润 2.5 亿元。集团先后完成了“长白山林区人工促进天然林生长技术研究”、“人工幼龄林透光抚育技术研究”等近百个科研课题。《林木市场成熟理论研究》通过国家验收,被评为吉林省社会科学一等奖。

在党的群众路线教育实践活动中,集团专门成立党委群众工作部,建立千群恳谈制度,倾听员工呼声,及时解决员工提出的问题。设立信访专项资金,处理多年的信访积案,密切了与群众的联系。

一次次感动瞬间,一个个温馨故事,书写出吉林森工企业文化建设的精彩经历,温暖了员工的心,也给予他们承担责任的勇气。

当接到人民大会堂地板铺装任务时,吉林森工人冒着高温酷热,破解多重技术难关,仅用 65 天,将 7300 平方米国宴大厅地板全部铺设完毕,创下了“单间室内铺装木地板面积之最”的吉尼斯纪录。当四川发生地震时,森工人昼夜兼程,连续三天三夜 68 小时驱车千里,将 300 多吨矿泉水直接送往灾区……

这些“微乎其微”的小事,正是集团企业文化潜移默化影响。在集团这个大背景下,一个个生动鲜活的故事在继续上演……

(汪成溢)



十堰部件厂举办 企业文化专题学习会

2 月 5 日,东风德纳车桥十堰部件厂举办党风廉政、企业文化专题学习会。该厂党委书记陈正权,下属 15 个基层党支部书记及党群部门相关人员参加学习。

学习会上,十堰部件厂党务室主任黄飞组织大家再一次认真学习了“中共中央密切联系群众的八项规定”、“东风公司加强廉洁自律的六项规定”、“东风公司贯彻八项规定的十二项措施”、“东风商用车禁止奢侈浪费的 5+3 规定”及“东风公司严禁党员干部娱乐带彩的通知”等内容,对 DDAC(东风德纳车桥有限公司)企业使命、企业愿景和企业价值观进行了解读,同时

安排部署了《好公司必有的铁规定》、《执行力差不要怪员工》这两篇文章的学习研讨工作。

厂党委书记陈正权以 PPT 的形式,对 2014 年党委工作进行了总结回顾,对 2015 年党委工作要点做了解读。他希望各单位组织各项活动时,要严格遵守中央“八项规定”和东风公司、东风商用车公司的相关规定;要组织开展好 DDAC 企业文化核心理念宣贯活动,促进公司核心理念入脑、入心、入行,为公司快速发展提供强有力的文化支撑。

(计德锐)

安踏鞋业 2014 年会尽显企业文化氛围

“加油! 加油! 加油……”伴随着拉拉队的呐喊声,2 月 4 日,安踏鞋业第十八届职工文体尾牙活动在热烈的拔河比赛中正式拉开序幕。来自安踏鞋业各事业部、安踏行政管理中心的数千名职工参加了此次活动, 共享安踏鞋业在过去的一年里的收获和喜悦。

活动现场,人山人海,热闹非凡。安踏鞋业的员工们带来了丰富多彩的文娱活动,拔河比赛、接力赛、篮球赛等特色活动此起彼伏,充分展现了安踏员工们青春、活力、运动的精神面貌。“这些活动都是需要多人完成,体现的是团队的力量。团队文化作为安踏的核心文化之一,我们希望通过这些运动来推动大家团结协作的意识,并运用到工作中,形成合力,为公司发展贡献更大力量。”鞋业事业部负责人告诉记者。

此外, 活动现场还给比赛获胜者以及年度的优秀员工颁发了各类奖项,表彰大家的员工们兢兢业业、勤恳恩恩的工作态度。“这是对我们最大的奖励和鼓舞”。一位在公司工作 15 年的老员工告诉记者。对于这位来自四川的老王,安踏早已是他的家,身边的同事就是他的兄弟姐妹。

一直以来,安踏非常重视企业文化建设,

重视对一线员工的关怀,每年的春节、元宵节、劳动节、感恩节等重大节日都会举办各种形式的文娱活动,感恩员工,回报社会。据悉,“诚信感恩”是安踏企业文化的核心价值观,在二十多年的发展历程中, 安踏的员工已经形成了强大的凝聚力和向心力, 大家勤劳工作和付出,同时又能收获喜悦和回报,一路相随。

“未来, 我们还将继续以企业文化为纽带,以关爱员工为行动指导,秉承‘永不止步’的品牌精神,在企业员工福利和发展上不断超越,不断突破和创新,让员工们都愿意留在公司,安心在公司工作。”上述负责人表示。

据了解,2014 年是安踏集团“零售转型”的深耕之年, 安踏鞋业事业部等供应链体系为配合集团战略,在商品、团队、流程等方面开拓创新,无中生有,取得丰盛成果:2014 年,安踏呼吸网跑步鞋备受市场青睐,产品供不应求,引领运动鞋产品市场综合占有率连续十三年位居第一;2014 年, 安踏签约 NBA 并推出联名篮球战靴,新标识、新科技、新技术在战靴上得到广泛应用,赢得广大篮球爱好者的追捧……这些耳熟能详的商品都是安踏鞋业各事业部全体员工的付出和成果,



