

創
業
青春

鄞州青年創業故事



共青团宁波市鄞州区委员会
宁波市鄞州区青年联合会



领导关怀



★ 原全国人大常委会委员长乔石视察委员企业——培罗成集团



★ 原中共中央政治局常委尉健行、原浙江省委书记张德江、原宁波市市长张蔚文、区委书记寿永年等领导视察委员企业——宁波利时集团

鄞州青年
創業故事

领导关怀



★ 省委常委、宁波市委书记巴音朝鲁、区委书记寿永年等领导视察委员企业——广博集团





★ 省委常委、宁波市委书记巴音朝鲁、区长徐立毅等领导视察委员企业——欣达集团



序

青年兴则国家兴，青年强则国家强。无论是革命战争时期，还是和平建设年代，青年始终积极响应党的号召，站在时代的前列，不屈不挠地奋斗，历尽艰辛地求索，为实现中华民族的独立解放和伟大复兴，为建设中国特色社会主义伟大事业，创造了令人赞叹的业绩。同样，广大鄞州青年也走过了团结务实、开拓进取、探索求变的风雨历程。

鄞州人杰地灵，凤称“诗书之乡”，鄞州人民有着悠久的创业传统，是“宁波帮”的发源地。改革开放以来，鄞州人民发扬“敢为、求实、争先”的精神，艰苦创业，不懈奋斗，走出了一条具有鄞州特色的发展路子。2004年全区实现国内生产总值277.9亿元，完成预算内财政收入46.5亿元，综合实力继续保持全省第三、宁波市第一的地位。新鄞州培育了新青年，新青年建设着新鄞州。在鄞州经济社会各项事业快速发展的背后，我们可以看到一批又一批的创业青年始终走在发展的前列；鄞州三个文明建设的硕果可以印证，当代鄞州青年是值得信赖、大有希望的一代。



“一个有远见的民族，总是把关注的目光投向青年；一个有远见的政党，总是把青年看作推动历史发展和社会前进的重要力量。”从烽火岁月到和平年代，从新中国成立之初到全面建设小康社会的新时期，党的领导核心总是从事关国家、民族前途命运的战略高度，重视青年和青年工作，把振兴中华的希望寄托在青年身上。青年始终承载着民族的希望和祖国的未来。

在我区青年联合会四届一次全会即将召开之际，团区委、区青联精心采访出版《创业青春——鄞州青年创业故事》，展示鄞州青年的创业奋斗轨迹，一个个鲜活的创业故事，刻录了青年群体的创业精神、创业智慧、创业激情、创业魄力。无论是白手起家还是逆境生存，他们所诠释的是对青春的执着；无论是四处碰壁还是身残志坚，他们所释放的是对生活的热望。这些是青年精神的岁月留影，对当代青少年的健康成长和发展具有重要的示范和导向作用。这也是编辑本书的初衷和目的所在。

“新鄞州、新青年、新作为”。一个充满机遇的时代正扑面而来，一个富有挑战的舞台正在徐徐展开，希望青年朋友们把火热的激情融入鄞州大地，使创业成为青春的主旋律，让青年成为创业的主力军。

中共宁波市鄞州区委副书记：

邵菊芳

二〇〇四年六月

目 录

CONTENT

序.....	张南芬
从家庭作坊到跨国集团的传奇.....	李立新
罗马不是一天建成.....	张文阳
以青葱生命经营古老产业.....	俞 斌
审时度势，笑看风云.....	朱飞龙
让国外同行敬畏的宁波人.....	陆意祥
总有一种不足在追求.....	龚明君
绿叶对根的情义.....	江黎黎
外村来的掌门人.....	傅宏光
外商眼里永远的第一.....	冯赛君
吃得苦中苦，方为人上人.....	许建红
开垦荒山，畅想绿色的明天.....	王乖浓
困难的最终敌人是自己.....	忻伟军
不只为钱.....	林久勇
爱拼才会赢.....	王铁伟
白手扣开“芝麻之门”.....	王毕辉
峥嵘初露以“齐家”.....	张振浙
与植物对话的人.....	陈 明
迅速崛起的电动车王国.....	陈明均
为事业，农带创业终无悔.....	周月朝
有残之手，培育无限事业.....	杨雪国

