

十年三品 百年一味



杜宗谔



— · 碗 · 米 · 粉 · 成 · 大 · 业 —



广西人民出版社

十年三品百年味

Shinian Sanpin Bainianwei

三品王之歌

$$1 - 0.0001F = 0.9999$$

1. 120个曲位 3.00

利 康 昌

白鹿洞書院

$$(3, 6)(\vec{0}, 7) \in \text{RHS} = \{2, 3, 5\}(\vec{0}, 7) \cup \{1\}(\vec{0}, 7) = \{17, 3, 7, 6, 5, 2\}G = \dots$$
$$0.613 = 3 - \widehat{1517} - 6 - 616 - 6 - 5413 = -75316 - \widehat{6} \cdot \widehat{11652} \widehat{2611} \cdot \widehat{116} \widehat{2815} = -76413 = 3 - 7$$

我來自俄國，思想人生科學，劍術之精，神州，最難足稱聖德，這就我同

$$1126 = 15 \cdot 5 \cdot 3 \cdot 176 \mid 8 = -15 \cdot 32 \cdot 3 \cdot 11 \cdot 2 \cdot 24 \cdot 5 = 15 \cdot 32 \cdot 3 \cdot 11 \cdot 2 \cdot 24 \cdot 5 = 12 \cdot 2 \cdot 2 \cdot 1 \cdot 15 = -12$$

謝 康、柏維智攝 吳 堅 監製 吳曉剛 導演 付白 攝定 趙 振 攝 一編半醉成人生

$$2 \cdot 7 \cdot 7 \cdot 5 \cdot 3 \cdot 4 = - \rightarrow 2 \cdot 7 \cdot 7 \cdot 5 \cdot 3 \cdot 4 = - \rightarrow 6 \cdot 13 = 3 \rightarrow 2 \cdot 2 \cdot 17 \cdot 4 = 16 \cdot 6 \cdot 5 \cdot 4 \cdot 3 = - \rightarrow 3 \cdot 3 \cdot 16 = 6 \cdot 12$$

心 金精或三品王 例：我 三品王人，新王王后风花，我的神 金是

6 53 26 11 16 2 515 - - 5331 8 - 8-106 53 2 41 5-2 57414 - - -1 532 1 55 11-2 345 - 1

以任、思聰、公平、為誠，我們的追求是品質、正信、服務、價值，我們的目標是服務顧客。

$$5.221 \pm 0.002, 3.49 \pm 0.002, 2.313 \pm 0.002, 1.7 \pm 0.002, 1.2 \pm 0.002, 1.013 \pm 0.002, 0.776 \pm 0.002$$

明、清、民國、日治、戰後、當代

$$A = \begin{pmatrix} 1 & 1 & 1 & 1 & 1 \\ 1 & 2 & 3 & 4 & 5 \\ 1 & 3 & 6 & 10 & 15 \\ 1 & 4 & 10 & 20 & 35 \\ 1 & 5 & 15 & 35 & 70 \end{pmatrix} \quad B = \begin{pmatrix} 1 & 1 & 1 & 1 & 1 \\ 1 & 2 & 3 & 4 & 5 \\ 1 & 3 & 6 & 10 & 15 \\ 1 & 4 & 10 & 20 & 35 \\ 1 & 5 & 15 & 35 & 70 \end{pmatrix}$$
[illegible]

(2003.9.6.初稿,7.11定稿,7.22版)

15000 978-7-219-06557-2



定价：25.00元

十年三品百年味

杜宗楷◎著

一·碗·米·粉·成·大·业



广西人民出版社

新平知
PDG

图书在版编目 (CIP) 数据

十年三品百年味 / 杜宗谱著. — 南宁: 广西人民出版社, 2009.7
ISBN 978-7-219-06537-2

I. 十… II. 杜… III. 饮食业—企业管理—经验—南宁市 IV. F719.3

中国版本图书馆CIP数据核字 (2009) 第108142号

责任编辑 严 颖 吴春霞

特约编辑 贾 蕾

出版 广西人民出版社

(邮政编码: 530028 南宁市桂春路6号)

