

东海舰队“老兵”打开“皇家粮仓”

(上接第十三版)

2005年,随着南新仓商务大厦的完工,南新仓公司对近8000平方米仓库和旧院落进行改造,增强了消防安全设施,提高了消防安全等级,对其中9栋具有600年历史的明清两代皇家粮仓——“南新仓”进行大规模整飭修缮,并对4000多平方米的旧院落和非文物旧仓库进行整体改造,成为了与文物古仓风格一致的仿古建筑群落。戏台已搭好,可要唱哪出呢?

经常出现在电视中的“女子十二乐坊”将传统中国民乐与现代乐曲相结合,这使杨波深受启发:让古粮仓里唱文化戏,会不会是一条出路呢?翻阅大量资料后,他发现南新仓的皇家粮仓拥有厚重的历史文化底蕴,如果能将粮仓文化与现代文化完美结合,将是南新仓取胜的最大“王牌”。这与当时北京市提出的要鼓励、引导旅游、休闲、娱乐业的要求基本吻合。做文化特色街的念头萌生在杨波心中——不能守着金山挨饿,应该最大限度地挖掘文化资源。

“拼”出来的第一桶金

每年,9座古代粮仓就能为公司创造效益2000万元——商家们经营的是文化品牌,而杨波经营的是有文化品牌的商家。

为了更好地找到皇家粮仓文化与现代的最佳结合点,杨波开始深入研究粮仓的历史文化底蕴,并学着借鉴其他文化街区的成功经验。“那时,只要周末没有工作,他便会背上相机,拿着笔记本,去南锣鼓巷,去酒吧街‘取经’。”跟随了杨波10多年的司机老舒回忆说,在筹备前期,杨波经常出现在京城的各个文化街里,遇到好的建筑风格他就停下来拍些照片,有时在和店主或游客攀谈的过程中,杨波会把他们的经验和感受一一记下,回到单位后在与同事们一同讨论。

经过充分的市场调研和反复论证,公司决定借鉴香港兰桂坊、上海新天地“改旧为新”的做法,以古仓的保护性利用为依托,营造独具特色的“南新仓文化休闲街”,使其成为与新建的5A级智能化写字楼完美结合的资产经营点。

“皇家粮仓”是南新仓文化休闲街第一家入住的商户,这家公司的老板最初以销售音像制品为主,是当时红极一时的“吉祥三宝”唱片出品人,“当时那个老板就跟我说,不能老吃这一张唱片啊,得搞点别的产业,想开个餐厅,他就看中我们这粮仓了。”杨波答应了。

可是古建筑文物内不能动火!杨波自有妙计——在距离粮仓一百多米远的地方盖上一间厨房,做好了菜端过去——谷仓外做菜,谷仓内享用,既为商户解决了困难,又保护了古建筑。顾客点什么送什么,送菜的伙计端着托盘,你来我往,一溜小跑,边跑边吆喝“借光了您哪”……也给街上添了一景。

2007年,厅堂版《牡丹亭》被引入“皇家粮仓”——当悠扬的水磨腔在600年粮仓里回荡的时候,吃饭已不仅仅是满足口舌之欲,客人们无不被古往今来的契合所震撼,无不被那种情趣、意境所陶醉,而这就是杨波追求的效果。

皇家粮仓的老板没有想到,《牡丹亭》一炮打响,在短短三年时间演出收入达到1900万元,并且扬名海内外。南新仓公司董事长杨波没有想到,盘活后的古仓群会在短短两三年的时间内产生比现代写字楼还要好的效益。每年,9座古代粮仓就能为公司创造效益2000万元——商家们经营的是文化品牌,而杨波经营的是有文化品牌的商家。

“筛”出来的文化品位

那台曾用于观察工程进度的望远镜依然摆放在杨波的办公室,或许,那是用来极目远眺,看南新仓的未来。

老话说:“挨仓靠库,沾着就富”。尤其是一开始入住的商户,都想凭借这块宝地,来了就能抱个金娃娃,但实际经营却远不如想像。由于当时对进驻商户没有设立更多的条件和考核标准,基本上是只要有钱交租金,就都可以进入南新仓。这就导致起初文化街特色并不显著,而经营项目与南新仓定位的差距也让商家经营步履蹒跚。

生意不好,收入跟不上,很多商户就开始拖欠或不缴纳租金。“在商言商”的杨波曾经天真地认为“欠债还钱天经地义”,但当今债务人比债权人的底气足得多:为了逃避缴纳租金,许多商户串联起来,有的说自己有后台,要给杨波“换换工作”,有的还以武力相要挟。“为了国有资产安全,奉陪到底!”军人的血性让杨波选择拿起法律武器进行维权,短短4年时间,多达10余场的官司,杨波都坚持到了最后胜利。