他们为集团的零售转型提供了强大的产品保障。

“2015 年,安踏供应链将继续向协同供应链转变, 并进一步探索打造可持续发展的供应链,以精细化管理、文化建设、人才梯队建

设为基石,优化供应链布局,加快技术研发应用,提升反应速度、深入质量管理和供应链管理,用互联网创新思维构建可持续发展的安踏供应链生态体系。”安踏品牌相关负责人表示。

(安宣)

从“奇葩年终奖” 透视企业文化观

■ 韩品丹

企业已经不再是单薄的盈利团体,而是一个具有核心文化的人才聚集地。企业需要什么样的员工, 员工想在什么样的企业崭露头角, 是一个越来越平等的双向选择过程。许多老板吐槽, 年底出现一大波“跳槽热”, 仿佛员工都是见异思迁, 一切“向钱看齐”, 但忽略了企业留人的资本不单单是钱, 员工需要的是更多的认同感和存在感。

临近春节,各种年终奖 PK 层出不穷,除了传统的送房子、送手机等传统年终奖,自然也少不了各种奇葩年终奖。2 月 3 日广州一家移动互联网公司微聚, 该公司老板以及高管们甚至为员工送出了“亲手为员工洗脚”的年终奖。(2 月 4 日《北京晨报》)

“天苍苍,野茫茫,天天都为工作忙,人茫茫,心凉凉,老板没发年终奖”。临到过年, 每个员工都在期盼着自己的年终能有个“大奖”。年终奖三个字看起来是额外的福利, 其实却也是企业文化和人文关怀的一部分。

我们多将年终奖自然认定为物质,例如“红包”、公司股票、提成等等。如果一个员工绩效优良,工作成绩突出,为企业的发展做出了贡献,的确应该给予物质奖励,一来是对员工努力上的承认, 二来激励员工继续努力工作,实现更佳的工作表现。

与此同时, 我们看到有些老板给予物质之外的“精神红包”却成了“奇葩年终奖”。广州一家互联网公司老板为员工送出“亲手为员工洗脚”的年终奖缘何引起热议?很多网友直言这绝对是作秀,一个老板怎么会放下架子给员工洗脚呢。的确,这种做法有点奇葩,但反向观之,这也是老板感恩员工,尊重员工的新时代企业特色。

企业已经不再是单薄的盈利团体,而是一个具有核心文化的人才聚集地。企业需要什么样的员工, 员工想在什么样的企业崭露头角, 是一个越来越平等的双向选择过程。许多老板吐槽, 年底出现一大波“跳槽热”, 仿佛员工都是见异思迁, 一切“向钱看齐”, 但忽略了企业留人的资本不单单是钱, 员工需要的是更多的认同感和存在感。

马云说企业的魅力是因为它的文化,而非制度。那么这个文化的内涵就非常广阔,但是如何以企业文化吸引和培养优秀员工,往大点说,是整个社会的课题。说到这里再回头看企业老板的“奇葩年终奖”就能有更多的感悟,不论这是不是作秀,肯低下头、抬起手给员工洗脚的老板在给自己的员工和社会传递他们企业特有的文化信号,而这种信号是“有钱无脑”的土豪老板难以散发的,这时,企业与企业之间的分水岭便自然显现了。

浙江力普 4 项粉碎设备 入选 2014 年省新产品

日前,浙江科技厅公布了 2014 年第一批浙江省新产品计划项目名单,中国粉碎技术领航者——浙江力普粉碎设备有限公司研发的 4 种超微粉碎设备入选。

高效纤维素剪切粉碎机为国家专利,该产品的研发成功填补了精制棉制备纤维素生产线中纤维素成品粉碎的种种不足,并可实现纤维素酶化反应后的干燥粉碎一步完成,为我国纤维素粉体行业提供了一种技术国际领先的超细纤维粉碎设备。该机产量达 100~400 kg/h,细度为 80~100 目,单位能耗达到甚至低于国外同类产品。

石墨粉碎球化生产线自问世以来,已得到了日本、德国、美国、巴西等外商及国内相关大型企业的高度关注,成为他们的首选。经现场带料试验,结果表明由该生产线加工的石墨微粉精度更好,振实密度高,球形度理想,产品成品率高,粒度集中,耗能降低 20%左右。外商对此十分满意,连连称此生产线达到了国际领先水平,当场下单订购,并将浙江力普作为长期战略合作伙伴。目前,浙江力普石墨粉碎球化生产线已远销日本、巴西等国家;同时在我国的黑龙江、内蒙古、山东、吉林、湖北、湖南等石墨主产地得以广泛使用,深受好评。

精棉粉碎生产线集打散、检测、粉碎、集料、除尘于一体,能实现精制棉制备纤维素的规模化生产并有效的集尘,杜绝原料中金属杂质对粉碎机刀片的损坏,对环境不会造成粉尘污染。该生产线产量达 200~350kg/h。经山东、浙江、江苏、上海、河南等地企业使用证实,比同类产品产量可提高 40%,耗能降低 20%左右。

浙江力普咨询热线: 13806745288、13606577969 传真: 0575-83152666; 力普网站: www.zjleap.com; E-mail: zjleap@163.com