李立新

从家庭作坊到跨国集团的传奇



利时集团在宁波已是民营企业中一面鲜亮的旗帜。可以如此定义它：总资产超过10亿元，拥有2000多名员工的现代化集团，目前国内塑胶家庭日用品行业规模最大的企业，产品已进入沃尔玛、乐购等大型连锁超市。

在宁波，还有一道家喻户晓的文化风景线，在近年内崛起，那就是每年百场“利时之约”音乐会在宁波音乐厅上演。

此外，还有数不清的荣誉如“全国民营企业500强”、“浙江省五四青年优秀奖章”等，给这家值得骄傲的企业，以及它的领头羊李立新。

谁能想到这片辉煌事业，竟是从一个小得不能再小的作坊起步的。14年前，24岁的李立新东借西凑，加上自己打工的收入，开办了只有一台注塑机的小作坊。一个创业者的传奇经历就这样拉开了序幕。

让产品走向国门

1994年，广交会。因为没有摊位，李立新将自己生产的塑料制品放在一个角落。很快，他用半生不熟的英语认识了一位改变他命运的美国人柯尔。柯尔是当时在国内相当有名气的塑料产品进口商，他把6只货柜的塑料镜框定单给了李立新，价值150万元。

年轻的李立新按捺不住内心的激动，急匆匆地赶回宁波组织生产。三个月的加班加点，货物保质保量如期发往美国，钱也如期到手。第一次赚美金，美好的感觉让李立新终身难忘。但是几个月过去了，柯尔没有打电话来，李立新拨通了越洋电话，才知道墨西哥金融风暴袭来，市场行情

跌落，主打南美市场的柯尔没能把这批货按预定价销售。

怎么办呢？28岁的李立新做出了谁也料不到的举动：让柯尔削价20%出售，为弥补他的损失，再送一只货柜的量给他。而在当时，一只货柜的量相当于公司一个月的生产量，相当于25万元。但也正是这25万元，换来了李立新日后源源不断的生意和每年近千万美元的销售额。

因为柯尔，利时实现了两个转变：产品结构的转变，从单一镜框生产转向专业的日用塑料品生产；经营思路的改变，由内销转变为外销，跨出了“产品走出去”的第一步。

用最“笨”办法，进入美国主流市场

1996年，李立新有两件事急切想做，一是在美国开分公司，产品打入美国市场；二是学好英语，语言不通就无法跟人沟通，更别提做生意了。

那一年，李立新第一次去美国，带着让利时产品进入美国主流市场的重任。诺大一个美国，人生地不熟，李立新却用了最“笨”的方法，跑到大卖场，大商店里找来产品，看看谁在经销。没多久，



他了解到新泽西州一家公司是当时美国日用塑料行业里做得最好的大型进口商，他就直接将电话打到了这家公司，用他的“中式英语”和秘书说了很久才让对方明白他的意思，他指名要约见老总，但接电话的秘书根本没把他当回事。

李立新却像航行在黑夜里的船见到了领航灯那样，被那家公司深深吸引。他见没有回音，索性从纽约直接到了新泽西的公司。没有预约，那家公司的总经理当然不会见他。吃了闭门羹的李立新并不泄气，一连5天，他每天都去那家公司要求见老总，让那个犹太老总对他产生了好奇。第6天，他终于出来见了这个来自中国的不速之客，二话没说，拿出一大堆样品，问李立新能不能做。李立新用他那不流利的英语说着“OK”，并用计算器一报给他

价格。那个犹太老总看着一行行数字，眼珠瞪得仿佛要夺眶而出，暗想这个中国人是不是有点“疯”了，因为这些超低价格是他从未见过的。

事实上，李立新要的就是这种一鸣惊人的效果。为了得到渠道，他是铁了心打算亏本的。这批50万美元的定单不仅分毫没赚，还赔了许多，但他的产品从此进入美国市场，并逐步提高利润，取得战略上的成功。

