雄关漫道真如铁

文化鄞州丛书

Wenhua Yinzhou Congshu

王国定 主编

吴霞 朱军备 叶敏 著

中共鄞州区委宣传部
鄞州区文联 编

宁波出版社

需要全本请访问 www.ertongbook.com

责任编辑：王伯城
封面设计：吴琼文



ISBN 7-80602-932-X/F·55
定价：60.00元（全套五卷）

《文化鄞州》之二

雄关漫道真如铁

——宁波市鄞州区外资企业风采

吴霞　朱军备　叶敏　著

宁波出版社
Ningbo Publishing House

图书在版编目(CIP)数据

雄关漫道真如铁/吴霞,朱军备,叶敏著.—宁波:宁波出版社,2005.12
(文化鄞州/王国定主编)
ISBN 7-80602-932-X

Ⅰ.雄… Ⅱ.①吴… ②朱… ③叶… Ⅲ.区(城市)-外资公司-概况-宁波市 Ⅳ.F279.246

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2005)第 126867 号

文化鄞州

主　　编　王国定
出版发行　宁波出版社(地址:宁波市苍水街 79 号　邮编:315000)
责任编辑　王伯城
封面设计　吴琼文
印　　刷　宁波精英制版彩印有限公司
开　　本　787×1092　1/16
印　　张　43
字　　数　638 千
版　　次　2005 年 12 月第 1 版第 1 次印刷
书　　号　ISBN 7-80602-932-X/F·55
定　　价　60.00 元(全套五卷)

《文化鄞州》丛书组委会

主　任:许勤德
副主任:王国定　麻承照
委　员:舒放毅　谢富国　徐剑飞　章红敏　任玉芳

《文化鄞州》丛书编委会

主　编:王国定
副主编:舒方毅　徐剑飞(执行)
编　委:章红敏 任玉芳 钱德祥 沈淑波

需要全本请访问 www.ertongbook.com

序

王国定

鄞州地处甬江三角洲腹地，枕江翼山，沃野千里，是秦始皇统一中国分封天下以来保留至今的少数望县之一。鄞州置县二千多年来，物华天宝，人杰地灵，每一个朝代每一个层面每一个角落都有先人光辉的历史印痕，这些印痕历经千年风雨涤荡，不但没有褪色，反而沉淀成为鄞州独特的地域文化精神，这种精神不仅作用于鄞州昔日的繁华，更将引领着当代鄞州谱写出更加辉煌的篇章。

改革开放以来，鄞州经济迅猛腾飞，社会和谐发展，人民安居乐业，在长江三角洲地区乃至国内享有盛名。特别是2002年鄞县撤县建区以来，鄞州揭开了历史上城市化建设的序幕，迎来了加速城市化发展难得机遇。全区基础设施建设全面推进，社会保障制度逐步完善，一些科技含量高，发展后劲足的工业园区迅速崛起，一批企业航母冲浪全国工业经济500强。鄞州人民用自己的智慧和汗水创造出一个又一个经济奇迹，改写着一个又一个发展纪录，在工作实践中锤炼出“敢为、求实、争先”的鄞州精神，演绎着神奇而充满活力的“鄞州现象”。尤其是“新鄞州工程”更加激励着全区人民为建设“实力鄞州”、“绿色鄞州”、“文化鄞州”、“富裕鄞州”而努力。在国家统计局从发展水平、发展活力和发展潜力三个方面对全国2063个县(包括县级市和县级区在内)进行测评中，鄞州名列百强县第12位。

经济发达了，社会的创造力也在舒张，特别是在构建和谐社会中，如何发挥文化对经济社会的发展的智慧和力量，在此区委和区政府审时度势，及时提出了“打造文化强区”的口号。目前，已花巨资建成了体育活动中心、文化艺术中心、图书信息中心、医疗救助中心、教育培训中心等一批硬件设施；同时各类文化活动丰富多彩，成功举办了“城市嘉年华”、“放歌新鄞州”、八一女篮落户鄞州等系列大型活动，有效地增强了全区人民的自豪感和归属感；特别是我们

