

天下泉商

泉州商报封面人物专访特辑

郭培明 李明灿 主编

创业元勋 异地泉商 行业新锐 驻泉商贾 华商骄子
泉州这片神奇的土地上，每天都在上演着精彩的创业故事——每一个成功企业的背后，都有道不完的酸甜苦辣；每一个泉商人物的身上，都是一部创业创新的传奇。



创业元勋 异地泉商 行业新锐 驻泉商贾 华商骄子

泉州这片神奇的土地上，每天都在上演着精彩的创业故事——每一个成功企业的背后，都有道不完的酸甜苦辣；每一个泉商人物的身上，都是一部创业创新的传奇。

泉州商报封面人物专访特辑

天下泉商

郭培明 李明灿 主编

图书在版编目(CIP)数据

天下泉商/郭培明,李明灿主编. —福州:海峡文艺出版社,2015.7

ISBN 978-7-5550-0593-3

I. ①天… II. ①郭…②李… III. ①商业史—泉州市 IV. ①F729

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2015)第 157402 号

天下泉商

郭培明 李明灿 主编

责任编辑 朱墨山

助理编辑 林颖

出版发行 海峡出版发行集团
海峡文艺出版社

经 销 福建新华发行(集团)有限责任公司

社 址 福州市东水路 76 号 14 层 邮编 350001

发 行 部 0591—87536797

印 刷 泉州晚报印刷厂 邮编 362000

地 址 福建省泉州市鲤城区新华北路 65 号

开 本 787 毫米×1092 毫米 1/16

字 数 280 千字

印 张 24

版 次 2015 年 7 月第 1 版

印 次 2015 年 7 月第 1 次印刷

书 号 ISBN 978-7-5550-0593-3

定 价 68.00 元

如发现印装质量问题,请寄承印厂调换



谨以此书
献给
《泉州晚报》创刊30周年

我们拥有一个名字叫“泉商”

郭培明

二十年前,有次到晋江走访一家知名企业。看到公司办公室的报架上没有当地的主流报纸时,我问了老板,他回答:“反正报纸上很少报道民营企业,也缺少我们需要的资讯。”那个时候,我正参与《泉州晚报·经济周刊》的筹办。环顾全国报业,特别关注民企动态的也只有一份《中华工商时报》,主流媒体的目光较少聚焦民企,这是当年全国报界的普遍现象。

2000年,泉州晚报社创办《东南早报》。作为一份市民生活报,与万众创业的城市经济生态相适应,泉商进入了报纸重点关注的视野。2003年,早报率先在全省平面媒体中推出首个民营经济报道板块《新创业》,立即受到企业界的好评。2005年9月,《晋江制造》周刊出炉,民营企业家真正成为版面的主角明星。记得当时我在刊首语《与民营经济共同成长》中写道:“从‘晋江制造’到‘泉州制造’,再从‘晋江创造’到‘泉州创造’,这是历史的一种必然。《晋江制造》适时而生,也将适时而变,《东南早报》愿与企业界的朋友们一起努力,共同见证这个创造无限生机的伟大时代。”之所以选择“晋江制造”,是因为它是泉州民营经济发展的一个缩影。在泉州这片神奇的土地上,每天都在上演着精彩的创业故事与财富传奇。周刊试水一段时间后更名为《泉州创造》,那个时候,敢于用上新锐的“创造”一词,这在于我们看到泉州民企的活力和底气。

2012年元月,《泉州商报》诞生。有人不禁发问:互联网时代,报纸还有用吗?当电台、电视出现时,也有过这样的疑问,但报纸并没有消亡,反而在不断发展壮大。在资讯过度泛滥的当下,讯息如何处理反馈与综合利用,常常困扰着商界人士。电子媒介近在眼前,彼此之间依然陌生。一条讯息,落在

茫茫无际的网络中,如同沧海一粟无踪无影。在庞大的泉商队伍中,需要打造一个看得见摸得着的文化交流平台,交换思想,更新观念,探讨得失,分享成功。从这个意义上看,《泉州商报》可谓应运而生,其泉商服务平台的价值也日渐为市场所认可。