不惜重金吸引人

利时集团的销售总裁马文，是美国籍世界塑胶产品著名营销大师，掌握着许多大型连锁企业的产品供应渠道。他的加盟，还有一段耐人寻味的小插曲呢。

2000年元旦，李立新致电马文，直截了当地说



期来意，马文却声称合约在身，拒绝会面。但四天
后，两人还是在芝加哥的一家酒店会晤，李立新答
应了马文所有的条件，而这些昂贵的条件相当于公
司三分之一的利润。

李立新说，我重薪聘马文，只有一个原因，没
有他，公司只能在原地徘徊，有了他，才能上一层
次。



马文走马上任后，带来了先进的经营理念，大
大提升了企业形象。在马文的精心部署和策划下，
利时集团在纽约、柏林、约翰内斯堡等地设立了分
公司，构筑了塑胶产品全球营销网。

合约到期，马文主动提出续约，将留任时间延
长到8年。

为了赶超世界一流的塑胶工艺水平，李立新还
于2002年建立了一支高档次的研发队伍。他们把西
方的设计理念和东方的实用习俗结合在一起，借鉴
色彩的绚丽多姿，设计的新潮产品层出不穷，增添
了人们的审美情趣。同时，新产品的质量完全与国
际接轨，因此还接到世界500强企业中的德国汉高
公司的巨额定单呢。

境界取决于所站的高度。公司成长后，李立新
已不满足于单纯地发展企业，他的座右铭是为顾客
创造价值，为员工创造机遇，为社会创造财富。

作为一个崇尚知识的年轻人，李立新十分注重
自身素质的提高，积极上进，还利用业余时间攻读
了EMBA学位。从市场搏击中走来，李立新以不按牌
理出牌的怪招，一笔笔写下了他的创业传奇，今后，
他仍将在实践中实现他素质立业，业绩报国的职业
理想。

罗马不是一天建成

——一舟集团董事长张文阳



“杨柳春风一杯酒，江湖夜雨十年灯”。对于一个成功的企业来讲，十年是一杯可以细酌慢饮的酒，回味总是绵长；而对于一个成功的企业家而言，十年却是那盏照亮来路的灯，让记忆清晰而明亮。

“罗马不是一天建成的”，张文阳与他的一舟集团也不是。

这个出生于1969年的农家孩子自小就有一股要出人投地的志气，希望摆脱祖辈们太过平凡、太过普通的人生轨道。十二、三岁时，张文阳就极有经济意识，会下溪捉泥鳅、黄蛰换零花钱，并以这些零花钱为本钱倒卖杨梅，初中时代还种植立体农作物寻求创收。在1991年创建东亚线缆厂以前，张文阳已经在叔叔的小工厂中跑了三年市场。“不成功就不回家”，跑市场的第一年，他一直住在工厂。白天走街串巷推销电线、送货，晚上机器前做工人学技术。从第一次销售时在别人前徘徊良久到后来业务源源不断，他以他人几倍的努力付出换来了成功的喜悦。那段超生理与心理负荷的经历不仅磨砺了张文阳吃苦耐劳的品格，还让他掘到了第一桶金。



但最珍贵的是获得了宽阔的看世界的眼光。

当时，电脑还是很时髦的产品，电脑联接线都是从国外进口，张文阳敏锐地捕捉到了商机。在家人“小富则安”的经营宗旨面前，他选择了破釜沉舟创业，将三年跑市场的业务提成17万统统投入到开发电脑联接线的项目中。由于本钱有限且缺乏经验，张文阳买了一大卡车旧设备，发动一批做五金的朋友、同学在租来的小厂房中进行“拍脑袋式”的改装试制。终于，三个月折腾出了生产流水线。其中最令他得意的是以木板、铁皮为原材料设计改装出了成型线圆盘。随后，在这个可能是世界上最简陋的电脑联接线加工厂中，张文阳与六、七名工人一起模仿生产出了25芯的电脑与打印机联接线，填补了国内空白。

