

6 经营故事 Business Story

褚时健大半生都在从事与消费经济相关的工作,酒、糖、烟,到现在从事农业种植。在他看来,每一次的积极转型都是科技转化生产力的结果。

褚时健的“家族生意”:打造云生态农业

又是一年“橙”熟时,然而褚橙从云南山岭走向北上广并不容易。

两天连绵不绝的暴雨过后,从昆明市到新平县的公路变得泥泞不堪,职业的大巴司机不得不避开沿途山间的多处塌方路段,还要徒手搬开掉落的大石。在一刻不歇地驱车五个多小时后,终于抵达哀牢山深处的褚橙庄园。

与往年专注于云南省内销售不一样,褚时健父子今年选择借力阿里巴巴电商平台,不仅在天猫独家开设了“褚氏新选水果旗舰店”,并且深度参与了阿里巴巴集团“满天星”产地溯源计划。

10月10日,褚时健和老伴马静芬在褚橙庄园接受了记者的采访。满头银发、黝黑的面庞已经看不出“一代烟王”昔日的印记,此时的他更像是一个久经风雨洗礼的庄稼人。

尽管步履不再矫健,走路需人搀扶,但是清晰的思维和坚定的意念“出卖”了他——这并不是普通的88岁高龄老人常有的状态。他说:“互联网平台可以让企业和个人能更便利、快速实现商品销售。减少中间环节,并改变商品的流通模式。可以说是经济上、商业上的奇迹,对原有的传统行业起到了很大的升级换代作用。”

的确,褚时健大半生都在从事与消费经济相关的工作,酒、糖、烟,到现在从事农业种植。在他看来,每一次的积极转型都是科技转化生产力的结果。

如今,褚时健唯一的儿子褚一斌在海外打拼近30年后也回到了这片土地上。作为接班人,卖水果远远不是终点,他已经开始思考将褚氏标准复制在更广泛的农产品上,打造更加多元化的家族品牌。

“褚橙”线上电商卖

2002年,75岁的褚时健获准保外就医后,便和老伴在哀牢山开始种植冰糖橙。

直到2012年,褚时健与本来生活网合作,首次触“电”。在一系列互联网社会化营销后,“褚橙”成为了知名的果品品牌。同时,也成为了为数不多的国产高价橙。

走路已经需要人搀扶。但褚时健和马静芬几乎每周都要离开玉溪,赶200公里路到哀牢山查看果园。

“这几天他都很紧张,整天发脾气。”马静芬透露,今年雨水多,褚时健一直在为橙子的



品质担忧。今天我们来的时候雨很大,他非要去看果子,吃了五六个才放心。

当天,价格比普通云冠橙高出50%以上的褚橙在天猫开放预售,6个小时获得了28万斤的预订。据悉,2014年,“褚橙”产量近10000吨。今年,褚橙产量预计将提升20%到30%,但是仍有可能供不应求。

恒冠泰达董事长褚一斌解释称,“本来”是当年褚橙进军电商的线上经销商。如今,通过与天猫的合作,可以获得消费者信息并更好地产生互动。

不过,在资深电商从业人士鲁振旺看来,褚橙的销量很多是针对B2B企业,包括联想、万科等大型企业,流通到普通消费者市场的并不多,不是一个真正意义上的市场化品种。“正是因为它有自己独特的品牌价值,所以它拥有更多的定价权。国内做农产品的这么多,但是形成自己品牌的很少。但是,如果想要更加长远发展,必须要走向开放,走到普通消费者面前。”

打造新型农业

记者在哀牢山上看到,整个园区呈封闭化管理,漫山遍野的果林中,零星分布着数间红色小瓦房,偶尔传来鸡鸣和犬吠。这是专职看管人员的住处。

虽然远离外界,但是每一排果林之间都修葺着完整的排水设施和运输通道。夜幕降

临,亮起的太阳能路灯阵阵排列,在山间发出闪烁的光。

目前,褚橙庄园正在扩大种植基地。褚一斌预计,加上正在云南新平、保山等地培育的新基地,4-5年后橙子产量将增长至5万吨。以往的线下销售只占10%的比例,今年有望增加到20%。