一边收复失地,一边扎紧篱笆。杨波根据“南新仓”发展战略,对商户的准入标准,商户的主营类型做了明确规定,不符合标准,出再高的价也休想进来。

杨波组织员工进行专业培训,他告诫大家:从事文化休闲产业的管理,自己非但不能“休闲”,反而睡着了都要睁一只眼睛,要像爱护自己生命一样保护历史文物,感恩于这里的一草一木。

良禽择木而栖。昆曲《牡丹亭》、大董烤鸭、天下盐……大批符合条件的商户云集南新仓,借南新仓扬名,为南新仓增色。随着共赢效应的释放,南新仓的招商思路和理念更加完善。

成功的运作经验让公司领导班子更认识到,是文化给南新仓带来活力,而作为出租房,必须把文化这台戏,唱好,唱出特色。

今天,当人们走进现代的南新仓,博物馆、音乐传播中心、影视文化俱乐部、小剧场、文化传媒工作室、会所、中外特色风味餐厅、酒吧、茶苑林



尚润香品

林总——艺术文化、演出文化、美食文化,令人目不暇接。

杨波正在描绘南新仓的发展蓝图:“我们将向中外宾客集中展示皇家仓廩历史文化以及国际化、现代化的南新仓文化休闲街新旧融合、古今结合的特色魅力,进一步扩大南新仓的影响力,打造南新仓品牌。”一要通过组织南新仓国际美食节、国际啤酒文化节等,积极引进国际知名和顶级品牌来街区发展。二要汇集国内优秀品牌,丰富和提升街区品质和经营特

色。三要发展自主品牌,推进南新仓中华老字号与文化创意产业的结合,尤其要面向不断开放的旅游市场,采取创意开发南新仓特色旅游产品、商品,形成特色旅游产品体系等方式,在满足广大中外消费者观赏和购物需求的同时发展壮大企业。

那台曾用于观察工程进度的望远镜依然摆放在杨波的办公室,或许,那是用来极目远眺,看南新仓的未来……南新仓将“走”出国门,被世界认知。

“老兵”档案

1958年生人,北京101中学毕业生,打小生活在北京城,耳濡目染皆是北京风物、历史名迹。

1976年入伍,海军东海舰队航空兵后勤部修理所,从战士干到班长。四年军旅生活打造了他坚韧的性格,百折不回——用员工的话说,“他认准的事情,一定要干成。”复员后进入北京市百货公司,担任批发部保管员,基层磨练十几载。

1999年,出任北京市百货公司总经理,挑起公司重担,认准了“办法总比困难多”的道理,以盘活资产为突破口,三年时间扭亏为盈。带领公司员工大胆创新,寻求历史与时尚的结合点,引入文化创意理念——吃天下珍馐,赏六百年昆曲《牡丹亭》——怪不得有人说,打开的皇家粮仓大门,迎来的是时尚街区——它就是南新仓。

作为公司领军人物,平日工作繁忙,仍不改文人气质,勤于思考,笔耕不辍:公司经营心得,未来规划——一笔下“道”来,出版《商海拾零》、《商海拾贝》、《商海拾金》三本著作。

杭州甲骨文积极安置退伍军人

杭州甲骨文科技公司,有着对军旅深深的感情,公司与时俱进,不忘祖国给予的祥和氛围,每当听到“歌唱祖国”的旋律,他们更清楚自己能有今天是因为无数在军旅服役的子弟们在用青春岁月把守祖国边疆,守卫祖国安宁,因为他们无私的奉献,才有了新一代企业骄傲地向未来歌唱和创造辉煌,以致巨龙的脊梁承载着希望。

军民同在蔚蓝的天空下,企业注入这些昔日军人的血液更是有朝气也将更加的辉煌腾达,由于他们在部队里的锤炼,那种纪律严明、作风优良、素质过硬的部队形象,深深地影响着企业的其他在职员工,同时深深领略到了军队、子弟兵的独特魅力,与之结下了浓浓的军民鱼水情。杭州甲骨文科技公司尊重科技更是珍爱这样的人才,公司成立6年来,先后安置退伍军人二十多人就业。

帝王新品王者风范亮相上海

近日,帝王洁具新品“天子系列”在第16届中国国际厨房、卫浴设施展览会上备受关注,其“天子系列”实现了传统与时尚的完美融合,其简约、大方的展馆设计,时尚、多彩的新品展示,尽显了王者风范。此外,动感时尚的“公爵系列”,简约自然的“欧迪雅系列”等新品也广受好评。据悉,帝王洁具本着“让每一个消费者都爱上好洁具”的企业宗旨,在产品研发方面不断创新,不断超越,以色彩丰富、款型时尚、配套完整的洁具产品,给消费者一种全新的卫浴生活享受,赢得了市场的认可。

