

6 经营故事 Business Story

日前,刚从泰国考察回来的晋江力绿食品有限公司执行董事、总经理吴鸿岩,不仅带回了最新的泰式海苔潮流信息,还与泰国三家海苔加工企业签订合作,正式开始跨国的 OEM 模式,为接下来 3 至 5 年内在“一带一路”沿线国家设立分公司奠定基础。

吴鸿岩:把海苔做到“一带一路”市场去

日前,刚从泰国考察回来的晋江力绿食品有限公司执行董事、总经理吴鸿岩,不仅带回了最新的泰式海苔潮流信息,还与泰国三家海苔加工企业签订合作,正式开始跨国的 OEM 模式,为接下来 3 至 5 年内在“一带一路”沿线国家设立分公司奠定基础。吴鸿岩以全球化为视野,横向整合,开启跨国 OEM 模式,并将掘金“一带一路”市场机遇;以全产业链为格局,纵向延伸,打破“靠天吃饭”的行业发展限制,构筑更高的技术竞争优势;以全市场为风向标,锐意创新,开辟出新蓝海,引领行业升级浪潮。

全球化 横向整合开启跨国 OEM

在国内,紫菜分为以福建为主的坛紫菜和以江苏为主的条斑紫菜(加工完即海苔)。事实上,世界上只有中国大陆,韩国和日本将海苔生产商业化,中国台湾和新西兰等地虽然也生产海苔,但所占比例微乎其微。海苔产量第一的是中国,出口领域排名第一的是韩国,不种植海苔的泰国却是海苔主要加工地。

说起海苔,吴鸿岩告诉记者,日本的调味海苔加了酱油和白砂糖,味道虽然可能符合日本人的口味,但并不符合外国人的口味,所以无法成功走向世界,而韩式岩烧海苔、泰式海苔卷在国际潮流上更具代表性。因此,每年出国考察成为他了解行业最新信息的方式。

“一年外出考察 3 至 4 次是很正常的,主要是泰国和韩国,结合国外产品的特点,根据国内消费者的口味改良升级,是我们创新的主要方向。”吴鸿岩表示,前不久泰国之行让他受益颇丰。

这一趟泰国之行,除了了解当下产品的潮流资讯外,吴鸿岩还带着一项任务。“这一次我们与泰国 3 家海苔加工企业签订合作,将帮助我们在下半年实现跨国 OEM 模式。”吴鸿岩表示,力绿集团以全球化的视野,将供应链系统延伸至国外,助力集团迈上新的台阶。

在吴鸿岩的构想中,这条跨国的横向资源整合之路远不止 OEM,未来 3 至 5 年内,力绿集团将在“一带一路”战略的指引下,在泰国建立分公司。

为何选择在泰国寻找机遇呢?吴鸿岩介绍,泰国作为亚洲食品强国,打出“世界厨房”的政策口号,并集中支持食品产业。在发展不到 10 年的历程中,无法种植海苔的泰国从韩国和中国进口大量干海苔加工成海苔点心,开拓了海苔点心这种新兴产品的市场,并把海苔的附加价值最大化,以泰式海苔卷、泰式压榨海苔为代表的创新海苔产品风靡全球。

“在国内,因为要素成本的上升而使海苔失去了价格竞争力,经过我们多次考察,泰国较低的要素成本会使这个产业重现生机。”吴鸿岩表示,在“一带一路”战略指导下,由于产业转移导致的产业转型升级更是机遇无限,比如技术改造、研发投入、品牌塑造等都会给力绿集团带来无限机遇。