“与中小企业一起成长,与民营经济共同发展。”泉州晚报社各媒体的经济报道,围绕大局,关注民企,精彩纷呈,出现了“民企观察站”“商报观察”等一批名专栏。报道之外,评比感动员工企业,创办早报经济论坛,举行泉州经济年会、泉商主题峰会,推选年度经济人物、市民最喜爱的泉州品牌,大量的社会公益活动让市民走近民营企业、理解民营企业,进一步营造利于泉州民营企业生存发展的良好舆论环境。

两年前,曾经陪同新华社《瞭望》周刊副总编辑王军考察泉州老城区。这位长期研究城市文化的著名记者一路感叹。回京后,他给我发过这么一条短信:“泉州是极伟大的一座城市,太值得我们用心探索。”王军只是针对首个“东亚文化之都”厚重而灿烂的历史积淀而言,如果要找出当代泉州最具代表性的群体形象,“泉商”当之无愧。

形象是一个城市的无形资产,是一笔宝贵的非物质财富。现代城市渴望被关注,寻求被认同,为的是在区域经济竞争中处于有利地位。城市魅力的底色是城市活力,没有人会否定面向大海而居,枕着波涛入眠的泉州自古以来的生猛程度,而敢为天下先的吃螃蟹者正是“泉商”。泉州商人的豪气与精明,大度与灵活,是地瘠人多挤出来的,是投奔大海漂起来的,是在异国他乡的土地上也能顽强生长的,是以“爱拼才会赢”的大合唱响彻云霄的。无论是出洋过番,还是回归创业,他们因商而生,以商为本。早在宋元时期,他们就拥有国际视野与商贸意识,即使是在清初的禁海令后,泉州商帮风光不再,仍以向外移民的方式在南洋披荆斩棘。时至今日,东南亚、台港澳富甲一方的名流大佬,泉州籍比例总是居于榜首。2013年、2014年公布的全球闽商100强中,泉州籍企业家都超过60人。而每年的闽商慈善榜中,泉州面孔占据了最大的分量。

《泉州晚报》创办30年来,见证了民企从无到有、泉商从小到大的奋斗历程。过去的30年,正是泉州商人大展宏图,泉州民营经济高速发展、取得骄人业绩的黄金时期。纺织服装、鞋业、石油化工、装备制造、建筑建材五大产业集群均超过千亿元,中国驰名商标超过130个,上市公司超过90家,异地泉商商会超过200家。泉州经济总量连续16年居于福建省首位,成为全国第三个金融改革试验区和全省民营经济综合配套改革试点城市,入选全国电子商务示范城市,获批全国民营经济综合改革试点地区等等,都与泉商力量的崛起与助推紧密相关。

泉商精神包涵了重商务实、开拓拼搏、恋祖爱乡、兼容并蓄等特征,本土泉商、海外泉商和异地泉商,传统相承,内外呼应,纵横捭阖,张弛有度,蔚为大观。据不完全统计,在全国各地从事投资兴业、经营活动的泉州商人就有百万人,创造的年销售总额相当于再造了一个泉州市场。曾经骄傲于船小好掉头,现在着眼于船大好冲浪,在互联网高度发达的当下,传统经营模式再一次受到严峻挑战,线上线下,孰重孰轻,同样考验着每个泉州商人及其企业。诺基亚、柯达、索尼等世界级跨国公司在白热化的竞争中败下阵来,更说明市场上没有永远的赢家。居安思危,全国工商联副主席、中国民(私)营经济研究会会长、泉州籍人士庄聪生提醒泉商,与欧洲企业平均生命40年相比,中国民营企业平均生命不到3年,泉州企业数量众多但生命周期短,缺乏品牌背后的文化底蕴是其重要原因。资源会枯竭,只有文化才能生生不息。作为软实力的标志,企业文化不但是企业发展的支撑力量,也是一个城市经济产业转型

