



青岛民企成长报告

新动力

XINDONGLI

主编 胡淑桂 刘红星

新华出版社

主编 胡淑桂 刘红星

新动力



青岛民企成长报告

新华出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

新动力: 青岛民企成长报告 / 胡淑桂, 刘红星主编. —北京: 新华出版社, 2007.11

ISBN 978-7-5011-8150-6

I. 新... II. ①胡... ②刘... III. 民营企业—经济发展—概况—青岛市 IV.F279.245

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2007) 第 163853 号

新动力: 青岛民企成长报告

主 编: 胡淑桂 刘红星

责任编辑: 李树林

装帧设计: 良友书装·李欣

出版发行: 新华出版社

地 址: 北京石景山区京原路 8 号

网 址: <http://www.xinhupub.com>

<http://press.xinhuanet.com>

邮 编: 100040

经 销: 全国新华书店

印刷装订: 青岛双星华信印刷有限公司

开 本: 787mm × 1092mm 1/16

印 张: 12.5

字 数: 250 千字

版 次: 2007 年 11 月第 1 版

印 次: 2007 年 11 月第 1 次印刷

书 号: ISBN 978-7-5011-8150-6

定 价: 28.00 元

本社购书热线: (010) 63077122 中国新闻书店电话: (010) 63072012

图书如有印装问题, 请与印刷厂联系调换。电话 (0532) 86828878

青岛民营企业家作为新鲁商的重要组成部分，具有自强、坚韧、开拓、务实的精神，在改革开放的进程中，他们不断学习现代企业管理理念，并创造性地建立了一套属于自己的青岛模式——注重品牌化运作、注重技术创新，在品牌经济和创新之路上孜孜以求，从而由小到大、由弱变强，从青岛走向世界。青岛民企正逐步成为继海尔、海信等大企业集团后青岛经济的崭新动力。

本书精心选择了近年来颇具特色的 14 家青岛民企，从企业发展战略、管理理念、品牌经营、技术创新等方面解读企业，以丰富的案例和典型故事全面细致地描述了它们从起步到走向成功的过程。

陈玉兰：老字号的不老传奇
纪爱师：儒商不走寻常路
周永恒：风云变幻谋求永恒
高思诗：写一首康泽人生的长诗
张启荣：建筑铁军从容嬗变
纪玉君：追梦百年喜盈门
张国防：海上明月更诱人
杨效慧：半个世纪筑就成功之路
李永兆：打造亚洲第一硅胶王国
张世安：将人格融入企业每寸肌肤
王吉万：用鞋子走向世界名牌
刘庆平：在国际化路径上舞蹈
马秀臻：臻于完美的两次跨越
孙善家：缔造洗涤业“蓝海”

出品统筹：臧杰薛原
主 编：胡淑桂 刘红星
责任编辑：李树林
特约编辑：幸培瑜
装帧设计：良友书装·李欣
插 图：王先仁

《新动力·青岛民企成长报告》

编委会

主 任 张元福

副主任 刘 伟 王 勇

编 委 李文海 杨振荣 邵先平 孙成武

仲 君 任登彩 苗 强 张春蓉

杜 民 赵凤和

主 编 胡淑桂 刘红星

主编单位 青岛市经济贸易委员会

序 言 足以影响未来的轨迹		1
---------------	--------	---

1 即发：“老字号”的不老传奇		5
-----------------	--------	---

从5间草房起步，以经营发制品、劳保手套起家，逐步发展为大型全国服装行业百强企业，陈玉兰和她的同事们制造了一个“即发传奇”。50多年一路走来，即发愈老愈“年轻”，愈老愈充满活力。粗略统计，改革开放以来，即发每年为世界各国人民提供1.5亿件针织服装和34万多顶高档男女发饰品。位居中国针织行业综合竞争力第一。走进即发，让我们触摸一段曲折的中国民企成长史。

2 青特：“儒商”不走寻常路		11
----------------	--------	----

纪爱师在生活中温文尔雅、从善如流，在事业上却是一个特立独行、坚韧不拔的人。从“主政”一个修理农机的作坊式小厂，到建立一个年销售收入20亿元、经济效益在全国同行业领先的特种汽车王国，纪爱师用了25年的时间。25年里，这位青特集团的“当家人”以自己可敬的“儒商特质”，于无声处告诉人们：经营企业智慧与锋芒可能闪烁于外，但更可能深藏于内。