13年前,他看不上老父亲种橙子的创业之举,现在却变成了他和整个家族的事业。“我们在传承的基础上进行大胆尝试,着手打造云生态系统农业。以‘云标准、云种植、云技术、云营销’为核心,从而改进传统农业种植、育果、出品方式,打造不同以往的现代化新型农业模式。”

与此同时,褚时健的烦恼从解决品质变成了打假。“我们褚家生产一个橙子,但是市场上可能出现6个或者7个假的橙子,出现了很多假货。”

此番与天猫合作,除了同时发售新品种柚子外,他更看重的是满天星计划。“满天星”可以用来溯源防伪,让每个柚子,每件商品都有二维码身份证,消费者可以扫码读取果品的产地、采摘时间,甚至入关、进仓的具体时间。

除此之外,81岁的马静芬也在尝试做一些新的事情。比如考察云南昭通的高原苹果,还准备做酒,“褚老从十多岁就会酿酒了。”

从单一产品到多元化经营,似乎是创业者必经之路。也有生鲜电商业内人士认为,农



产品有自己独特的属性,对于品种、产地、销售模式都有不同的要求。是否每一款产品都能如口橙一样取得成功充满了挑战。

对此,褚一斌也已意识到。“我们的新品叫做褚氏新选,是我们褚氏走出很谨慎的一步,对这个产品本身我们很有信心。工业产品在脱离了工厂以后就是一个标准的产品,但是农业鲜果必须到了消费者嘴边,才能成为最后的标准。”

创业未考虑上市

目前,褚时健并未考虑企业上市的问题。在他看来,当初创业并非简单为了致富。

“凡是创业成功的人,都是费了很多事,碰了很多困难,我们自己的经历也是这样。”尽管云南口音并不是那么容易听懂,但是这番对创业者的告诫却引起了共鸣。

几乎是国内年纪最大的创业者,他语调平静地说,互联网的影响总体会越来越大,但是电商创业首先要考虑送货时间和物流成本的问题。“很多年轻朋友在创业的时候,普遍存在的一个问题,想快富,今天上手,明天就变成一个富翁,我说这个是不可能的。在经济规律上,首先你做的事要符合当下的发展方向,论证可行之后要坚持往前,不要一碰到一点困难就回头。慢点富才符合规律,世上的事很少一想到马上就富了。”

目前,褚时健的家人大多数都投入到了这份事业中来,包括外孙女和外孙女婿等。他的目的是推动国内农业品牌化,“中国农业到了这个时候,需要试试先进技术,如果1000块的技术投入能换5000块的增量,为什么不去做呢?”

未来,褚时健和他的家族还会继续加大投资,做最好的橙子仅仅是一个开始。

(陶力)

许昌烟机召开“稳定超高速”专题工作会

为贯彻落实集团公司稳定运行ZJ116-ZB48型超高速卷接包机组工作研讨会会议精神和要求,许昌烟机公司于近日召开了“稳定超高速”专题工作会,有关公司领导及相关部门人员参加了会议,会议探讨了许昌烟机公司与超高速卷接包设备配套产品在调试运行中存在的问题,研究确定了相应的解决方案和应对措施并就相关工作做了全面部署。成立了由公司副总经理王向东任组长的“稳定超高速”工作小组,负责制定、审核工作计划并对执行情况全面检查落实。

会议要求,相关部门要按照分工做好各项配套工作,一是集中主要研发、工艺、装调人员力量,继续对超高速配套产品存在的技术难题进行攻关,从根本上排除缺陷,保障产品的技术先进、结构合理、功能完善、性能可靠。二是加大对生产过程的质量控制管理,加强对合作供方的管理,保证产品实物质量和装配质量,真正做到“件件精细,台台可靠”。三是研发、改进YF17A、YF712/713等超高速卷接包设备配套产品的厂内调试工装,增加产品出厂检验项目,提高实物试车质量,缩短产品调试时间。四是加强对随机技术资料的管理,保证资料的准确性、时效性和完整性,确保其能够正确指导设备安装调试和使用管理。五是落实首席装调师制度,完善激励机制,加大对安装调试人员的考核和奖惩力度。六是编篡修订相关产品的培训教材,根据用户的技术素质和实际需要,组织不同形式、内容的培训,加深用户对设备的理解,提高用户操作维保技能及设备管理水平。七是加强兄弟厂家之间的协调,共同做好超高速生产线售前、售中和售后服务工作。探索尝试新的服务模式,建立公司和用户、前方调试人员和后方技术支持人员的信息通道,提高故障解决能力和效率,加快设备调试进度,提高设备生产效能。