升级的内在动力。

“服务天下泉商”、“传递全球泉商正能量”。由泉州晚报社主办、泉州工商联(总商会)联办的《泉州商报》出刊100期时,中国民间商会副会长、泉州市政协副主席、泉州市工商联主席许连捷先生,美国塞班岛中华总会创会会长、菲律宾泉州公会创会会长、香港泉州慈善促进会主席陈守仁先生等著名泉商分别题词勉励,道出的正是文化与经济的互动,传媒对商界的影响。提供有用资讯,解读经济政策,评析财经现象,研讨泉商文化,便是《泉商》的使命所在。封面人物是《泉商》的一大特色,既是展示泉商个人风采的一个平台,又是广大读者喜欢阅读的重要看点。许多企业界的朋友建议结集出版,认为可以借助书籍进行二次传播,让社会更好地了解泉商群体,让泉商品牌更加深入人心。值《泉州晚报》创刊30周年之际,在泉州商报编辑部和北京闽南文化创意产业协会的共同努力下,《天下泉商》编辑成书正式出版。希望在不久的将来,能够继续出版第二辑、第三辑。

每一个成功企业的背后,都有道不完的酸甜苦辣。每一个泉商人物的身上,都是一部创业创新的传奇。义与利,赢与输,经验与教训,企业与社会,专注与跨界,坚守与颠覆,他们的激情燃烧,他们的不屈不挠,他们的夺人先声,他们的众志成城,点点滴滴汇聚成泉商集体的精神财富。无论道路多么崎岖,行程多么曲折,正是有了这笔巨额的财富,我们始终相信天下泉商的力量。

(作者系泉州晚报社副总编辑、泉州商报总编辑)

★创业元勋

- 003 许连捷:要造中国最好的日用纸……杜连财
- 007 林树哲:“报春花”的乡国情怀……孙灿芬
- 011 丁世忠:破解安踏成功密码……吕振震 张九强
- 015 丁水波:特步X计划的铺陈……姚伟 黄伟毅
- 019 周少雄:“头狼”的多面人生……姚伟
- 023 许景南:做中国的世界品牌……庄燕 黄幼红
- 027 傅子能:泉州“金改先锋”……苏田田
- 031 林文侨:凌云健笔意纵横……郭培明
- 035 王诗榕:涂料界“隐形”冠军……戴厦铃 王树帆
- 039 赵建河:让童装讲故事……刘倩 吴刚强
- 043 陈文海:领跑泉州电讯产业 多元产业掌舵人……邱雅婷 苏田田
- 047 吴国良:在黄骅建起“北方的水头”……郭华萍
- 051 翁国泉:扬起和谐劳动关系的风帆……魏婧琳 黄宇达
- 055 王建业:水暖翘楚……刘倩
- 059 蔡金垵:打造百亿小食品王国……王宇静
- 063 张其聪:打造医疗服务“航空港”……赵鹏云 王柏峰
- 067 郭明池:一辈子做好一件事……苏田田
- 071 吴文富:食品“大哥”精心酿造时间的味道……郭剑平
- 075 余雄智:传承创新 良药惠民……杜连财 赖清波
- 079 陈芳林:领衔电壁炉行业……黄伟毅 陈雅婷
- 081 陈开通:商者无域诚者无疆……温文清

★ 异地泉商

- 089 陈水波:家族亲情的魅力……刘倩
- 093 陈家泉:服务家乡的事,没有做不好的理由……郭培明
- 097 周荣来:在济泉商抱团“打天下”……苏田田
- 101 杜成剑:运筹帷幄构筑“粮油宏基”……戴厦铃 林劲峰
- 105 许华芳:宝龙少帅的传承与突破……戴厦铃
- 109 吴明生:资本少帅……刘倩
- 113 周友智:风雨征程贵有志……陈晓彬
- 117 施碧溪:勇闯上海滩……戴厦铃 王树帆
- 121 李辉煌:鹭岛创业记……庄燕
- 125 许自立:自持雄心勇弄潮立行德善扬美誉……戴厦铃 黄幼红
- 129 李焕弱:坦承一定能长存……杨翠 郭建勋
- 133 蔡辉煌:从打杂工到贸易大亨……刘倩
- 137 卢志春:掌管“东南管阀”……苏田田 杜连财
- 141 陈梅玲:布局十年红酒业版图……庄燕 张九强
- 145 吴海龙:尽责的商会“家长”……黄伟毅

