

黄康俊◎著

(第二版)

Zhongguo Zhuanwang Yedelin

中国砖王

一个『中国砖王』的传奇人生
一个『陶业十年经济领袖』的创业之路

叶德林



经济管理出版社
ECONOMY & MANAGEMENT PUBLISHING HOUSE

黄康俊◎著

一个『中国砖王』的传奇人生
一个『陶业十年经济领袖』的创业之路

中国砖王

Zhongguo Zhuanwang Yedelin

(第二版)

叶德杯



经济管理出版社
ECONOMY & MANAGEMENT PUBLISHING HOUSE

图书在版编目 (CIP) 数据

中国砖王叶德林/黄康俊著. —2 版. —北京: 经济管理出版社, 2011.3

ISBN 978-7-5096-1341-2

I. ①中… II. ①黄… III. ①叶德林—生平事迹
IV. ①K825.38

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2011) 第 050753 号

出版发行: 经济管理出版社

北京市海淀区北蜂窝 8 号中雅大厦 11 层

电话: (010) 51915602 邮编: 100038

印刷: 北京银祥印刷厂

经销: 新华书店

组稿编辑: 勇 生

责任编辑: 勇 生 解淑青

技术编辑: 杨国强

责任校对: 陈 颖

720mm×1000mm/16

16.75 印张 265 千字

2011 年 6 月第 2 版

2011 年 6 月第 2 次印刷

定价: 48.00 元

书号: ISBN 978-7-5096-1341-2

·版权所有 翻印必究·

凡购本社图书, 如有印装错误, 由本社读者服务部

负责调换。联系地址: 北京阜外月坛北小街 2 号

电话: (010) 68022974 邮编: 100836

序：企业家的智慧

读《史记》最让人受启发的不是史实，而是司马迁的史论。在史实之间，总是闪耀着“太史公曰”的智慧——或评价成败议论得失，或引经据典批驳谬说，或直抒己见表意传情。每每读罢令人拍案叫绝！但是这样的好书并不多见。看过许多企业家的传记，我发现有点意思的地方都在“说事”，最缺少的是作者高屋建瓴的评论。哪怕是一些知名企业家的自传，也都是故事性有余，思想性不足。

看了叶德林的传记《中国砖王叶德林》（第二版），不禁为之叫好。因为它不仅写出了“砖王之事”，也写出了“砖王之道”。你看：先人一步，高人一筹；出新无疆，大道无形；从商如水，利众而立；润物无声，信水长流；有规矩方可成大器；大家赢才是真的赢；从英雄到英雄团队；让员工成为事业伙伴；让制度成为企业领袖……可谓智慧闪光，明珠璀璨。

作为新明珠的战略顾问，我和叶德林有过密切接触，他是我相当敬佩的一个人。他是一个沉静型的领导者，用人有道，但为人低调；他是一个专家型的企业家，治企有方，但为人厚道；他是一个学习型的领袖，与时俱进，却又先人一步；他还是一个教练型的老板。叶德林告诉我，他有一个想法正在构思之中，他想做一名校长，办一所中国陶瓷行业的“黄埔军校”，用自己的经验和思想传经育人，不仅是为新明珠，也是为整个陶瓷行业培育新型人才。

一个人怎样才能做到不朽？《左传》有一段名言：“太上有立德，其次有立功，其次有立言，虽久不废，此之谓不朽。”立德，立功，立言，三者称为“三不朽”，千百年来成为中华仁人志士的追求目标。用现代语言来表述，立德，就是自我修养和行善积德，是修炼高尚人格的大境界；立功，就是成就利国利民的大事业，为国家和社会做出贡献；立言，就是将自己

的思想传承下去，指引后人行正路。这“三不朽”，做到一条容易，做到三条不容易。难能可贵的是，作为新明珠集团的董事长，一个立志要为中国建筑陶瓷业做贡献的企业家，叶德林做到了这三条。所谓“君子三立”，叶德林当之无愧。从《中国砖王叶德林》（第二版）这本书里，我们不仅能读到一个创业者的故事，看到一个企业家的成长，还能够悟到他的智慧。