2012 年,力绿集团顺利通过福建省出入境检验检疫局认证,取得出口资质,成为福建省首家拥有出口资质的调味海苔企业。

“在国内、国际市场竞争中,进口产品是我们的主要竞争对手,因而在泰国加工的产品也有着另一个目的,我们将通过公司旗下子公司厦门郎怡进出口有限公司进口至国内,与公司原有产品形成互补,内外合力,打造国内海苔新标杆。”吴鸿岩告诉记者,许多进口产品没有专门的业务团队在维护,这就是力绿集团“内外合力”的优势所在,“我们扎根国内市场,有专业团队维护市场,有市场、有团队,只要有好的产品,相信我们的发展步伐会不断提速。目前,我们的产品已进入沃尔玛、大润发、乐购、易初莲花、华润、永辉等大型卖场的货架,其中,25.6g 的海苔在沃尔玛同类品中年销量排行第一。”

全产业链 纵向打造核心竞争力

如果说跨国代加工是吴鸿岩横向整合资源的模式,那么把海苔产业链从生产销售延伸至培育养殖,则是他纵向整合资源的方式。

近两年,力绿集团斥巨资在宁德霞浦建立紫菜养殖基地——宁德市霞浦力绿海洋生物开发有限公司,打造包括育苗、种植、初加工、深加工、技术研发、销售渠道、品牌建设等养产供销一体化的全产业链企业,是省级紫菜育苗示范基地。

“紫菜(海苔)产业是不占用耕地的高营养



菜篮子产业;是消耗海水营养盐和吸收碳排放的环保产业;也是促进沿海三农问题改善的循环经济产业;更是改善国人膳食结构,提高人体质的健康产业。”吴鸿岩表示,发展紫菜(海苔)产业社会效益显著,这也是力绿集团向上游产业链延伸的主要原因。

在吴鸿岩看来,纵向打造全产业链对公司发展有着更深层次的意义。“受养殖地环境、气候等影响,近几年紫菜和海苔原材料经常减产,导致成本一路上涨。尤其是近两三年,许多企业有钱都没地方买原材料,又或者是菜贩坐地涨价,企业为了保障生产,不得不咬牙高价收购。”他说,从另一角度来看,紫菜原材料经常减产是因为这个行业得“靠天吃饭”,力绿集团紫菜养殖基地还将引进国际先进培育养殖技术,更加规模化、专业化养殖紫菜,为产品原料供应提供坚实保障。

吴鸿岩始终牢记“绿色、健康、创新”的理念,带领团队不断向前发展。正是这种精益求精

精的精神,以及对消费者健康负责的态度,经过 20 多年来的潜心经营,力绿集团从当年的一家小型紫菜加工厂,一跃发展成为中国海苔行业的标杆企业。

宁德市霞浦力绿海洋生物开发有限公司沿海而建,依托霞浦天然旅游资源,该基地还将打造农业观光旅游基地,带动多元化发展。

为了构筑更高的技术竞争优势,去年年底,力绿集团签下一份涉及 3 条全球顶级岩烧海苔生产线的设备采购合同,总投资超 2000 万元。该生产线为全球顶级的岩烧海苔生产线,生产管理全自动化。“一条同类的国产设备大概需要 300 个工人,韩国设备只需 50 个工人,关键是产能还能翻倍。”吴鸿岩告诉记者。

此外,吴鸿岩透露,力绿集团还斥巨资几百万元,打造了行业领先的技术研发化验室,聘请福建农林大学研究人员攻克行业技术难题。“目前,我们正在申请省级实验化验中心,届时也可以提供给全行业使用。”他表示,力绿集团希望站在全球高度,整合最优质的食品资源,构筑全产业链的核心竞争力。

全市场 锐意创新“禧卷”行业

和晋江上百家紫菜加工企业一样,力绿集团发展初期也是粗加工型企业,产品传统单一,附加值不高。

“相比烘焙等休闲食品,紫菜行业更加传统,一款产品的生命周期可以高达十多年,这也是许多企业不愿创新的原因。”吴鸿岩告诉记者,随着原材料成本不断上涨,创新转型,成为紫菜加工企业面临的选择。