(黄兰彬 杜鹏鹏)

东风德纳车桥公司举办“品质车桥”劳动竞赛推进会

近日,东风德纳车桥有限公司在十堰召开了“品质车桥”装配线质量提升劳动竞赛活动,同时举办了2015年度工会专职干部培训班。

推进会对该公司2014-2015年度竞赛工作进行了总结,活动开展一年来,参与竞赛的生产线平均得分由60.5分提高至90.2分;0公里不良发生频次由66次降为17次;市场索赔率比同期降低10%;劳动竞赛活动的评价标准、过程管控模式等在所属工厂、车间得到了有益的推广;员工的质量意识,参与质量保证的氛围普遍得到提升。下一阶段,该公司将对竞赛活动评比细则进行修订完善,调整优评方式与方法的化,推进活动深入开展。

培训班对《工会基础资料管理九本台账》、《专职工会干部如何指导基层分会主席开展工作》、《工会工作策划与总结技巧》等内容进行了培训。

(张向东)

稻花香游泳馆成为“工会卡”联营商户

10月22日下午,湖北夷陵区首批工会会员服务卡特约商户签约授牌仪式在金狮宾馆举行。稻花香集团党委副书记、工会主席方丽华代表稻花香游泳馆,与夷陵区总工会党组书记、常务副主席陈国凤签署协议,宜昌市总工会党组成员、副主席江浩出席签约仪式并为稻花香游泳馆授牌。

按照协议,稻花香游泳馆将对持有湖北工会会员服务卡的职工实行7折优惠,使全省持卡职工均能享受到与稻花香集团员工同等待遇,进一步彰显稻花香游泳馆作为“全民健身基地”的公益价值。该游泳馆是稻花香综合运动馆的重要组成部分,泳池按照

国际比赛标准建造,水质循环过滤、四季恒温,并配套建设有健身、娱乐、休闲设施,毗邻稻花香网球馆、羽毛球馆和篮球场,是目前宜昌市最标准、最高端的游泳场馆。

据了解,湖北工会会员服务卡除具有借记卡的金融功能外,持卡会员将享受三项服务:1、宜昌市总工会免费提供的非工伤意外保障和家庭财产火灾损失保障服务;2、特惠商户消费打折服务;3、免费法律咨询、劳动争议调解、职业培训、困难帮扶服务。凡集团工会会员均可申请办理,不收取任何费用。目前全市已经发放15万张。

(文/龙广韬 图/高国)



林聪:从复制到变革

53000多家店,也让肯德基、星巴克、COCO获得了成功。

接下来谈另外一个案例,我们有一位大姐非常喜欢中餐,到中国学中餐,厨师长教她如何烹制鳊鱼,厨师长买了2斤半的鱼准备下锅,大姐问:“我想知道现在的油温是多少?”师傅看着油锅试了试说:“就是这个温度。”大姐问:“这个温度是多少?”师傅说:“就是这个温度,鱼一下锅,翻滚几下,鱼焦黄就可以了。”然后,厨师长教大姐调汁,“先将油锅烧热,加入少许蕃茄酱,把油炒出红色,加入少许盐,糖可以多一点。”大姐说:“能不能告诉我少许、适量到底是多少?”“用心!”

厨师长一气呵成把汁做完了,把汁浇在鱼上,“就这个口味,体会一下。”这位大姐在德国的家里练手艺,试了试,师傅教的温度,鱼焦了。然后调汁,大姐一直糊涂涂一点,微辣怎么调,结果做的汁非常难吃。

这就是差别。万豪最初的成功就是二战以后从航空食品公司转型到连锁酒店公司,万豪从郊区开始建立连锁店,连锁店的特点是可复制、可快速扩张。我们看到不管是可口可乐还是肯德基、麦当劳等品牌,从蒸汽机时代利用的就是快速复制模式。第二次工业革命即能源革命,这种模式让大家走得更远。其实这些国际品牌都走过了这个过程。我认为关键词就是可复制、可快速扩张。

记者:有人说复制这种模式适合工业时代,现在已经进入了互联网时代,这种模式并不是成功的关键,对此您如何看?

