

爱拼会赢 做“世界第一等”

——晋江企业家群像扫描

■新华社记者 许雪毅 黄鹏飞 吴剑锋



他们是一群爱拼会赢的企业家,面对一穷二白的境况,不服输、不认命,乘着改革开放的春风,敢闯敢拼。他们是一群不忘初心的企业家,身家不菲仍保持质朴底色,心心念念家乡的地瓜稀饭和最初选择的实业,乐善好施奉献社会。他们是一群永不止步的企业家,起于乡间、走向世界,提升的不仅是中国产品、中国品牌,还有中国民营企业对商业文明的探索与思考。东海之滨,福建晋江,中国县域经济发展典范“晋江经验”的诞生地。伴随着改革开放历史大潮成长起来的晋江企业家群体,他们的故事值得我们聆听……

不服输:爱拼会赢

“人生可比是海上的波浪/有时起有时落/好运歹运 总嘛爱照起工来行/三分天注定 七分靠打拼/爱拼才会赢”

——闽南语歌曲《爱拼才会赢》

“真是穷怕了!”回忆当初创业缘起,很多晋江企业家们免不了“忆苦”。穷到什么地步?劲霸集团创始人洪肇明所在的英林村,早些时候,村里4000多人,只有30多亩水稻田。洪肇明兄弟姐妹十口人,无论怎么努力,只能勉强吃个半饱。

常言道“人穷志短”,但晋江人不服输,这种心气从古延续至今。明清时期,由于海禁,晋江从繁华走向萧条,很多人拼着一口气,漂洋过海谋生。

如今,洪肇明们也不服输。要吃饱饭,要让自己和家人过上好日子,他们凭着一种朴素的愿望,凭着草根的生存本能,努力突破贫瘠的地力,挣脱命定的限制。

安踏体育用品有限公司创始人丁和木说,“我是家里唯一的男孩,我得养家,不想再让家人为了生计四处奔波。机遇不等人,我必须抓住改革开放的机会。”

一开始并不知道该做什么行当,他们只能不断尝试,寻找突破口:丁和木当过兵,务过农,做过小生意,后来开始生产鞋子;洪肇明种过田,当过生产队长,走街串巷卖水果,最后选择做服装;恒安集团创始人许连捷跑过运输,生产过拉链,最后找到了卫生巾和

面巾纸这个领域……

因为人多地少产出有限,晋江人很早就学会了做买卖。很多人十几岁甚至几岁,就到这个村卖花生,到那个村卖茶叶。这样的经历,启蒙了他们的生意经。

盼盼食品集团董事长蔡金垵初中时开始卖茶叶,后来卖过紫菜、木耳、瓜子、桂圆干。上世纪80年代,他寻找商机,开始做休闲食品。

食品、衣服、鞋子、卫生巾……晋江企业家盯着老百姓最基本的衣食住行需求,靠着敢闯敢拼的劲儿,凭着敏感的商业发现力,闯出了一条路。

改革开放大潮既起,商海搏击,各显身手。

晋江企业家们与时俱进。许连捷

谈到恒安做面巾纸的缘由时说:“上世纪90年代,我们的纸张做得很烂,一擦脸都粘在胡子上。我想我们也可以做好用的面巾纸。”

晋江企业家们不怕失败。蔡金垵说,盼盼2003年尝试做蛋奶薯片,结果市场不认可。但他没有因此却步。“创新可能意味着失败,但我鼓励大家大胆往前走,不要畏首畏尾,十个创新里面有六个成功我就满意。”

晋江企业家们抗压性强。利郎集团总裁王良星回忆,2008年至2012年间,服装行业出现库存积压危机。“我们直营亏损最高达1亿多元,大家问奖金发不发,我说发了增加亏损,不发人就跑光了。于是咬牙发奖金,留住了人才,稳住了团队,最后迎来转机。”

不忘本:坚守初心

“想起着可爱的故乡/乎我意志坚强/在我的打拼奋斗中/你就是鼓励我最大的力量”

——闽南语歌曲《故乡》

从15岁开拖拉机跑运输,到上世纪90年代国内第一个包飞机运货,再到大手笔投资在晋江建陆地港,50多岁的福建陆地港集团董事长李锦仪已是物流业翘楚。而他依然保持着“回家陪妈妈”的习惯。

只要不出差,李锦仪每天在公司忙完,都会在下午6点多下班,回到原来住的石头房里,陪年老的妈妈吃饭、聊天,第二天早上陪妈妈吃完早餐,再

坐车到公司办公,几乎天天如此。

女儿李圆圆在公司负责财务工作。她说:“闽南都有这样的家风,父亲给我们做了很好的表率。”