★ 行业新锐

- 151 张澍楠:创意园,用年轻打造梦想……姚伟
- 155 丁丽亚:思想的“影子工厂”……苏田田
- 159 蔡伟强:助泉州产业自动化腾飞……邱雅婷 苏田田
- 163 刘 良:用石头垒起梦想王国……王宇静
- 167 曾国强:打造一体化全产业链与互联网金融生态圈……黄伟毅 张九强
- 171 杨明华:“一体化全产业链与互联网金融生态圈”践行者……黄伟毅 林劲峰

- 175 李竹兵:泉州动漫界领航人……王宇静 林荣怀
- 179 陈 锋:多面手指挥官……郭华萍
- 183 黄 镇:“90后”煤炭产业新贵……庄燕
- 187 林宏楠:做纺织业的“动力马达”……黄幼红 戴厦铃
- 191 姚灿辉:创业“多面手”……庄燕 权风兰
- 195 蔡文胜:草根天使……杨翠
- 199 汪建聪:打造最大名鞋销售广场……姚伟 林劲峰
- 203 饶建华:亮剑高端地产……黄伟毅 林劲峰
- 207 黄细清:打造建筑设计领域的强势品牌……陈雅婷 黄伟毅
- 211 游梅娟:再造一个“香港城”……骆静雨 蔡一峰
- 215 陈锡清:执著书写地产人生……庄燕 张九强
- 219 郑鹏飞:文化基因植入陶瓷工艺……戴厦铃 戴晓晖
- 223 颜期秋:我为商虎代言……庄燕 陈世哲
- 227 吴荣州:民间金融创新为王……邱雅婷 黄伟毅
- 231 曲 燕:感受教育情怀领略文化之美……黄伟毅 林劲峰
- 235 杨秋寒:专注卤料9年……戴厦铃 陈英杰
- 239 张智杰:盘活资源实在“创代志”……庄燕
- 243 刘华仁:大宝石大境界……戴厦铃 林劲峰
- 247 杨 巍:“不务正业”的行者……刘倩 方家洲
- 251 戴和芳:为移民插上“金翼”……黄伟毅 林劲峰
- 255 李少婷:泉州装饰业领航者……戴厦铃 林劲峰

★驻泉商贾

- 261 张富英:拥军不辍的巾帼模范……王树帆 陈小阳
- 265 周建永:勇闯儿童用品市场……方家洲 骆静雨
- 269 汤成霖:从翻译起家的商界新锐……戴厦铃 林劲峰

- 273 刘志康:善行天下情系温商……姚伟 林海波
- 277 王建胜:打造泉州“温州一条街”……戴厦铃 胡宇涛
- 281 陈云林:升级浙商格局打造顶尖商会……姚伟 林劲峰
- 285 林武臣:像军人一样去战斗……王树帆 林劲峰
- 289 吴文斌:美好生活 大家共享……黄伟毅
- 293 邓正强:追梦赤子心……姚伟 张九强
- 297 林 新:提升温商格局打造闪亮思想……姚伟 陈必典
- 301 计红日:从追梦少年到铸梦使者……戴厦铃 张九强
- 305 翁锦瑞:从木匠到商会会长……魏婧琳 蔡一峰
- 309 魏小辉:团结乡亲 多元发展……魏婧琳 林劲峰
- 313 张廷清:抢滩高端装饰市场……戴厦铃 庄丽祥
- 317 金 晖:为童装私人订制……戴厦铃 戴晓晖

★ 华商骄子

- 323 蔡聪妙:力挺祖国火箭运送菲律宾卫星……戴厦铃 黄宇达
- 327 陈祖昌:爱慈善的菲华实业家……戴厦铃 林永梅
- 331 陈守仁:商海巨擘桑梓栋梁……姚伟 吕振震
- 335 杨华阳:热心慈善的“马海毛大王”……魏婧琳 陈晓东
- 339 叶建明:爱港爱乡的“手套大王”……魏婧琳 黄宇达
- 343 施万轸:搭建中菲贸易桥梁……姚伟 张九强
- 347 陈丽春:转轨投资农业……陈雅惠 郑祖庵
- 351 林玉燕:心怀慈爱侨界女杰……王树帆 时梦莹
- 355 王全春:“新西兰面条大王”……吴泽华 林劲峰
- 359 许锦祥:印尼物流领军者……黄伟毅
- 363 许金聪:南洋弄潮者……黄伟毅
- 367 庄志刚:澳大利亚“柠檬王”……戴厦铃 戴涵琦