形成的梁祝文化、廉政文化和地域文化等特色品牌在社会上引起了很大的反响。

现在摆放在我们面前的《文化鄞州》丛书，是由区委宣传部和区文联编写的。这套丛书分别从外向型经济、民型企业、社会主义新农村、英模人物、新鄞州人等方面诠释改革开放以来鄞州所经历过的伟大实践以及发生的巨大变化。其中的《外资企业风采》介绍了自从国门打开以来，我区许多外资企业从无到有、从小到大、从国内到国外做强做大的创业历程；《民营企业发展纪实》记述了民营企业家们在改革开放大潮中发扬“四干精神”；《生机盎然新农村》记载的是那些在历史上各具特色的村庄在现阶段建设小康道路上艰苦创业并取得骄人业绩的动人故事；《鄞州英模写真》歌颂了各行各业的英雄模范人物在不同的岗位上辛勤劳动默默奉献的主人翁风采；《新鄞州人》让我们从另外的角度走近并了解那些远离家乡来到鄞州打工的人们工作和生活状态以及他们的喜怒哀乐。

这五本书既不同于纯文学著作，又不同于资料汇编，它是用纪实的语言来书写的，加上配置相当数量的图片，具有一定的思想性、典型性、时代性和可读性，相信能够引起读者的关注及思索。

《文化鄞州》丛书她以文字的形式提炼和弘扬鄞州精神，藉以提升人民群众的思想理念，提升整个社会的人文素养，使之服务于本地区各项事业的健康和谐发展，这是宣传文化部门的责任。今后我们将继续努力创作出更多、更好的精品力作，来讴歌我们这块土地上勤劳勇敢的人民，来讴歌我们这块土地的时代精神，来讴歌发生在我们这块土地的伟大变革。

是为序。

目　录

序 …… 王国定(1)
百年征程　始于足下 …… (1)
——雅戈尔集团发展纪实
蚂蚁的象步舞诀 …… (8)
——访宁波广博集团
小龙头做出大文章 …… (15)
——访宁波迪泰塑胶有限公司
舞动时代风采　引领时尚潮流 …… (20)
——访宁波洛兹集团
追求卓越　争创一流 …… (27)
——宁波英特机械制造有限公司发展纪实
挑战机遇,圣龙开出绚丽"姊妹花" …… (33)
——圣龙集团发展纪实
马拉松赛跑的佼佼者 …… (39)
——访宁波嘉乐服饰有限公司
朝着既定的目标前进 …… (46)
——阿克苏·诺贝尔·长诚宁波粉末涂料有限公司发展纪实
伊司达,打造清洁用具著名品牌 …… (53)
——访宁波伊司达洁具有限公司
杉杉集团打造国际化知名品牌的强壮羽翼 …… (58)
——访杉杉大东
长风破浪会有时 …… (63)
——宁波惠多织造有限公司发展纪实

今天的努力　明天的辉煌 …… (70)
——宁波音王电子股份有限公司发展纪实
许恕君与首家中港合资企业的故事 …… (77)
——访宁波东方电子有限公司
落地生根异乡客　开枝展叶创辉煌 …… (84)
——访重机(宁波)精密机械有限公司
迅速崛起的电动车王国 …… (90)
——访宁波哈利斯顿机电有限公司
要做就做一片最好的绿叶 …… (96)
——访宁波国合旭东精密压铸有限公司
新的起点　新的飞跃 …… (100)
——宁波东海企业发展纪实

百年征程 始于足下

——雅戈尔集团发展纪实

20年前，美国未来学家托夫勒在他那本轰动全球的《第三次浪潮》中，把服装产业划入了“夕阳产业”之列。

对此，中国最大的服装企业雅戈尔的创始人李如成却不以为然，“服装业固然是一种劳动密集型产业，但它绝不是‘夕阳产业’，而是‘日不落的都市产业’，中国人口众多，劳动力资源丰富，服装产业恰恰是中国的优势所在。”

雅戈尔，一个以2万元知青安置费起家的作坊式小厂，经过20多年的努力，依靠横向联营起步，通过引进外资、技术、管理，以及成功地进行股份制改造，逐步确立了以纺织服装为主业，房地产、国际贸易为两翼的经营格局。现拥有净资产40多亿元、员工20000余人，综合实力列全国大企业集团500强第144位，连续三年稳居中国服装行业销售和利润总额双百强排行榜首位。雅戈尔已经成为中国服装产业的一面旗帜。