网址 <http://www.gxpph.cn>

发行 全国新华书店

印刷 广西民族印刷厂

开本 787毫米×1092毫米 1/16

印张 11.25

字数 197 千字

版次 2009年7月 第1版

印次 2009年7月 第1次印刷

印数 3000册

书号 ISBN 978-7-219-06537-2 / F·797

定价 25.00元

版权所有 翻印必究





1	2
	3
	4

1. 原广西区党委副书记丁延模勉励杜家雄：“年轻人，好好干，牛肉粉也可以做出大文章。”摄于2002年

2. 汪中求提出的“细节决定成败”，时刻提醒“三晶王”细节管理不容疏忽

3. 2008年5月12日与中国烹饪协会会长苏秋成（左）在迪拜世界烹饪联合大会上合影

4. 与原中国烹饪协会副会长、快餐协会会长阎宇（左）合影





2008年，与快餐同行参加中国烹饪协会快餐委员会组织的赴日本考察



与快餐界的巨头——百盛集团大中华区总裁苏敬斌（右）在上海合影

与《现代快餐经营与管理》一书作者冯俊(左一)在北京留影,冯俊的这本书是“三品王”的启蒙老师



与《成功一定有方法》的作者易发久(后转左三)在上海合影。他关于成功规律的九大理念是“三品王”公司企业文化的重要组成部分



“三修训练法”——修心、修态、修能
的创始人张力夫(中),他的培训课“佛法与管理”、“名字与人生”为“三品王”公司很多人所接受





与国学大师翟鸿桑（左）合影，国学在2008年开始影响“三品王”

1999年7月21日开业当天的全体员工。两个手舞足蹈、表情最丰富、最开心快乐的人留下来和我们一起走过了十个春秋——前一为卢宣强，后左一为梁春秀





2008年11月，与第三届“三鼎王”精英大赛冠军合影

新
平
和

PDG

11 序一

14 序二

第一章 / 三品故事

20 想当年……

24 艰难起步，反弹琵琶

29 “三品王”和“花溪王”是怎么一回事

34 不能忘却的纪念

37 开疆拓土去柳州

40 关于南宁米粉业的思考

42 简单的事情重复做

44 米粉走进新时代

46 危机中的创新

48 《三品王》简报

50 承前启后2006

53 学榜样 讲科学 创和谐

55 冬天已经来临，春天还会远吗

57 十年求索 十年成长

第二章 / 三品王国的天地人

■ 第一节 人

人

- 63 稳定压倒一切
- 65 品质大过天
- 67 食品品质在市场竞争中的地位和作用
- 68 信
- 70 “三品王”的顾客观
- 73 明星与餐厅
- 75 皇帝女儿也愁嫁
- 76 人
- 77 企业的竞争 = 人才的竞争
- 80 “我要”还是“我一定要”
- 82 “三品王”会倒闭吗
- 84 你在为谁工作呢
- 86 企业如人
- 88 潜水教练和职业培训
- 90 奖励和罚教
- 92 《劳动合同法》与安全感
- 94 EQ的价值
- 98 管理如烹饪

第三章 / 读万卷书 行万里路

- 102 我眼中的日本
- 107 走马观花看台湾
- 113 云南之旅
- 116 西藏的天·地·人
- 120 巴黎·巴塞罗纳·里斯本
- 126 现代奢华与远古贫困
- 131 左手拿《论语》，右手拿算盘的日本人
- 135 可口可乐与奥运会的恋爱史
- 139 澳洲行

第四章 / 思考生活

- 146 学而时习之，不亦说乎
- 149 知识就是力量
- 151 读书成就未来
- 153 健康理念来自军营生活
- 156 感悟

附录 /

- 170 一碗米粉成大业 “三品王”人看世界 李致欣
- 173 杜娟：开启贵州牛肉粉的“鲜香之旅” 舒畅

后记 / 178

在南宁市，“三品王”可谓家喻户晓。这家经营牛肉粉的公司，全名叫“南宁三品王饮食有限责任公司”，它的董事长兼总经理叫杜晗，也就是本书作者杜宗锺。杜宗锺是贵州人，系我的母校——贵州大学化学系86届毕业生。他穿过警服，当过教师，1993年辞职下海，曾受聘为某医药公司广西市场部经理。1999年杜宗锺与他人合伙在南宁市开办了一家牛肉粉店。职场上这一转身，竟然促成他开创一番事业，演出了“十年三品百年味”的精彩人生剧，成长为一名颇为出色的民营企业企业家。