北京大学领导力研究中心

杨思卓

2011年2月18日

楔子

我一直在关注中国建陶行业，尤其关注这个行业的领军企业——新明珠陶瓷集团（以下简称新明珠）。

中国的建陶行业，目前正进入一个新时代，那便是“新明珠时代”。

20世纪90年代初诞生于南国陶都佛山的新明珠，目前旗下有三大集团，拥有员工18000多人，千亩以上跨省产业基地3个，年产瓷砖超过1亿平方米，傲居国内建陶行业之首，相当于世界“墙地砖王国”意大利全国年产量的1/6；拥有产品品牌16个，是行业内成功经营多品牌的企业之一，每个品牌都做得“风生水起”，雄霸一方，其中有“中国驰名商标”两个，国家级与省级名牌产品、著名商标、国家免检产品数个。新明珠集团荣获“中国500最具价值品牌”、“广东省百强民营企业”等众多荣誉，产品出口100多个国家和地区；连续多年创造30%以上的增长率，每五年一个“级跳”，在专业化的道路上实现了“专、大、全、新、强”，迅速超越自己，超越对手，成就了行业的一个神话。其所蕴涵的丰厚、深邃的“新明珠”式企业文明，昭示着一个国家民族产业以行动改变命运的真理，代表着一个国家行业传承与发展的精神坐标，更是一个国家建陶行业创新、领先的时代见证。

因此，我执意把中国建陶业之今日，冠之为“新明珠时代”！

既然是“新明珠时代”，就注定要提到开创这个时代的代表人物——新明珠的创始人叶德林。

这个被众人尊称为“德叔”的人，集中了珠江三角洲人的特质和中国企业家的优秀本色，“低调而不低志，务实而又创新”，在中国陶瓷这个具有5000年文明的传统领域，开创了代表一个国家建陶行业的“新时代”，以其特有的“魔法经营”及带来的超常规发展，创下了一个又一个“中国

第一”的纪录，成为德高望重的“中国瓷砖制造业王者”，戴上了“全国建材行业劳动模范”、“陶业十年经济领袖”、“全国建材行业改革开放三十年代表人物”、“十大新粤商”等多顶桂冠，为我们树立了一个农家孩子走向成功的典范。

叶德林以其出色的管理风格和人格魅力，赢得了新明珠全体员工的尊重，是他们心目中的英雄和偶像；同时也感染着每个与其有过接触的人，见过面之后，大家会以兄弟般的口吻叫他一声“德叔”，并将他认作终身朋友。对此，你是否会迷惑不解，他凭什么有这么神奇的魅力？

叶德林所领导的新明珠，在短短的10余年中，从一家集体性质的小厂“蝶变”为中国建陶业的“航母”；经济发展实力从2003年广东省“百强企业”的第37位，到2006年的第15位，再到2008年的第9位，如此快速成长的历史背后，包含着许多鲜为人知的奥秘。

凭借其在行业内的实力和美誉，叶德林为同行中人所敬仰、拥戴，并被推举为中国建筑卫生陶瓷专业委员会的会长。他不辱使命，不负众望，首先让自己的企业从“标准”走向“标杆”。他高屋建瓴，一举手、一投足都以“国际标准”作为企业的行动准则，不惜花费2000万元“种树”以优化环境，创建出一个以“清洁生产、循环经济”为特色的现代化新型“建陶王国”，成为中国建陶业目前最杰出的一个榜样，使传统意义上“烟尘滚滚”的工厂，嬗变为国家指定的工业旅游示范景点，赢得了世人的一致好评和追捧，也让同行趋之若鹜，纷纷效仿。叶德林到底使用的是何种魔法呢？

在经济大省广东，直到2003年，中共广东省委、广东省政府才开始第一次评选“广东省优秀民营企业家”，在此之前，只评选国有企业或集体企业管理者。在全省数十万民营企业家中，叶德林当之无愧地成为首批40位优秀民营企业家之一，这是经过层层筛选、投票、公示后才产生的。黄华华省长在授奖大会上对他的评价是：“勤奋创业，诚信守法，与时俱进，真诚服务社会。”这是党和人民对民营企业家最高的肯定和褒奖。而令人佩服不已的是，此后的两届评选，叶德林连登红榜，保持着自己的优秀本色。这就值得我们为之高声贺好：好一个“德叔”，你兼济天下的高风亮节，我们该如何学习、看齐！