雅戈尔的发展轨迹证明，服装产业确确实实是日不落的都市产业。雅戈尔的未来还要证明，服装品牌的的确确能够做成百年品牌。

雅戈尔的故事

1983年，雅戈尔还只是宁波一个小镇上为安排返乡知青而设立的服装加工厂。这个名曰青春服装厂的小市下面的小厂，当时已处于濒临倒闭的边缘。

做加工订单是件微利的活儿，做一件工艺考究的衬衫恐怕也只能赚到五六角钱。李如成带着二十几号人马，夜以继日埋头苦干，但一个偶然听到的消息触动了他敏锐的思维：上海开开公司的几位当家领导将赴广西考察。闻讯后，李如成背起挎包立马赶到广西。贸然出现的李如成令“开开”吃惊不小，但是李如成却以他锲而不舍的执

著和卓尔不凡的人格魅力征服了对方，“开开”终于和这个乡镇小厂联姻了：上海“开开”向“青春”有偿提供商标及与此有关的技术、信息，宁波“青春”作为“开开”的分厂，自行生产，自行销售。合同签下后，每件衬衫的纯利润从原来的几角钱跃增到几元。1984年，青春厂的利润已经上百万，第二年，其销售额突破1000万元，利润也翻了一番。

淘到了第一桶金的李如成，看似心平如镜，其实他的内心深处早已开始盘算着自己的“品牌梦”。

宁波成为沿海14个开放城市之一后，随着宁波整体经济的不断发展，北仑港的地位与知名度亦日显突出。借助这一优势，李如成巧妙地推出了自己的第一个品牌——“北仑港”衬衫。由于从加工到联营，“青春”既学到了管理，又锻炼了队伍，同时还完成了部分资本和技术的原始积累，占有了一个不小的市场。因此，当“北仑港”衬衫刚一亮相，便走红大江南北。那时，山城重庆曾发来一份紧急电报：山城人民盼“北仑港”，火速发货。翌年，“北仑港”被国家商业部通报为全国畅销产品。

然而，李如成并不满足于此，他还要借梯上楼。这次，他要“借金梯上楼”了，目标是澳门南光，这家在澳门注册的中资公司将帮助李如成完成从“青春”到“雅戈尔”的涅槃。

为什么要找南光？当时很多人并不知道，这一选择中蕴藏着企业未来发展的蓝图。把“青春”做成一家合资厂，在当时的环境下，对于品牌、市场销售及内部管理来说，均可谓机遇与挑战并存。李如成后来总结说，实际上最大的难题是说服决策层抛开已经成熟的“北仑港”品牌。

对于青春厂来说，这个过程是一次涅槃。李如成非常清楚，“北仑港”这个带有强烈地方色彩的品牌，在未来发展的潜力是有限的，于是，他果断抉择——放弃“北仑港”。

1990年8月，中外合资雅戈尔制衣公司宣告诞生。

“雅戈尔”成立伊始，便打出了一面大旗：做中国的皮尔·卡丹。雅戈尔的这个“拿来主义”，不仅让自己与世界名牌站到了一起，而且很快成为了中国家喻户晓的衬衫品牌。

1994年，雅戈尔摘取了中国十大名牌衬衫的桂冠，雅戈尔公司还成为全国衬衫行业第一家产品质量免检单位。那年，中国100个男

需要全本请访问 www.ertongbook.com

人中就有12个人穿雅戈尔衬衫。面对这些成绩，李如成并不满足，他要为雅戈尔名牌战略注入更多的内涵。李如成参照国际标准，制定了严于国家要求的质检标准，并视高起点、高投入、高科技为企业立命的基石。他说："在质量管理上要不惜代价。"就是在这一年，雅戈尔率先从日本引入HP衬衫免熨技术，在中国掀起了免熨热潮。同年10月，雅戈尔棉免熨衬衫的市场普及率超过了日本。此后，雅戈尔又独家引进了美国专利技术———国际上最先进的VP免熨衬衫工艺。该产品投入市场后，以其环保、免熨、舒适等多功能走俏市场，并被国家五部委评定为国家重点新产品。1994年，雅戈尔毅然投巨资，从德、意、日等国引进了现代化西服生产线，导入设计和生产均为一流的意大利工艺，建立了世界上最先进的西服样板中心。洋溢着意大利宽松风格的雅戈尔西服，不仅赢得了消费者的青睐，而且成了雅戈尔集团的又一拳头产品，并坐上了国内西服市场占有率的头把交椅。