万事利的丝绸之路

孙耿/文

丝绸是中国最古老的传统产业,是中国文明史的象征。遗憾的是,近代以来中国丝绸始终处在产业链的下游,价值被严重低估。为了重塑中国丝绸品牌形象,广州万事利集团对如何推动丝绸行业的发展进行了大量的实践与努力,初步实现了企业产业转型升级和可持续发展,走出了一条新丝绸之路。

作为微笑曲线的重要一端,万事利始终认为品牌建设是提高产品附加值的最佳途径。长期以来公司高度重视品牌建设,并通过积极参与世界级盛会进行品牌推广,塑造了万事利丝绸国际化的品牌形象。近10年中,万事利集团参与了四大顶级盛会,2001年,万事利集团生产的丝绸唐装成为上海APEC会议的领袖服;2008年,万事利集团为北京奥运会制作的“青花瓷”系列颁奖礼服重现丝绸华贵典雅之美,惊艳世界;2010年,万事利集团为联合国制作的《2010上海世博会参展国家和地区元首金石印象》丝绸印谱被赠送给195个参展国家和地区领导人,让中国丝绸文化传遍世界;同年,万事利还成为第16届广州亚运会唯一丝绸类产品特许经营商,创造的“志愿彩”成为新时代志愿精神的标志,在亚运会场处处舞动,开创了“彩”文化先河。

万事利集团高度重视科研设计的投入,以创新创造求发展,目前公司80%以上的花型、产品实现了自主设计研发。去年万事利集团被评为省级高新技术企业,同时万事利集团正在积极申报国家级研发中心,公司先后取得了抗菌肽涂层仿真丝绸面料、真丝热转移印花方法等多项国家专利;先后为丝绸行业制定了丝绸围巾、丝绸书等多项行业标准。2011年两会期间,在浙江省与清华大学的省校合作仪式上,公司与清华大学合作成立了“丝绸艺术与应用研究所”。目前,万事利集团正在积极筹备成立“国际丝绸文化与艺术研究中心”,以期进一步促进中国丝绸传统技艺的保护、传承和研发。

传统的丝绸一直作为面料被使用和经营,在对丝绸的属性及历史进行深入研究后,如今万事利把丝绸作为一种新材料来经营,开发丝绸文化产品,充分显示丝绸绿色、环保、奢华的天然属性。基于丝绸的历史和传统技艺,万事利还进军丝绸收藏艺术品领域,研发生产的丝绸面料、丝绸文化产品、丝绸艺术装潢产品、丝绸收藏艺术品四大产品体系,引领了行业发展新趋势。

争做中国丝绸第一品牌,万事利拥军爱民企业在丝绸行业所做的努力和取得的成绩,得到了各级政府及社会的广泛认可,品牌价值被评为丝绸行业第一名。

征稿

为促进中国军旅企业、军旅企业家之间的相互交流与发展,《中国企业报·军旅企业》将提供一个开放式平台,对军旅企业、军旅企业家进行整体形象以及军旅企业文化的包装宣传。现面向全国优秀军旅企业、军旅企业家征集稿件。具体事宜如下:

一、征稿对象

各地军转办,全国优秀军旅企业、军旅企业家及自主择业创业的复转军人。

二、征稿内容

稿件内容可以是军旅企业风采、军旅企业战略规划、军旅企业家的创业经历等,文字及图片均可。

三、征稿说明

1.征稿时间:常年征稿。欢迎网上投稿,也可从邮局寄打印稿。

2.来稿字数不限,请在稿件中注明作者、单位及详细地址、邮编、联系电话、电子信箱等。

3.欢迎各地企业主管部门及军转办推荐优秀军旅企业、军旅企业家投稿。

投稿邮箱:zgjlqy@yeah.net

邮寄地址:北京市海淀区紫竹院南路17号院2号楼515室

《中国企业报·军旅企业》编辑部收

邮政编码:100048

联系电话:010-68701255 传真:010-68701021

资讯

退伍军人成功蜕变销售经理

退伍军人经过部队培养,具备了高尚的道德情操、旺盛的工作干劲,严格的组织纪律性,坚韧不拔的精神。但是退伍军人普遍存在没有特殊技能、缺乏社会经验、读书少、学历低的现实状况。很多退伍军人想找一份适合自己的工作但是总是找不到心满意足的工作。