一个个“叶德林魅力”之谜，引起了人们诸多的兴趣和好奇。有鉴于此，作为“德叔”的老朋友，笔者对其看似风光无限，实则筚路蓝缕的人生，试作一次粗浅的梳理与勾勒，借此抛砖引玉。

好了，让我们一起走进叶德林的世界……

Contents

目 录

第一篇 风起南海，大器明珠

- 第一章 南国陶都，有一颗明珠 / 003
- 第二章 因磨难而生异彩（一） / 007
- 第三章 因磨难而生异彩（二） / 015
- 第四章 新明珠的 DNA 双螺旋结构 / 027
- 第五章 大器起于明珠 / 037
- 第六章 胸怀决定事业规模 / 043
- 第七章 扩张，并购“休克鱼” / 049

第二篇 磨砺之功，珠圆色润

- 第八章 起跑之时已跨越 / 059
- 第九章 有规矩方可成大器 / 063
- 第十章 用国际标准占领国内市场 / 067
- 第十一章 开创建陶行业大展厅时代 / 073
- 第十二章 创新之冠“五子登科” / 079
- 第十三章 名牌与多品牌并举 / 085
- 第十四章 从“一珠独秀”到“多子多福” / 093

第三篇 先人一步，高人一筹

- 第十五章 开启中国建陶生产新纪元 / 101
- 第十六章 居高声自远 / 111

第十七章 走“专、大、新、全、强”之路 / 119

第十八章 出新无疆，大道无形 / 125

第十九章 高瞻远瞩，主动转移 / 131

第二十章 布局全国，决胜千里 / 137

第二十一章 渠道，渠道，还是渠道 / 149

第二十二章 沧海横流，方显英雄本色 / 157

第四篇 修炼内功，治企育人

第二十三章 从英雄到英雄团队（一） / 167

第二十四章 从英雄到英雄团队（二） / 175

第二十五章 从标准到标杆管理（一） / 181

第二十六章 从标准到标杆管理（二） / 187

第二十七章 让制度成为企业领袖 / 193

第二十八章 让员工成为事业伙伴 / 201

第二十九章 让员工成为颗颗明珠 / 205

第三十章 慈父：放飞农民工的梦想 / 215

第三十一章 严父：夯实富二代的根基 / 223

第五篇 从商如水，利众而立

第三十二章 无畏起伏，有容乃大 / 235

第三十三章 润物无声，信水长流 / 241

第三十四章 肩负使命，造福社会 / 245

后记 / 253

第二版后记 / 257



第一篇

风起南海，大器明珠

第一章

南国陶都，有一颗明珠

新明珠企业能够发展到今天，40%得天时——国家的政策；30%得地利——地方政府的关怀、扶持，经销商、供应商以及社会各界朋友的支持，佛山陶瓷的产业规模优势；30%得人和——公司全体同仁的努力。

——叶德林

陶瓷——China——中国，中国是一个生产陶瓷的国度，陶瓷与祖国的命运息息相关，纵览中国历史，我们发现了一个令人惊讶的奥秘：国运兴则陶瓷兴，陶瓷盛则国运盛。

上溯至 2400 年前的战国时代，华夏大地就产生了以“龙窑”为代表的陶瓷烧成工艺，它以斜卧似龙的烧成窑而得名。直到鸦片战争爆发，中国陶瓷一直独领风骚，以致今日的“南国陶都”——佛山，仍然保存着世界上最古老的龙窑“南风古灶”。

盛唐时期，中国大步走向世界，由两条通道连接起东西方贸易，一条是“丝绸之路”，走的是陆路；另一条是“陶瓷之路”——The China Road，走的是海上。清朝末期，西方引进中国的陶瓷技术，并逐渐超越了中国，中国经济开始出现全面衰退。