不断消化吸收国外先进经验和技术，并在此基础上寻求重点突破，这是李如成"拿来主义"的精髓，也是雅戈尔服饰迅猛发展的原动力。

李如成说，加入世界贸易组织后，很多人认识到了事实并非想像的那般美好。中国在世界上的市场份额并未相应扩大，反而是中国国内市场关税降低，境外品牌纷纷通过连锁经营，以及上百年的品牌优势、产品设计能力、营销能力抢占中国市场，使国内高端市场受到挤压。而面对国际市场这块蛋糕，中国企业还未拥有自主开发能力，2002年纺织服装产品出口的增加，大部分是外商投资企业实现的。目前，中国企业还是生产营销型企业，我们与国外企业的差距就体现在研发能力上。

2002年，面向高档消费群的金色雅戈尔，不仅使雅戈尔品牌更上一层楼，而且让雅戈尔在产品研发能力上呈现强劲势头。此时，有人向李如成进言，要他引进代理国外大品牌，李如成说："代理世界成熟的大品牌这条路，现在有许多很有实力的大公司都在这样做。他们称这是一条捷径，是借船出海。海有多深，我不知道，浪有多大，我也不知道，那条船有多大抗风浪能力，我们也不清楚。"他要发展自己的品牌，提升雅戈尔。李如成预言："金色雅戈尔在未来的5年内一定能够成为世界一流。"雅戈尔的多品牌战略已拉开了战势，品牌

市场正在逐步细分，绿色雅戈尔也将新鲜出炉。

如今，占地350亩、建筑面积为21万平方米的雅戈尔国际服装城，形成了年产衬衫1000万件、西服200万套，以及休闲服、西裤等3000万件的生产能力，于2003年被中国服装协会认定为国内最大的服装先进制造业基地。世界著名服装设计大师皮尔·卡丹也曾为此感叹不已，表示“这样的服装生产在全球堪称一流！”

饮水思源　服务社会

在雅戈尔集团，有篇古文是每个高层管理人员必读的，那就是范仲淹的《岳阳楼记》。李如成经常在集团高层会议上讲：“我们这些人什么都有了，这辈子不干活也衣食无忧，为什么我们还要辛辛苦苦地工作，为什么还要发展企业？这不是为自己，而是为员工，为股东，为社会承担自己应当承担的责任。‘先天下之忧而忧，后天下之乐而乐’，古代的士大夫尚能如此，我们难道还不如古人？”

在雅戈尔看来，一个普通员工，即使加倍努力，要增加10%的效益，也相当不容易。去年一年，雅戈尔纳税2亿元，在全省民营企业中高居榜首，今年1至7月，又为国家贡献税收1.3亿元。除给国家纳税外，对雅戈尔来说，最大的骄傲就是为社会提供了2万多个就业岗位。

在李如成的词典里没有“裁员”这个词，李如成对员工的认识，是伴随着他社会责任感的逐渐升华而一步步提升的。他说，企业是员工谋生的载体，企业健康稳步发展，就是从根本上保证了员工的利益。1996年，各地企业盛行“减员增效”，专家力劝裁员，他没有裁；自建专卖店，多出1000多名营销员，又有人提出裁员，他没有裁；新添先进设备，有人再次提出裁员，他还是没有裁，而是想方设法为富余人员寻求出路，通过培训等途径让他们转岗、分流到合适的岗位。