3 青变：风云变幻谋求永恒		29
---------------	--------	----

“人如其名”，企业也是一样。青变技术创新、推陈出新快，信息把握、办事效率高，这都与企业领军人周永恒的性格密不可分。周永恒和青变已经完美地融为一体，在激烈的市场竞争中，不断在变化中谋求发展，在全国变压器行业中大名鼎鼎，并成功实施了多元化经营，打造了一个跨电气、机械、电子、轻工、橡胶、化工、水产、房地产、外贸等9个行业的大型企业集团。

4 康大：写一首“康泽人生”的长诗		39
-------------------	--------	----

高思诗，不但深谙企业经营之道，更是企业管理和文化的出色设计师。康大是青岛第一家在新加坡主板上市的企业，把一个濒临倒闭的小外贸企业发展为一个多元化经营的跨国上市公司，他用智慧和自己的决策团队书写了一首发人深思的“长诗”。

5 胶州建设：建筑“铁军”从容嬗变 55

张启荣做建筑起家，成为胶州建设集团的领军人后，时刻要求自己果断不独断，总揽不包揽，广泛捕捉市场信息，不断提出企业发展的新思路。他是一个企业领导者，更是一个智者，他懂得最大化发挥一个集体的智慧和力量。胶州建设而今正由一支建筑“铁军”，演变为一支庞大的跨行业经营的“集团军”。

6 喜盈门：追梦百年“名门” 65

“外表瘦弱，在商场上却眼光独到，敏锐坚强”，这就是喜盈门掌门人纪玉君给人的印象。他用自身实践证明了经济学家韦伯斯特的论断：企业家是“一个经营冒险事业的组织者，特别是组织、拥有、管理并承担这一事业全部风险的人。”伴随中国经济的成长，在全球经济一体化的发展格局中，他始终强调公司的发展只有与时代同步，才能不断突破，要用读史的心态在大时代下去考量一个企业的生存之道。

7 明月海藻：海上“明月”更诱人 85

作为企业家，张国防与众不同，不仅仅因为从政的经历，更重要的是一份务实的精神和对企业社会责任的忠实履行。他的管理不求最好，只求最适应，因为他坚信适合自己的才是最好的。但对于企业核心竞争力，他毫不含糊，把企业技术中心打造成了“国家级”。

在海藻加工这个传统行业中他审时度势，不断赢得更大的发展空间，确立了以技术创新为核心的海洋产业发展战略，其主导产品海藻酸钠产量位居世界第一。

8 东佳纺机：55年筑就成功之路 91

董事长杨效慧行事低调，作风沉稳，集精明儒雅与大气豪放于一身，秉承前几任创业者敢为人先的精神，审时度势，洞悉行业和市场的变化，在起伏迭宕的纺机市场上稳健掌舵，使一个老企业不断迸发出新活力。

东佳集团从无到有，从小到大，从手工作坊到专业化机械制造企业，是一个渐进式发展过程。这个企业始终把创新作为发展的动力，走出了一条不同寻常的成功之路。

9 美高：打造亚洲第一“硅胶王国” 109

见过李永兆的人都认为，他的身上似乎有一种精神，或者说是一种“磁场”，让人不自觉地被感染。也许正是这种精神，造就了李永兆传奇的创业经历。从1993年毅然放弃国企的“铁饭碗”下海创业，到1999年由他主持开发的“无定型猫砂”成功打入国际市场，再到2006年公司顺利成为世界500强沃尔玛公司硅胶产品亚洲唯一供应商，美高集团不断演绎着一个又一个中国硅胶行业的神话……

110 雪达：将人格融入企业每寸肌肤 123

张世安是一个非常特殊的企业家，雪达的发展得益于其顽强的意志。他创立“六个日”管理法，喜欢亲自下车间，办公室如样品间，在他的运筹帷幄之下，雪达成为针织行业的一朵奇葩。他说，“只要有信心，无论什么事情都能够做成。”