创业元勋

CHUANGYE YUANXUN

TIAN XIA QUAN SHANG

- 许连捷
- 林树哲
- 丁世忠
- 丁水波
- 周少雄
- 许景南
- 傅子能
- 林文侨
- 王诗榕
- 赵建河
- 陈文海
- 吴国良
- 翁国泉
- 王建业
- 蔡金安
- 张其聪
- 郭明池
- 吴文富
- 余雄智
- 陈芳林
- 陈开通

许连捷

福建恒安集团有限公司董事局副主席、首席执行官

第九届、十届、十一届全国政协委员

第十届全国工商联副主席

中国民间商会副会长

福建省工商联副主席

泉州市政协副主席

泉州市工商联主席、泉州市工商联会长



许连捷： 要造中国最好的日用纸

□杜连财

“尽管我是我们这群合伙人中文化水平比较高的，但是也没有拿到小学文凭。”在很多公众场合，恒安集团首席执行官许连捷也从不避讳谈自己的文凭问题。但正是这样一个没有小学文凭的人，引领恒安成为中国最大的妇幼卫生用品制造商，成为一个上市公司，并且让自己从一个连正规财务报表都看不懂的外行人变成了能够熟练运用剥离上市、利润率、派息等金融名词的香港上市公司首席执行官。

在广西南宁举办的中(西)南地区泉籍商会联谊会会议上，许连捷接受泉州商报专访，与大家分享了恒安的发展，并通过自己的创业历程，提醒大家要“重视合作关系”。

“三无”情况下的创业

1953年6月，许连捷出生于晋江安海镇后林村一个贫寒的农民家庭。许连捷在小学时就不得不辍学回家帮补家用。1979年，他开办了安海后林劳保服装厂，后来又做拉链。

1984年年底，一个偶然的机会，许连捷接触到了在香港已淘汰的卫生巾生产线。许连捷特意买回两包给自己的朋友使用并征求意见。在得到肯定的回复后，许连捷认为，这是一个有巨大潜力的市场，毅然决定将所有资金投入到当时在内地还是一片空白的卫生巾市场，成立了恒安集团的前身——恒安实业有限公司。

在没有人才、没有技术，也没有市场的情况下，许连捷创立了恒安。“我当时只有一个理念，就是给客户带来舒适、方便、卫生又健康的产品。”

最开始，工厂里甚至连一个女销售都没有，5个男人去开拓市场，卖卫生巾，其中的尴尬艰辛可想而知。尽管如此，安尔乐的市场反应却很好，1985年时生产一天的量一个月就卖出。



要造中国最好的纸

人物
印象

包容心

泉州素有做生意的传统,对于年轻的创业者,许连捷也寄予厚望。

许连捷说,做生意要先考虑的合作伙伴。“我教育我的孩子要记住一点,要融入社会,一定要与人合作,你不可能唱独角戏。相互之间的合作一定要考虑到优势的互补,现在社会是一种资源的共享,一定要在一种相互之间宽容包容的基础上,不要用坑人的心态去寻求合作,这样合作才能长久。”

对于所有的企业来说,首先要不断地提升自身,转变自身的观念,学习一些新的东西,包括技术,营销模式,产品管理模式。做生意,一定要考虑合作关系,双方赚钱,这才双赢。如果是单纯一方赚钱,就没有长久的生存,所以说恒安的文化经营理念是追求健康,你我成长。

到了1993年,根据权威机构的调查,安尔乐在整个中国市场占有率为百分之四十。当时安尔乐卫生巾又叫安乐巾,其实就是卫生巾。后来许连捷把目标定在高端市场,于是,恒安又在1993年推出了安尔乐护翼卫生巾。

许连捷从来不是一个容易满足的人。他认为:“我切身感受到,无论我们做任何事情,都要用心回顾认识我们自己。我们的优势在哪里,更重要的一点要知道我们的不足。寻找发现我们的不足,才能够改变自己。”

正因为如此,许连捷拓展了恒安的产业价值链——造纸。“在发展心相印的纸时,我就说,我要造纸,我就要造中国最好的纸,能够与世界上最好的纸相比拟我才造。因为我相信,纸是中国发明的,不可能中国的纸这么烂。”