只要雅戈尔有招工机会，都坚持优先录用下岗失业职工。这几年，有许多人在雅戈尔重新端上了“饭碗”，雅戈尔集团供应部记账员叶芬就是其中的一个。“我下岗后，一个月只有260元补助费，生活真不知怎么过，愁得睡不着觉。有机会到雅戈尔工作，又担心不能适应新的工作。”叶芬说：“可进来后，我发现集团从上到下都很关心我们这些下岗工人。李总每次见到我，也都要问问在这里上班习不习

惯。过去的同事看我找到雅戈尔这样好的归宿，一个个羡慕得不得了。”

2003年“非典”期间，雅戈尔让所有员工撤离重灾区，“宁可少做一笔生意，也不能让员工冒风险！”

雅戈尔就像一个大家庭，处处充满温暖。公司内只有职位、岗位的不同，所有的人在人格上都是平等的。在办公场地的安排上，公司有意淡化等级观念，高级管理人员和普通员工同样坐大开间。公司还规定，上下班时领导和公司的车辆不得与员工抢道，从员工安全考虑，车辆不得在厂区内行驶，李如成的车也不例外。平时，除非是招待客人，李如成都是和普通员工一起在食堂排队打饭。

雅戈尔不仅让员工安居乐业，还积极为他们创造个人发展的条件。集团每次引进新的生产线，都会组织技术工人到国外培训。集团下属各公司，都建立了人才选拔制度。在衬衫厂，每年都组织技术比武，把冒出的技术尖子选拔到有关部门培养，待素质进一步提高后再提拔到管理岗位。现在，集团所属衬衫厂、休闲服厂不少高级管理人员从工人到经理的人生跨越，都是在雅戈尔完成的。

2002年6月，时任中央书记处书记的曾庆红来雅戈尔考察，曾和车间工人有过这样一段对话：

“你觉得在雅戈尔工作好吗？”

“交关好，在雅戈尔交关有趣。”

“交关好是不是很好的意思？”

“对，很好。”

“你知道你们老板是谁吗？”

“晓得，是李总。”

“李总人怎么样？”

“李总为人好，很实惠。”

“交关好，交关好。”曾庆红学着工人的口气对李如成笑着说，“老李，员工这么说你，你做得很成功啊！”

自始至终，雅戈尔的经营理念都是“装点人生，服务社会”。1998年，雅戈尔为再就业工程捐款600万元。1999年，雅戈尔把本来准备用于20周年厂庆的200万元捐给了敬老院。2003年，雅戈尔又捐款500万元资助宁波市的抗非典斗争。创业20多年来，雅戈尔建医院、

学校、幼儿园，修敬老院，铺路架桥，支持慈善事业和抗洪救灾，累计向社会捐赠了8000多万元。

“企业的目的是赚钱，但赚钱不是企业存在的理由。企业存在的真正意义是为社会提供服务。”李如成说，“企业的资源来自社会，理所当然要回报社会，要与国家同舟共济，既要锦上添花，更要雪中送炭。”

打造产业链　多轮驱动

2001年10月，雅戈尔与日本(株)晃立合资共建宁波雅戈尔晃立服装水洗有限公司的签约仪式在雅戈尔国际服装城举行。据悉，由雅戈尔控股、总投资额近千万元的水洗厂，主要从事服装印染、水洗、制造、加工和销售，该公司预计年处理各类纺织品350吨、各类服装200万件(套)。业内人士认为，这是一个信号，它标志着以生产服装为主的雅戈尔已着手打造产业链，开始进入上游产业。

不久之后，雅戈尔又传出消息，将与日本客商联手兴建纺织工业城。于是，业内有些哗然：雅戈尔要上的不只是一个纺织厂，而是一个庞大的工业城。2003年，和日本伊藤忠、日清纺等著名跨国公司合作，建成占地500亩、投资10亿元的雅戈尔纺织城。

对此，雅戈尔有着自己的说法。企业要扩张，要升级，要寻求新的增长点，就要向纺织业的上游——纺织品、面料生产发展。雅戈尔目前虽然是国内最大的服装生产企业，但与国际大公司比起来，还是太小。雅戈尔要做百年企业，要在国际上有竞争力，必须做大做强。