111 亨达：用“鞋子”走向世界名牌 133

有人说，王吉万的“品牌意识”是给实践“逼”出来的，因为在亨达鞋的品牌建设上，他受过伤，也得过益，但一个不争的事实是，“亨达”而今已进入收获期，并坚实地向国际品牌挺进。

112 三元：在国际化路径上舞蹈 149

刘庆平是一个经验丰富的人，接手三元集团后，凭着敏锐的眼光和胆识、睿智的头脑和战略以及宽广的胸怀，打造了一个逐步国际化，以汽车电子、家电电子、机械制造、进出口贸易为主的现代企业集团……刘庆平和三元集团的意义在于，在新知识、新经济、新观念层出不穷的今天，对“中国民营企业如何在与国际跨国公司的短兵相接中发展壮大”这一命题进行了有益探索。

113 瀚生生物科技：臻于完美的两次跨越 165

从1993年开始走上经商之路，马秀臻不断挑战自我，9年时间将一个净资产为负96万元的企业做到全国同行业前3位。此后又开始二次创业，仅用5年成就了青岛市最大的农药生产企业——瀚生生物科技，走在全国、全省同行业的前列，被专家和学者誉为“瀚生发展模式”，面对着赞誉，他又在规划着新的发展蓝图……

114 洁神：“个体户”缔造洗涤业“蓝海” 169

从一间小门头开始，孙善家缔造了洗涤业本土品牌“洁神”，事业成功后，又不断涉足酒店、餐饮等领域，洁神的很多标准和制度成为全国洗涤业的行业标准。孙善家常说，“一旦上路，终点永远在未来。”对于企业经营，他有四句心得：诚信经营——不要投机取巧，不管是对合作伙伴，对经营客户，还是对民族，对国家；以人为本——对内对外都要有良好的人际关系；不好高骛远——要立足实际；不断创新——首先是观念的创新，因为很多事情只怕你想不到。

序言

足以影响未来的轨迹

青岛市副市长 张元福

在当下中国民营经济进程中，南方城市如温州、宁波等获得了很大成功，新浙商、新甬商不断涌现，有效地促进了当地经济的发展。究其原因，一方面是因为这些地区有着悠久的商传统、商文化，另一方面，自上世纪中国实行改革开放以来，在有利政策的扶持下，江浙等地民营经济，俗称“草根经济”，起步早、发展快，成为支撑当地“富民强市”的重要力量。

青岛，地处山东半岛南部，毗邻日韩，是山东半岛城市群经济龙头，中国重要的经济中心城市和港口城市，是中国品牌之都。这里诞生了海尔、海信、青岛啤酒、双星、澳柯玛、青岛港等国有大型企业，如海尔已经成为世界知名企业。但民营经济和民营企业的发展状况却鲜为人知。这本书可以说填补了一个空白。通过对青岛即发、青变、青特、康大等民企不断崛起的真实记录，描绘了青岛企业森林中又一蓬勃向上的新生力量，将有力推动青岛经济掀起新的发展高潮。这大概就是本书取名为《新动力——青岛民企成长报告》的原因。

青岛民营企业经营者在齐鲁文化的熏陶下，崇礼尚义，追求诚信，

序言

勇于承担社会责任。山海相依的地理风貌催生了他们如山般坚强的毅力、如海般宽阔的胸怀。本书介绍了陈玉兰等青岛民营企业家的代表人物，踏着历史的脚步，锐意创新，不断取得成功的故事，并尝试用最朴实的语言描述其成长之路、发展之道。企业家等经验之谈，相信不会让关注中国民营经济，尤其是关注青岛民营企业群体的读者失望。

书中所选的14家企业，可谓各有千秋，即发的国际合作战略，喜盈门的多元化经营，康大的资本运作，亨达的品牌路线，明月海藻的创新优势，三元的先进管理模式……向读者展示了青岛民企蓬勃向上的朝气和不可估量的后发优势。

本书的可贵之处还在于其发现意义。首次发现了瀚生、洁神、美高等新生企业，并深入探讨了其成长的经验得失；首次全景式地记录了青岛民企群的生存状态；首次探讨了青岛民营企业独特的气质和智慧。