“天生我材必有用。”十年前，投资7万元、招聘7名员工，开办一家米粉店，而现在“三品王”成为在南宁、柳州拥有33家连锁店，700余名员工，设施完备，技术规范，管理科学，“品质、品行、品牌”备受社会赞誉的、具有现代气息的饮食公司。《十年三品百年味》这本书告诉你：杜晗及其“三品王”的成功不是偶然的。

杜宗锺生逢其时。我国以市场经济为价值取向的经济体制改革，为在商海中想干事、干正事、会干事的人，尤其是那些来自“草根”阶层的有为之士，提供了机遇，开辟了施展才干的广阔天地。“大力发展第三产业”、“毫不动摇地支持非公经济的发展”、“保护公民合法的私有财产”，这些重大决策和法律，为他们创造了良好的社会环境，夯实

了活动舞台。如果把改革比喻为奔涌的时代浪潮，那杜宗锺及其“三品王”就是浪潮里的一朵晶莹浪花；如果把改革比喻为震撼人心的交响曲，那杜宗锺及其“三品王”就是其中的一个奇妙音符。

杜宗锺及其团队的成功，取决于他们不断地、全面地提升企业素质。作为领军人物的杜宗锺，在实践中自觉提升自身的思想、品德、才智等诸方面修养具有决定意义。本书可贵之处在于，作者回答了“三品王”是如何通过全面提升企业素质来增强市场竞争力，从而创造辉煌业绩的。这当中包括企业理念、营销策略、技术质量标准、管理制度、企业文化等。就企业理念来讲，“三品王”坚持品质至上、顾客至上、员工至上。用杜宗锺的话说，产品品质是“天”，顾客厚爱为“地”，员工是“人”，以人为本，关注员工。“天、地、人”相生相伴，用心做好品质，用心照顾好顾客，用心关注员工，这就是天时、地利、人和，也就是“三品王”兴旺发达之秘诀。本书有一节讲到《劳动合同法》，作者指出：这一法律生效后，不少企业老板犹如大难临头，担心成本提高、雇员难以管理等。而与此相反，作者认为，这一法律使劳动者在生、老、病、死几方面都解除了后顾之忧，从而带来员工的稳定和安心，他们会更用心做事、用心学习、用心服务顾客，这给企业带来巨大效益。作者写道：“如果每一个人、每一家企业、每一级政府，都做到敬法、守法、护法，我们的国家会更富强，人民生活会更和谐，那才是真正的国泰民安！”读到这里，我对杜宗锺又增添几分赞赏。本书第四章为“思考生活”，作者结合做人经商的实践，谈《论语》、谈孝道、谈责任、谈饮食、谈《傅雷家书》……从他的杂谈中，我似乎窥见杜宗锺的心灵：这位企业家在思考《论语》与算盘的内在线索，在探索做人经商之间的密切关系。这让我想起温家宝总理的名言：“企业家的身上应该流着道德的血脉。”

杜宗锺对生活的思考及其实践，给我带来莫大的惊喜和欣慰！作者曾作为中国烹饪协会代表团成员访问日本、菲律宾、法国、西班牙、葡萄牙、阿联

酋、埃及等国，也去过我国的台湾、香港等地区。他以行家的眼光，考察所到地方的饮食文化，了解它们的历史和现状，对它们的特色和经验实行“拿来主义”。另，本书第三章“读万卷书 行万里路”，收集了数篇考察记录，值得一读。

作为贵州人，我对“三品王”牛肉粉当然也颇为称道。然而，应本书作者之恳请，写此短文，决非味觉驱动，而是因为看了杜宗锺的手稿，被我的这位老乡、校友的创业精神所感动，被“三品王”的故事所感动，被时代浪潮里的这朵晶莹浪花、改革交响曲中这个奇妙音符所感动。所以，欣然命笔。