李锦仪在公司里,对儿子李子兴和女儿李圆圆十分严格。“我们不叫他老爸,叫他老板。每天我们固定时间上班、碰头讨论业务,如果稍微迟到,老板就会教训我们。”李子兴说。

许连捷说:“飞机晚点了,我就在机场吃一碗泡面。日常最爱吃的还是小时候的地瓜稀饭。”

很多晋江企业家讲话带着闽南味“地瓜腔”,聊经营之道,聊人生故事,精明,但依然质朴。

蔡金垵说:“晋江企业家看起来土土的,但很有正能量,很有社会责任感。”

不久前的一个星期六,记者走进凤竹纺织公司董事长办公室,眉发花白的陈澄清正在面试两位应聘者。

“我70多岁了,工作没有累的感觉。现在做企业,碰到难题还有一种兴奋感。”陈澄清说,“我专注纺织行业,努力做好环保,又启动智能化改造,从没想去做所谓来钱快的多元化经营。”

对团队、对职工,很多晋江企业家始终保有一种创业之初的平等姿态。生于1987年的蔡燕玲是盼盼集团市场部员工。“盼盼有1万多名员工,团队

探讨业务时,氛围非常宽松,以至于合作企业里经常有人惊讶地问我,你们平时都这么跟老板讲话吗?”蔡燕玲说。

“晋江人根脉情结很浓。”受访的晋江企业家告诉记者,在他们看来,不管在外面怎么打拼,最向往的是回到家乡,和兄弟朋友一起,让家乡变得更美好。

这种根的情怀,代代延续。生于1989年的李子兴说:“我们的父辈是创业一代,现在我们也传承了家乡情怀。我们提倡诚信和担当,要对家庭担当,对企业担当,对社会担当,对国家担当。”

不止步:走向世界

“一杯酒两角银 三不五时嘛来凑阵/若要讲博感情 我是世界第一等/是缘分是注定 好汉剖腹来相见/唔惊风唔惊雨 有情有义好兄弟”

——闽南语歌曲《世界第一等》

走进安踏体育用品有限公司的晋江总部,展览馆里“永不止步”几个字分外醒目。

去年,安踏体育市值突破千亿港元,成为国内运动品牌首家千亿市值企业;在全球范围内仅次于耐克和阿迪达斯,成为第三大运动品牌。

安踏董事局主席丁世忠说:“要做世界的安踏,而非中国的耐克。”

与国际品牌往中国三四线城市“下沉”不同,这几年安踏不断往中国一二线城市“挺进”,如今正努力代表中国运动品牌走向世界。

2009年安踏收购意大利运动品牌斐乐,过去3年内又接连收购或参股迪桑特、斯潘迪、KOLON SPORT等海外同业品牌。安踏体育在美国、日本、韩国和国内多地设立研发中心。目前公司有约25%的高管具备跨国企业工作经验,有100多名外籍设计师。

这是丁和木当初创业时无法想象的场景。当时他变卖家中一切可以换钱的东西筹了1000元钱,和20多个人一起合作创办家庭作坊式的鞋厂,“摸着石头过河”。

与丁和木一样,很多晋江企业家的起点很低。许连捷说:“我们都是从农村走出来的,当时我小学都没毕业,但在我们合作团队里算是文化水平高的,其他人几乎都是文盲,普通话都说不好。”

起点“低到尘埃里”,但晋江企业

家志向远大。

如今,面对中国居民消费升级契机,丁世忠希望通过不断创新提升品牌自信,“中国品牌不仅要让消费者买得起,还要让消费者想要买。”

“要么不做,要做就做到行业第一,而且是世界行业第一。”蔡金垵说,闽南话讲“输人不输阵”,晋江企业家就是有不攀登、积极进取的基因。

晋江企业家非常善于学习。蔡金垵在全球各地出差,带回的行李中,一包是换洗衣物,另一包肯定是各种食品。“我就喜欢研究食品的工艺和口感,这种爱和专注已经成为一种职业习惯。”

晋江三面环海。晋江企业家与海相伴,胸怀宽广。王良星说:“我们经常把设计师带到日本、欧洲、美国等地,观摩最新潮流的服装设计作品。我们也花钱请国外大师级设计师来中国工作,

实现国内国外‘强强组合’。”

“要做世界级企业,就要靠文化和制度。”王良星说,“我当前的主要工作是规划好战略,让员工更有激情和干劲。”

“晋江很小,世界很大。”接受采访的晋江企业家认为,晋江的创业氛围很好,这个地方,你发展好了,其他人会羡慕,会憋一口气和你比拼。现在实体经济适逢转型升级关口,晋江必须进一步倡导开放、独立、共享、利他等商业文化。

“30年前晋江因为一座城市而改变一群人,希望未来30年晋江会因为一群人而改变一座城。”李子兴说,“有些年轻人为了公司发展,一年飞行两百多趟。这样全力做事的人,在我们晋江人看来才是酷。”

(新华社福州7月9日电)