以史为鉴，可知兴替；以人为鉴，可知得失。青岛约有近30万户民营企业（包括个体工商户），而中国中小企业已达4200万户（包括个体工商户），它们在促进经济增长，扩大就业，推动技术创新和调整优化经济结构等领域，发挥了越来越重要的作用。但长期以来，民营企业该如何发展，如何壮大，鲜有专门总结和研究。随着民营经济的地位和作用不

断凸现，广大民营经济从业者迫切需要相互交流、学习，共同进步。本书从青岛民企的成长历程入手，试图总结出一些经验性的东西，但限于水平，难免挂一漏万，其意义仅在于抛砖引玉，和广大读者一起思考研究，共同推动民营企业的发展，营造民营经济加速前行的良好氛围。

奥地利著名传记作家茨威格说，“历史是真正的诗人和戏剧家，任何一个作家都别想超越它。”

最后想表达的是，这是一次对青岛民营企业发展历史的记录和探秘，无形中已经留下了一串宝贵的历史轨迹。

2007年6月9日

| 良友 卅三 |

青島即發集團

『老字號』的不老傳奇



拓荒牛

CHEN YULAN



陈玉兰 在她的带领下，青岛即发集团成为一个传奇。即发至今已有 50 多年历史，经历风雨，愈老愈“年轻”，愈老愈充满活力。先后荣获中国驰名商标、中国名牌、中国出口名牌、国家科技进步二等奖、国家级企业技术中心、中华老字号、国家免检产品、中国针织服装检测中心等称号。粗略统计，改革开放以来，即发每年为世界各国人民提供 1.5 亿件针织服装和 34 万多顶高档男女发饰品。位居中国针织行业综合竞争力第一。走进即发，让我们触摸一段曲折的中国民企成长史。

发端于5间草房

即发的起家有一段不得不说的“历史”

1955年，即墨龙泉镇的7户农民用卖大豆的几百块钱、5间草房、三副挑担、两只耙头组建起了“即墨档发合作社”，此后即发迅速发展为当时全国发制品行业的典型企业，其间还涉足了劳保手套生产。创业艰难，却积累了许多精神“财富”。这段历史，也是即发改制为民营企业后特有的一段“难忘岁月”。



在即发五十华诞庆典仪式上，即发集团董事长陈玉兰在致辞中深情地说：是前辈们任劳任怨、默默奉献、开拓进取的优良传统鼓舞了即发人、奠定了即发事业的基础；是即发的全体员工忠于职守、兢兢业业、诚实守信、忘我工作的作风和精神面貌，形成了即发人“求实创新、拼搏向上”的企业精神。

转型：不让机遇擦肩而过

上个世纪80年代到90年代，是即发抓住改革开放新机遇、调整产业结构、加快国际化进程的重要时期。

1981年1月21日，对即发而言是一个值得纪念的日子。当时的即墨县发制品厂召开了建厂26年来第一次职工代表大会，这次大会标志着这个集体所有制企业工人真正当家作主、实行民主化管理的开始。当时的即墨县委、县政府和有关部门对即发的这次会议非常重视，分管工业的副县长亲自到厂搞试点，目的是要通过总结推广即发的典型来推动全县企业的民主化管理，真正废除“小丫鬟拿钥匙——有权无实”的现象。全厂268名职工推选出的49名代表，以无记名投票的方式，满票选举陈玉兰为即墨县发制品厂厂长。从此，陈玉兰成为即发的掌舵人。

党的十一届三中全会以后，即发及时确定了“扩大发制品产业，探索跨行业经营”的指导思想。在发制品传统产业上加大资金投入，不断引进新技术，开发新产品，增加新品种，扩大生产能力，逐步形成高档化、系列化产品结构。连续不断地扩大发制品生产规模，在当地和沂蒙山等地区投资建立了70多个发制品加工分厂，大力发展农村加工。到90年代，即发已经成为全国同行业质量最好、品种最全、规模最大的发制品生产出口基地，产品在1989、1990年两届北京国际博览会上获得金牌。2003年，即发生产的“春宝”牌发制品获得山东名牌产品称号。其中手工制作的男发块是主导产品，占国际市场销售总量的三分之一。