服装业只是劳动密集型产业，而纺织业则是技术密集和劳动密集兼而有之的产业，所以，对中国服装业而言，向上游发展是必由之路。这在国际上也能得到印证，许多大公司如杜邦、拜耳等，向上下游延伸均很成功。李如成的超前眼光，使雅戈尔成为服装企业向上游发展的实践者。业内权威人士认为，雅戈尔的实践定会为国内整个纺织业的升级改造探索出一条新路。

雅戈尔在奋力打造成产业链的同时，提出了“一业为主，多轮驱动”的发展思路。“我们的优势在服装，我们还是想脚踏实地，以服装

为主，带动其他。”以此思想为主导，雅戈尔确立了“以服装为主，金融、贸易和房地产为两翼”的发展战略。

雅戈尔努力发展国际贸易，建立国际化的营销体系，从而带动相关产业的发展。在扩大进出口公司业务的同时，又控股了中基宁波外贸公司，并在当年就使其出口额上升到1亿多美元。另外，雅戈尔投资的宁波宜科科技实业股份有限公司开发的高弹系列粘合衬，已被法国评定为向欧盟推荐的高质量科技产品，同时也被美国权威机构认定为向美国市场推荐的产品。雅戈尔英华公司与美国耐克公司联手成立了耐克产品指定生产点，为雅戈尔与其他国际品牌的合作打下了基础。此外，雅戈尔在宁波城市化建设进程中不失时机，曾先后开发了海怡花园、东海花园、东湖花园等销售率100%的明星楼盘，被誉为宁波地产界的大玩家，而且还准备在宁波开发100万美元一套的公寓项目，以适应宁波的对外开放新形势。

另外，雅戈尔还涉足基础设施产业。投资1.2亿元，组建了大通开发公司，参与开发建设温州至宁波的大通道；组建杭州湾大桥投资建设有限公司，参与宁波市大型路桥建设。另外，雅戈尔还在沪杭甬高速公路公司持有不小的股份。

一业为主，多轮驱动，使雅戈尔的实业快速做大做强。继2000年雅戈尔西服、衬衫获得全国销量双料冠军之后，2003年集团完成销售101.19亿元，利润6.58亿元，出口创汇5.2亿美元；2004年集团完成销售139.45亿元，利润8.99亿元，出口创汇6.5亿美元，上交国家税收4个亿。

“雅戈尔”品牌服饰被外经贸部确定为“重点支持和发展的名牌出口商品”。

有人说，雅戈尔的“可怕”之处就在于其名列前茅却远远不能感到满足。雅戈尔在品牌优势和大规模生产两个方面，获得了比一般厂家高很多的超额利润，又将这些利润进一步转化成了超规模的生产力、更先进的技术和更细化的市场网络，从而在本是低门槛的服装行业中，给潜在的竞争者树起一道几十亿元高的市场门槛。这大概便是雅戈尔打造百年品牌的可靠保证。

（吴霞）

蚂蚁的象步舞诀

——访宁波广博集团

2004年3月底，一家叫做“广博澳洲（墨尔本）股份有限公司”的企业在澳大利亚墨尔本挂牌，这家注册资本100多万美元、看似不起眼的贸易性公司的挂牌，用这家公司的掌门人、广博集团总裁王利平先生的话说，是“蚂蚁跳起象步”的战略性的一步。

这家把自己比做蚂蚁的集团公司，其实是一家拥有15家子公司（包括4家海外公司）、在文具行业赫赫有名的广博集团，它目前仍然是国内纸制品文具企业的龙头老大，但是随着全球一体化的发展，王利平总裁把目光伸向了更加广阔的海外市场。如今，广博不仅在中国香港、美国洛杉矶、阿联酋迪拜、澳洲墨尔本拥有4家营销公司，还拥有布局于比利时、意大利等的20多个代理机构。广博集团生产的簿册、相册，以及一些精美的纸制品文具，就是通过这些渠道源源不断地输入到欧美、中东和南非等地，迪斯尼、沃尔玛、家乐福等大型国际采购商，也逐步把橄榄枝伸向这家有着“大象野心”的“蚂蚁集团”，仅2004年，就给广博带来了5500万美元的外汇收入。



需要全本请访问 www.ertongbook.com