“三品王”从贵州走来，在广西安家落户，正向全国发展，兴许还会走向世界——这是杜宗锺描述的“三品王”的生命里程。我祝福宗锺及其团队能够实现光辉的愿景。

2009年7月8日

■ 序二

preface

■ 汪中求

收到杜宗错先生发来的《十年三品百年味》的书稿，同时欣闻“三品王”将迎来十周年店庆，真是很为这位誉名杜政的哥们高兴。

我和杜总认识不到5年时间，但他从事的“一碗米粉的事业”很快打动了我，我们便很快开始了男人间的“恋爱”。于是，在我写《细节决定成败Ⅱ》的时候，就把杜老弟创造“三品王”的案例写了进去。记得当时他在电话那头问“要不要费用啊”，我不假思索地说“不用”，后面半句并没说：“因为我们共同的理念使我乐写‘三品王’。”

在早期的《营销人的自我营销》书中，我就提出了“简单的招式练到极致就是绝招”的观点。在后来的《精细化管理》一书中再次把“专业化原则”写了进去，自以为丰富了日本专家大前研一的“专业主义”的思想，至少结合中国国情发展了它；前些日子，又结合今年为30多家民营企业做咨询、当顾问的深刻体会，写了同样意义的文章，题目是“复杂蕴涵于简单，迷惑来自于聪明”。

我始终认为，管理学无论如何都属于“小学”，属于“技”的层面，照理说，本不应该让这么多的智者聚精会神于此，更不应该使这么多高智商的人对它常常百思不得其解。我认为，人们对管理和管理学越来越费解，原因在于人的聪明。因为聪明，所以容易产生错觉，常常把自己盲人摸象得出的

结论以权威和经验的方式传递下去，使企业日渐混乱，使下属难以适从；更因为聪明，所以很快就下结论认为自己什么都能做、能做好，结果数年摸索，一事无成，什么都没做出样子来，像很多人说是唱歌其实只会哼哼，“首首歌都熟，句句词皆生”。

世界上没有什么事情是难的，所谓“难”只在于做事的人是不是最合适的、是不是专心致志的。世界上，几乎所有简单的事，只有全力以赴的人才最终使之成为一件漂亮的事，不倾尽全力，再简单的事也变得不容易。作为一家企业，首先必须考虑经营方向的专业化。杜老板开创的“三晶王”就是完全符合这一理念的，它的成功也首先得益于它。

企业经营方向的专业化是一个战略问题，是一个理念问题。几十年来，企业界专业化和多元化的讨论就一直没有停止过，公说公有理，婆说婆有理，不亦乐乎。多元化常常带来企业新的增长点，带来发展的新机会。专业化能集中力量做好事情，向专、精的方向发展，从而提升内在的竞争力。吴敬琏老师曾经提出过中国企业的精细化要靠“三化”来实现，即“归核化、区隔化、国际化”。我们还没有看到吴敬琏老师对“三化”作出的详细解释。“归核化”是什么？我们认为就是企业经营方向的专业化，把核心资源、核心力量归结到集中的行业、少量的产品品类和细分后切出一小块的市场。

在这里，我不想举多少例子，讲太多故事，任何一种观点持有者都可以讲100个支撑自己观点的故事。我的理由有5条：

1. 所有企业的资源都是非常有限的，遑论中国的小型 and 微型的民营企业。集中企业有限的资源（无论人力、物力、财力），才有可能把已经熟悉的业务做到位。
2. 新业务、新市场很精彩，也会很无奈。哪个领域也不是一帮傻子在等着你去虎口夺食。
3. 以企业发展而论，在2厘米的宽度纵深推进2公里，远比2公里的宽度纵深推进2厘米的消耗要小得多，虽然二者乘积完全相等。
4. 不要动辄做全国市场，你吃不下，劳命伤财。中国的市场大得让所有的欧美企业家都流口水，一个省的市场常常大于欧洲一个国家的市场。