敢为人先的吴鸿岩,率先踏出行业转型升级的第一步。近年来,力绿集团不断加大研发投入,开发出一系列口味新颖、技术含量高的创新产品,如拥有国家发明专利的岩烧海苔、海苔卷等。在满足消费者需求的同时,也进一步提高了紫菜(海苔)产品的附加值,拉开与竞争对手的差距。

作为力绿集团旗下“欢乐禧禧”品牌,在过去的一年中锐意创新,隆重推出的创新休闲海苔产品——泰式海苔卷,瞬间“禧卷”

国内休闲食品行业,先后在 2015 南京秋季糖酒会、2016 成都春季糖酒会和 2016 年闽台(泉州)食品交易会取得大量订单,尤其是在春季糖酒会上,仅一天就签下 500 万元以上的订单。

欢乐禧禧食品展现了韩式岩烧海苔、泰式工艺海苔卷等创新产品线,给与会者带来了全新的“欢乐海苔”感受。“我们通过不断努力研发适合中国消费者口味的海苔产品,不仅让广大消费者能享受海苔的丰富营养,而且产品高性价比,得到市场和同行的一致好评。”吴鸿岩表示,力绿集团作为中国首家引进海苔加工品类——岩烧海苔、海苔卷等新品企业,并拥有了该项自主知识产权。力绿集团成为中国海苔行业唯一的国家绿色食品基地。

“作为企业创新的领头人,能否引领市场创新,也是企业生存发展的动力源。以泰式海苔卷为例,目前很多企业也跟进做类似的产品,这正是由于创新变革所产生的市场新蓝海。”在吴鸿岩看来,力绿集团近几年的创新,带动海苔产业迎来新一波产品升级潮流,从而打破了行业沉寂近 20 年的格局。

创新是吴鸿岩坚持的发展理念,多年来不遗余力地投入也迎来收获。力绿集团旗下品牌“欢乐禧禧”“农亨”知名度逐渐打开,其中,欢乐禧禧品牌生产的海苔、紫菜被国家农业部中国绿色食品发展中心认定为绿色食品 A 级产品,许可使用绿色食品标志,是目前国内海苔产品唯一可以使用绿色食品标志的企业;2015 年,新品海苔卷被农业部认定为绿色食品 A 级产品,许可使用绿色食品标志。

在今年年初“中国食品企业创新年会”上,吴鸿岩被授予 2016 年中国食品“年度创变人物”。这一荣誉是为了表彰通过深化改革,创新求变,打造食品产业增长的新引擎,寻找食品产业增长的新动力,使中国食品产业能够行稳致远,做出贡献的企业家。吴鸿岩获此殊荣可谓实至名归。

“以开拓创新来拓展市场的新蓝海,以技术革新提升行业标准门槛,打造绿色金字招牌。”这是组委会对吴鸿岩先生的评价,同时也是对所有力绿人的肯定和赞许。

(王文通 张子昊)

顺网科技 从网吧到泛娱乐

“世界变化太快了”,顺网科技董事长华勇笑称。在清华五道口金融学院,他感受到了来自老师、同学大量新的思维,他庆幸自己开始了更多的学习。

华勇所创立并领导的顺网科技,是国内规模最大、最领先的网吧操作系统运营企业。在这个不太被外界所关注的细分行业中,经过十余年的运作,他打造出了一个市值超过 200 亿、净利润 2.78 亿元的企业。

过去两年,他又不断通过各种并购与业务的延伸,为顺网科技注入发展所需的新内涵与动力。

网吧生意

和网易的创始人丁磊一样,华勇的第一份工作也是在杭州的电信局。在 1992 年,他成为了中国第一批接触计算机的技术人员,参与了互联网在中国最早的一波普及。

“其实中国的互联网人,很多都跟电信系统有关系。”华勇告诉记者,在电信系统一段时间的经历之后,他并没有像马云或是丁磊一样,立即创立互联网企业,而是转向国际贸易,并取得了成功。

但 1997 年的金融风暴中,整个贸易市场一片萧条,察觉到问题的华勇选择急流勇退,并度过了几年退休生活。到 2005 年,中国互联网行业快速发展,华勇坦言这种飞速的变化让他“待不住了”。