林聪:工业时代和互联网时代到底有一

些什么样的不同?

我们先来讲事实。其实我从来没有担心过,没有着急过,尽管如今大家一直在不停地喊酒店业遇到了瓶颈。

人类社会一直在进步,人类变革也一直在发生,LED的变革把诺基亚颠覆掉了。但是,可口可乐已经两百年历史了,今天依然活得很好,并没有被颠覆。为什么?因为可口可乐的企业管埋从来没有松懈过,从一百年以前开始可口可乐就非常重视这一块。

万豪喜达屋酒店的机器人服务在美国“2000新发明”的评比里排第68位,去年4月6日在万豪北京富力万丽酒店迎来了第一个手机登记的客人,这说明即使是万豪这样的老品牌并不会在时代变革中停下创新的脚步,这和复制并不冲突。反而是颠覆性的变革,才是对企业致命的打击。

大企业的变革和中国刚创业企业的变革是不一样的,整个公司发展的抛物线,从出现期、成长期、延续期每个阶段的历史都不一样,所以,不管我们身处怎样的时代,企业都要正确地面对它,万豪也不例外。

记者:您认为互联网时代下,什么对企业来说才是最重要的?

林聪:互联网模式离不开实体经济,就是内容为王,如果只是平台的话,没有东西填补,这个互联网的存在就很虚。我很喜欢马云说的那句话,“今天不是谁胜于谁,或者谁打败谁,今天到底是互联网+还是+互联网,我还是认为实体经济加互联网是大赢,不可能谁干掉谁的。”因为没有实体经济互联网的存

在就是空的。

你看1956年到2003年美国纳斯达克和华尔街对股民最大贡献头头的20家公司没有一个是高科技公司,我记得第一个是卡夫食品,第二个是标准石油,全是实体经济产业,在世界上生存得非常稳健,也给股民带来非常稳健的回报。

记者:酒店投资,您认为最重要的是什么?

林聪:“产品是生命,服务是质量,品牌是灵魂。”所以,酒店生命的诞生,同样在于其正确的市场调研、准确的项目市场定位、科学的投资与未来回报分析等诸多专业的项目前期的概念策划及设计工作。

我最喜欢把建造酒店比喻成打造一部赛车,不同的赛车场需要打造不同的赛车。这个比喻大家很容易明白:若你用任何一档城市用的商务车,即使它是最高档的,你把它放到F1赛车场上,它一定会输。反之,你用过于昂贵的F1赛车去与和越野车比赛越野,它也一定会输。这就应了产品的“天生不足,后患无穷”的说法。

总之,饭店市场的竞争就如同赛车场上的比赛一样残酷激烈,而每辆“赛车”产品质量的优劣都将对比赛的结果起着重要的决定性作用。

记者:那您认为未来我们应该如何做酒店?

林聪:只要心中存有一片蔚蓝的大海,在哪儿都有马尔代夫。

(据《小康·财智》)



■ 胡柯

万豪集团快90岁了,它1927年成立,做酒店连锁始终如一,如今的市值约200亿美元。就在整个酒店业都在喊冬天来了的时候,万豪的冬天似乎并没有来临,是侥幸还是努力?也许从万豪的广告语中我们可以窥见一斑:“Thinking of you! (全心为你!)”

全心为你!究竟怎样才算全心为你?为此我们采访了万豪国际集团高级副总裁林聪,也许他的回答可以让我们找到答案。

记者:您如何看待酒店业的现状?

林聪:有一位酒店老板,在如今的市场下感到头痛,于是就上山去求教大师:“大师,我每天吃不好,睡不好,又没有时间旅游,又没有时间顾家,生意越来越难做,利润越来越低,你说我该怎么办?”大师没有说话,用左手拍拍胸,那位饭店老总说我明白了,“不要抱