巩德是一名退伍军人,从部队退役后的他选择了外出务工,他当过保安、当过司机,甚至到工地打过零工,但这种漂泊的务工生活让他苦恼,他希望可以从事自己喜欢的工作,适逢南京科力赛克安全设备有限公司招人,巩德一眼就相中了公司销售代表这个职务,他以为自己出色的表现和良好的精神面貌被这家公司所录用。

高尚的道德情操和旺盛的工作干劲,加上企业对他的技能培训,巩德很快从一名普通的员工成为了一个优秀的销售经理。巩德说过这样一句话:“这次的蜕变并不代表结束,我还要朝更好、更完美的方向蜕变。”

(王旭莲)

信息智能化助推零售业

有数据表明,作为最早引入信息化管理的主流行业,零售行业信息化已经从简单的销售数据管理、库存和供应商管理,转向管理决策信息化。

润百科技(Rinpak)在零售业信息化建设领域深耕数载,依靠客观的数据来源,通过科学的分析结合专业的操作经验,为企业建立商业智能化平台,通过对客户消费行为进行深入挖掘,以Vii管理系统的POS前端销售数据分析消费者的消费习惯,对目标顾客行为习惯的精准研究,协助零售商实现了为消费者提供个性化服务,增加零售商与消费者之间的粘性,不断帮助零售企业实现精细化、系统化管理,提升零售企业的市场竞争力。

(孙耿)

复员老兵创业发力幼儿教育

曾经一名志愿兵在部队多次受到领导嘉奖,个人军事技能过硬。这就是今日北京合力同创实业发展有限公司董事长——王全。

1986年入伍到2001年复转,他始终保持着军人一贯的优良作风做好每一件自己认为值得的事情。刚踏入社会复转就业的困难让他焦头烂额,但是有15年的从军经历让他始终坚信能够闯出一片天。2004年多次失败的他终于发掘到了自己的第一桶金,开办了好来香食品厂。经过多年对幼儿教育市场的考察,2007年成立北京合力同创实业发展有限公司。公司凭着“帮助更多孩子快乐健康的成长”的经营理念 and 长达5年研发出的儿童早教听书馆,让孩子在不伤眼睛的情况下提高认知能力、想象力、语言表达能力。儿童早教听书馆题材涉及经典童话、益智寓言、历史典故、中外神话等多种精悍的故事类型,篇目多达上千种。

(李晓庆)

五千年公司新添两大主题公园

近日,位于江苏太湖县高速公路入口处的中华文化主题公园——五千年文博园和中华主题公园——五千年农博园,相继建成并对外开放,这是继皖江文化园之后更具有文化创意的两大主题公园。

五千年文博园与农博园各占地约600亩,是由安庆市五千年工艺美术馆斥资17.4亿元修建的。其中文博园景区建设一方面是展示中国古典文化;另一方面是将文化艺术产品的加工生产过程转化为旅游资源。农博园则是以生态农业旅游为主题的综合性生态旅游景区,将自然之美与地方文化合二为一。

(刘培培)

(刘培培)

北京戎威远为企业保驾护航

“以青春热血诠释着对保安事业的无比忠诚,以军人本色捍卫着对京城平安的庄严承诺”这是戎威远保安服务(北京)有限公司的企业理念。

作为特殊性服务行业,戎威远保安以忠心来坚守岗位,坚决履行岗位职责,严守岗位纪律,为保障企业和客户的合法权益而竭尽全力;以爱心来对待客户,他们爱公司、爱自己的工作,爱自己服务的客户单位,尊敬客户单位的每一位领导及员工,爱护客户单位的一草一木,发自内心的为客户去着想;以热心来提供服务,主动与客户沟通了解,用问候、微笑和一颗热忱的心来赢得客户领导的满意;以信心去面对挑战,为客户排忧解难,他们认为安全管理无小事,细节决定成败,在给客户提供服务时做到无微不至,把每个细节都做到极致。

忠心、爱心、热心、信心、用心,戎威远人用这种持之以恒的“五心”服务理念,为客户的工作和生活保驾护航。

(李晓庆)

健康北京人全民健康促进行动举行

由中国医药卫生事业发展基金会、北京市委宣传部、首都精神文明建设委员会办公室、北京市长卫生局、北京日报报业集团等共同主办的“健康北京人——全民健康促进十年行动”糖尿病公益活动,在北京地坛公园成功开展。北京瑞京糖尿病医院积极参与此次公益活动,并在现场进行了知识讲座、健康咨询、免费测血糖、发放爱心援助手册、赠送糖友杂志等活动,医务工作者热情耐心的与糖尿病患者零距离交流,受到糖友的广泛好评和认可。

(李晓庆)