成功了！第一年产值虽然不过区区几十万，但此后的11年间，企业以平均80%的年增长率飞快成长。近三年，企业增长率稳定地保持在50%左右。如今，以东亚线缆为核心企业组建的一舟集团已拥有1个投资控股公司、5个生产基地，厂区面积4.2万平方米，旗下7家公司，一个研发中心，2600名员工，100多名博士、硕士、中高级职称人员，年产值超6.5亿元，固定资产达2.02亿元，净资产近1.08亿元。





令人意外的是，张文阳对数字表现出来的成绩保持着相当冷静的态度。

“企业存在一天，就是一天的不安心。我永远正视生存危机。”从开始创业的那一天起，张文阳就不得不面对“市场”这个最大的难题，而“不进则退”的古训更督促他在商海中不停地搏击。“人才是第一资源”，为了引进一位有30多年线缆制造经验的工程师，张文阳曾经四处赴上海；为了引进一位原料技术人员，他不惜花费近一年时间数次赶赴广东；他求才若渴，提出了五年内储备人才计划。他也坚信“科学技术是第一生产力”，在放弃家庭作坊生产后，投入大量资金进行技改。新产品层出不穷，不仅有列入国家星火计划，还有被列入国家级火炬计划项目。曾有一个客户要求张文阳提供低于国家标准的产品，并且承诺给予相当大的订单，但他一口回绝，事后还多次致电劝说客户放弃这种想法。正是张文阳的这种实事求是的诚实性格，影响了大批员工的诚信为本原则。

办企业，谁都想做大，为什么有人做到，有人

做不到？关键是要实事求是制定战略，持之以恒实施。2001年初，随着新工厂的建设、欧洲、美国先进设备的到位、研发人员的引进、产业结构的调整与产品门类的扩大，张文阳也迎来了企业发展的瓶颈时期，家族式的管理模式已经越来越制约发展。为了解决顽疾，他开始实施艰难的“家庭分流”计划，让家庭成员淡出企业高层管理。这一计划历时弥久，终以弟弟另起炉灶、妻子改做投资、企业中再无直系亲属，全部起用职业经理人而划上圆满

句号。而这也无疑是张文阳创业途中最劳心的事件之一。以他的话来讲就是：需要足够的智慧和耐心。

如果说“家庭分流”面对的是亲情的考验，那么张文阳随后组建一舟集团，完全是生产力的一次解放。他认为只有在规模化的基础上才能形成自主品牌开发的能力，而这是他这一代必须要做的。就像十年前的那次起步一样，他开始打造企业核心竞争力。适时引进了“现金购买”方式，结合“大卖场”式的营销战略，向代理商提出了“风雨同舟、



共同富裕”理念。这一理念一改原先代理商主导的被动地位，将企业与代理商的利益捆绑在了一起，使企业能够有选择地面对客户，而非仅仅被客户选择。

此计划冒着放弃大量旧客户的风险，无疑是将企业推到了市场的血腥考验面前。刚刚提出时遭到不少人的质疑，而张文阳抱着一舟集团要走新型工业化道路的梦想，将计划坚决实施，并一举成功，从而改变了陈旧的经营体系，在根本上重建了一舟品牌的新营销网络，使一舟在通讯线缆（弱电）领域国内销售超2.4亿元，综合布线销售超8000万，稳居全国前三，170多家一级代理商与350多家二级代理商都走上了与一舟共同富裕之路。而企业注册商标“SHIP”也在2004年度被评为浙江省著名商标。

做大做强一舟品牌的梦想轮廓在张文阳运筹帷幄下已经越来越清晰了。应该说，一舟集团赶上了非常好的时机，企业的成功也为张文阳带来了宁波市乡镇企业优秀企业家、宁波市首批“五四青年奖章”获得者、鄞县“十杰青年”、人大代表等诸多荣誉与财富。但对于他而言，财富仅是可以帮助别人、体现社会责任的一种资本。这从他近年捐助500多万于慈善事业中可见一斑。他的脑海中还时时翻腾着现代企业机制的种种模式，心中抱有更大的使命感，那就是“挑战世界卓越品牌，致力振兴民族产业”，他在寻找更新的机遇与更适合一舟的企业之路上孜孜不倦。