然而，改革开放让古老的中国陶瓷业重新焕发出勃勃生机。历经 30 年的艰苦奋斗，中国陶瓷再一次在世界大展雄风，年产日用陶瓷 150 多亿件，占世界总产量的 60%；年产建筑陶瓷 30 多亿平方米，占世界总产量的 50%；年产卫生陶瓷 7500 多万件，占世界总产量的 30%以上。海关统计数据显示，在所有的陶瓷产品中，建筑陶瓷的出口量居于榜首，仅 2008 年 10 月~2009 年 9 月，佛山出口到泰国的瓷砖产品金额就高达 5000 多万美元，相当于 43 亿元人民币。面对每年出口增长率大约 30%的强大的竞争

力，一些进口国祭起了“反倾销”的法宝，部分国家将反倾销税率提升到200%以上。

经历了金融危机的狂风巨浪之后，中国经济正在复兴。其中，陶瓷行业国内外形势发生了深刻的变革，又一次吹响了号角，决意冲向更高的山峰。在全国范围内形势普遍看好，销售形势一片大好，个别企业甚至出现了逆势上扬的现象，整个陶瓷行业基本渡过了最困难的时期。其中，我们发现，千年窑火不熄的佛山，有规模的陶瓷生产企业585家，工业总产值898.7亿元。2009年，佛山陶瓷出口金额高达17.22亿美元，占广东省陶瓷出口金额的77%，占全国出口金额的55%。2010年1~6月，佛山陶瓷出口金额达9.91亿美元，同比增长36.5%。

世界陶瓷市场正在风起云涌，中国陶瓷企业正在群雄并起，然而，由叶德林缔造的新明珠陶瓷王国，更是一枝独秀。2009年1~9月，新明珠陶瓷的销售额比上一年同期增长了20%以上，尤其是9月份，企业各品牌的销售业绩都创造了历史最高水平。如今，新明珠已经拥有60条先进生产线，墙地砖年产量超1亿平方米，在全球陶瓷企业中名列前茅，单单新明珠一个企业的产量，已经达到了世界“墙地砖王国”意大利全国年产量的1/6。不愧为南国陶都的一颗最璀璨、最耀眼的明珠。

一、明珠因品牌而大放异彩

至今为止，新明珠旗下的陶瓷品牌数量高居行业之首。从最初的“冠珠”到“萨米特”、“格莱斯”、“金朝阳”、“惠万家”、“路易摩登”、“蒙地卡罗”，还有后来的“康建运动陶瓷”以及卫生洁具领域的“萨米特卫浴”和“冠珠卫浴”等，打造了16大产品品牌，除了每个品牌之间的差异化定位，还有市场的细分与产品功能的细分，所有的品牌有机分布在全球高、中、低三个层次的消费群体中，而每种层次的品牌产品中，又都进一步细分了产品的功能。不同规格、不同花色的抛光砖、仿古砖、广场砖、耐磨砖、精致艺术小地砖、陶瓷卫浴等产品，几乎都能在新明珠的各个品牌系列中找到。

新明珠集团是中国当之无愧的“建陶航母”，更让一些知名品牌的陶瓷厂家自叹弗如的是，新明珠引领了实践厂区环保绿化，真正实现了无污染

的工业建设，是建陶行业清洁生产的标杆。

“日出东方，明珠璀璨”。凭着高效率、低成本、设备专业化、人员专业化，叶德林成功地把新明珠集团引入了快速发展的轨道。多年来，在建陶市场上，新明珠集团倾力培育的陶瓷品牌所向披靡，畅销全球各地。在东南亚、大洋洲、非洲、中东、欧洲及中国香港、中国澳门和中国台湾等 60 多个国家和地区，新明珠集团都设立了经销商和代理商。

二、明珠因人才而珠圆玉润

核心竞争力离不开高科技的研发人才。在新明珠集团本部，有一个“新明珠创新研发中心”，各类研发人才聚集在这里为企业的发展献力。此外，新明珠还与清华大学等高等院校合作，开展了“产学研”活动，配备具有较深资历的硅酸盐工程师、机械工程师、自控工程师，以此加大新产品、新技术的研发力度，一步步走向以技术竞争为核心的高层面、高阶段。