复出商场的华勇,将目光锁定在网吧这个具有中国特色的生意上。他表示,网吧是中国比较特殊的产业,在早年网络游戏起步的过程中,起到了关键的渠道作用。

但由于整个行业极其分散,网吧在网络游戏的产业链中没有太多的话语权,华勇认为这是一个奇怪的现象,也是一个亟需解决的问题。

“一个商场或是超市,怎么会对生产厂商没有话语权呢?在逻辑上这是讲不通的。”华勇看到,网吧很难以连锁的方式对上游产生影响。因此,只能依靠软件的力量,将散落在全国范围内的网吧串联起来,从而形成统一的互联网入口,才能对游戏产业产生真正的影响力。

当时,网络游戏由于推广需要,都在各个地区的网吧投入了大量的人力、物力去进行推广,但是贴海报、装游戏的工作效率非常低,华勇希望能够用网吧操作系统的方式,将这两项工作简易化。

顺网科技业务的规划搭建完成之后,华勇带领团队面向各地网吧进行销售工作。不



●顺网科技董事长华勇

同于其他竞争对手动辄几万的软件安装费用,顺网科技的系统价格只需要每年 2000 元左右。更重要的是,这个价格包括了维护服务费用,而不是一次性的软件销售费用。

看起来会亏本的定价,实际上帮助顺网科技快速抢占了网吧内容分发市场、广告市场。庞大的使用网吧数量,让游戏与广告的分发成为了一桩赚钱的生意。

和做技术、做软件的人相比,华勇所奉行的是一套完全不同的策略。由于早年在国际贸易方面的经历,让他对于服务有更加深刻的认识。相比之下,当时具备很强技术能力的竞争者们,仍保持着传统的软件销售思维,迟迟不能形成真正的游戏与广告分发平台。

2008 年,在系统产品上线之后两年,专注广告业务的子公司“星传媒”也成立了,顺网科技实现了年度一两千万的利润。2009 年,深圳市场创业板开板,顺网科技符合其上市的所有要求,成功上市融资。

泛娱乐平台

当很多人认为随着家庭宽带、4G 移动互联网的普及,网吧这桩生意已经开始式微的时候,华勇却告诉记者,在 2015 年整个网吧市场增长了 16.5%。

这个数字可能会颠覆很多人的判断。华勇看到,如今网吧已经不简单的是一个上网场所,而是随着时间的推移,演变成了综合

性的娱乐场所。

这意味着网吧(包括网咖),有机会变成一个全新的综合型娱乐平台。2016 年 6 月 6 日,顺网科技发布公告,准备定增募集资金 20 亿元,投入泛娱乐运营平台建设项目。

而在随后很短的时间之内,顺网就公布了三起重要的合作与并购:包括以自有资金 4000 万入股新型连锁网吧机构网鱼网咖,与 HTC 合作的网吧 VR 体验项目,以及最重磅的,以 5.75 亿元的价格,收购了 ChinaJoy 主办方上海汉威 51% 的股份,成为了中国游戏动漫第一展的控股方。

和当年重出江湖、打造网吧系统产业一样,华勇在正式融资、并购布局泛娱乐平台之前,已有明确的规划。他并未一味贪大,向看似更具盈利能力的游戏领域迈进,而是选择在网吧娱乐平台的基础之上,深入布局,满足这个规模巨大线下入口的娱乐需求。

“我现在把公司引导、定位成一个平台,说我们要真正的去引领和引导这个产业。”华勇说,在目前的互联网产业形势之下,已经没有再像阿里巴巴、腾讯这样的机会,这就要求每个企业都应该把自己所在的垂直领域做好。

而在垂直领域想要保持领先,就必须通过创新引领整个行业。“发现一个新机会的时候,要去推动业态的发展”,华勇所坚持和规划的,正是奉行了这样的战略。

(杨旭然)