在领教了国外新型的造纸技术后,许连捷产生了“我要造纸”的想法。他找来了湖南一个造纸的工程师。“造出来的第一张纸,跟全球最大的第一品牌也是最大的公司相比,不敢说我们做得最好,但可以跟它相比拟。”后来在央视投放广告,按许连捷的意思,这样的纸被概括成“又柔又韧,沾到了水,轻轻一搓,还不掉纸屑”。

如今的许连捷也仍然没有满足,他为恒安集团确立了新目标——成为中国顶级家庭用品生产商,并为此而努力着。

管理上追求不断创新

在创业的过程中,许连捷一直都在努力寻找,“寻找哪些可用来改变

自己,改变我们的整个团体”。后来他发现,管理上有一个大问题——“公司的人,不是我的亲戚,就是我的朋友,要不就是和我有血缘关系的”。最后,许连捷决定上市,建立完整的一套制度。为了企业的未来,为了长远,20世纪90年代末,恒安在香港上市了。

在面临企业效益下滑的时候,许连捷也在寻求突破瓶颈的方法。他引入了美国汤姆斯公司,推行旨在缩短单位时间作业流程、提高效率的TCT行动,包括1000万美元的年合同以及500万美元的配套设施。“当时‘麦肯锡兵败实达’事件才发生不久,民营企业对国外咨询公司及它们的管理工具的质疑达到顶点。但汤姆斯公司给企业提供了一套时间管理来推动流程的改变,以流程的改变来推动整个管理价值的改变,明显看到效果提升。”

2005年,许连捷再次向管理环节开刀,他提出了“从优秀到卓越”,打造恒安集团。因为他发现恒安没有自己的一套管理化模式还是比较凌乱,故要系统化的管理。2006年,恒安从销售系统导入消费系统。原来客户经理有30个终端门面,实施这套标准化的检测以后,去年达到了200个左右,今年超过220个。“生产系统今年才实行第二个版本。第一个版本只有30个客户经理,原来没有建立的时候,有的客户断货断了两个月都还不知道,现在客户经销商联网随时都可以看,质量得到提升。”

2008年,恒安开始了生产对供应链的到位。明确了服务部门包括人力资源、财务、行政、主管等等这些都要服务于生产和销售,服务跟管理部门到位。“其实就是个人的时间观建立,你把这个时间观用在最有效的时候。不是让员工加班加点,而是要有效率,规划好个人时间。这就改变了一个人坐在办公室等待领导下达命令的现象。当你的时间规划起来,你知道你的下个星期一要做什么,哪个时间做什么,效率就上来了。”

事实证明,优化管理带来的效益是巨大的。从2002年7月18日实施管理变革开始,到2010年这8年时间,恒安的销售额增长了近10倍。到2020年,一个预期的预想是向千亿目标奋进。”

“虽然我们做的是传统行业,但是传统产业做好了也是非常有价值的。作为一家上市公司的恒安,做卫生巾的比做电脑的,市值大得多。联想特别出名,富士康也非常出名,两家都是上市公司,都在香港上市,但是两家加起来的市值比恒安还少一些。所以,做任何事情,用心去做,把它做出来,做精,做强,我们就有钱了。”许连捷说。

人物 对话

泉州商报:当前关于企业管理的转变提升成了业界热点话题,在您看来,泉州民营企业如何在这面发力?

许连捷:如果还是沿用过去的管理模式,我们肯定是落伍的。别人在转变,别人的效益在提升,我们要是不没有改变,还是用过去的老经验、老方法,最后会自己绑住了自己。所以说恒安有今天,就是时时刻刻在寻找着自己的用途,危机在哪里。恒安把自己的事做好,做得比竞争对手好,这要靠我们用心,靠我们进步。恒安的成长是非常敢拼的,敢搏的。

当然,发展最大的前提,就是系统化的管理。一个企业几十年来发展到一定规模,没有一套系统化的管理,没有一套标准化的管理,要做大,要发展,不容易。

你在团队里,很清楚你自己做得好不好。通过分析为什么有的做得好,有的做不好,把原因找出来,向好的学习,再来升级。不良的、有问题的再帮助他。所以我请了一些专家,经验比较好的帮助改善这些。