除了研发型人才，新明珠旗下的三个集团，还拥有 18000 多名员工，包括了生产型、管理型、营销型人才。“中国首位农民工全国人大代表”胡小燕就来自新明珠。她不仅参加了 2008 年的“两会”，还受到温家宝总理的亲切接见，接受广东省委书记汪洋的提问，被全国各大媒体广为报道，成为了公众人物，成为了新明珠的骄傲。如果说新明珠集团的 18000 多名员工是一条项链，那么胡小燕就是这条项链上一颗璀璨的明珠。

优秀的人才是企业发展的关键。就如胡小燕所说的，“新明珠是以人为本的企业。”新明珠的所有成员以企业为家，为企业的发展而努力，为企业的荣耀而自豪。

三、明珠因企业家而熠熠生辉

叶德林从 1992 年开始创业，至今已有 18 个年头，他领导的新明珠历经行业竞争的跌宕起伏，一直保持着不断扩张、快速发展的势头，走出了中国民营企业的特色之路。时至今日，新明珠荣获了多项表彰和殊荣，包括“广东省优秀民营企业”、“企业信用评价 AAA 级信用企业”、“广东省清洁生产企业”、“广佛同城环境友好奖”，并连续 6 年荣获“广东省百强民营企业”、2007~2008 年连续两年获得“广东省诚信示范企业”，新明珠的产品

也成为了“中国驰名商标”、“中国名牌产品”、“中国 500 最具价值品牌”。

作为中国陶瓷企业的“航母”，叶德林这位新明珠“舰长”，在社会上更是有着数不清的名望和荣誉：中国建筑卫生陶瓷专业委员会会长、中国建筑材料联合会副会长、中国建筑卫生陶瓷协会副会长、中国陶瓷工业协会副理事长、广东陶瓷协会副会长、佛山市工商业联合会副主席、佛山市人大代表、佛山市政协常务委员会委员、十大新粤商、2004 年全国质量管理先进工作者、全国建陶行业劳动模范、环境保护优秀企业家、广东省优秀民营企业家、南庄人眼中的“德叔”，等等。

但在所有的称呼中，让叶德林感到最亲切的还是“德叔”，最美好的象征，还是“明珠”。而我们更关注的是：德叔何德何能？明珠因何而成？

德叔的德能，就体现在其一贯做人做事独有的、良好的德望、德心、德行之中。

明珠因磨砺而成。我们知道，闪亮的珍珠，最初只是一粒毫不起眼的沙子。一个偶然的机会，这粒沙子进入蚌的体内，蚌受到刺激，会分泌出一种叫作珍母贝的物质，珍母贝层层积累，最后就凝结成了一颗美丽的珍珠。

第二章

因磨难而生异彩（一）

成功并不与“劳其筋骨，饿其体肤”、“起五更，睡半夜”有什么必然联系，只要找准自己的位置，利用好别人的经验，然后达到自己的目标就行了。

——叶德林

流光溢彩的新明珠展厅，宛如瓷砖艺术的殿堂，一片片瓷砖都在静静地诠释着生活的美学，或极致的水润，温和如珍珠；或绝伦的璀璨，闪耀如钻石。你看得见的是它形形色色的光彩，看不到的是它层层叠叠的磨难。枯燥的生产工艺流程术语告诉你背后的艰辛：选料→配料→球磨制浆→喷雾造粉→压制成型→干燥→印花（渗花）→烧成→抛光→磨边→分级→打蜡→包装→入库。大约 14 道工序，一道道走下来，当我走出生产车间大门的时候，忽然间，一个企业家的成长经历清晰起来：选择→打击→压力→磨炼→升华，不正是他的五项修炼吗？年过五十的叶德林，就像他打造的冠珠瓷砖，已经到了熠熠生辉的阶段。

叶德林从小就有无限的憧憬，但是最初的选择却是一片懵懂的印记。然而，在成长的每一个时期，他一旦认定了一个目标，便专心专注、锲而不舍、决战决胜，不达目标决不罢休，从而成功地开拓了属于自己的一片天地。

一、一个“免费小木匠”

1956 年 2 月 22 日，在新年的钟声和鞭炮声中，叶德林出生于南国陶都佛山的隔巷村。

这是母亲陆彩盼望了 19 个年头才姗姗来迟的儿子。陆彩时年 45 岁，