打造五星优质乳 伊利落实“三品提升”战略

“乳业要实现‘三品提升’,‘好奶源、强研发、严管理、优物流、高标准’五个方面缺一不可,这也就是行业内一直提到的‘五星体系’和‘优质乳’建设。”11 月 25 日,在黑龙江省工信委组织召开的全省婴幼儿配方乳粉企业“三品提升”现场交流暨培训会上,伊利集团落实“三品提升”战略的经验和做法,得到了与会人员的一致肯定。专家认为,伊利经验抓住了乳业增品种、提品质、创品牌的关键,对黑龙江乳业的创新发展有着重要的借鉴意义。

本次婴幼儿配方乳粉企业“三品提升”现场交流暨培训会由黑龙江省工信委主办。目的是为贯彻落实国务院办公厅关于开展消费品工业“三品”专项行动的有关部署和要求,进一步促进黑龙江省婴幼儿配方乳粉企业深入实施“增品种、提品质、创品牌”的“三品提升战略”,示范和带动黑龙江乳制品工业加快供给侧结构性改革步伐。黑龙江省工信委、卫计委、食药监局、畜牧局及乳企代表到会发言。

在现场交流暨培训会上,伊利代表介绍了该企业的“三品提升”经验。一是用全球创新“增品种”。伊利紧紧围绕国际乳业研发的重点领域,整合海内外研发资源,从全球视角布设一张涵盖全球领先研发机构的全球创新网络。伊利的全球研发,为“增品种”提供了有效助力。二是用全产业链管理“提品质”。伊利

集团以“伊利即品质”为信条,把品质建设始终放在重中之重,从源头到市场终端,在乳业产业链的每一个环节牢牢把握“品质”这个根本。三是用两个“轮子”和两个“根本”创品牌。“两个轮子”即创新和国际化;“两个根本”即质量和责任,抓住“两个轮子”和“两个根本”,打造中国乳业品牌。在 WPP 集团今年初发布的 BrandZ 最具价值中国品牌 100 强榜单中,伊利以 62.35 亿美元的品牌价值,蝉联食品类排行榜第一,品牌价值比去年同期提升了 22%。

伊利的“三品提升”措施,着眼于全链条动态过程,对整个乳业链实施高标准严格把控。伊利集团代表指出,在“优质乳”的实践过程中,“好奶源、强研发、严管理、优物流、高标准”五个方面缺一不可,无论是其中哪一个指标优秀,都不能作为乳品优质的判定指标。唯有着眼于全链条动态过程,才能成为“优质乳”产品产出的根本保证。

据介绍,多年来,在黑龙江各级政府的支持下,伊利持续加大投入。2000 年以来,伊利已陆续投资 30 亿元,在黑龙江拥有液态奶、奶粉、酸奶工厂多座。伊利在黑龙江杜蒙建设的全球最大的婴幼儿配方奶粉生产基地,使杜蒙成为“中国宝宝的奶粉罐儿”。在企业自身持续发展的同时,也成为黑龙江省加速经济发展的重要动力之一。

(金羊网)

农行人牵挂贫困村 风雪中“送炭”浓浓情



近日,一场大雪使北方气温骤降。农业银行河北承德分行所辖滦平县支行全体党员及员工牵挂着远在深山的帮扶贫困村——老米沟村,该村有建档立卡贫困户 108 户。下雪了,天冷了,这里的贫困户尤其是特困户的生活咋样?为此,农行滦平县支行在日常开展善业、创业、就业、立业、安业、助业“六业”金融扶贫的基础上,按照《2016 年农业银行承德分行金融扶贫工作方案》要求,突出“善业”扶贫——全行党员干部及员工踊跃“善业”捐款,共捐善款 9700 元,捐款率达 100%,以解特困户冬季“燃眉之急”,体现农行人“厚德重情 质朴大气 坚韧担当 务实奋进”的优秀品格。

(于绍礼 宗和)