

“堂主”是个退役军官

石晓良创办“八面来风堂”，成就名震江南的文化艺术沙龙

刘培培/文

在美丽的江南陶都宜兴，有个民间文化艺术沙龙——八面来风堂，主人叫石晓良。他从戎20余载，2001年退役转业，选择自主创业。2004年创办了今天享誉全国、名震江南的文化艺术沙龙——八面来风堂。他长期从事文人书画研究，喜收藏，广交友。并涉足紫砂，亲自设计、手制作品，追求文化紫砂的独特韵味。关于石晓良，关于八面来风堂，社会各界名流有过诸多评价。八面来风堂何以在江南文化艺术界名声鹊起？石晓良又是怎样的一个人物？

卖掉老房圆梦想

石晓良当过兵，打过仗，立过功。10年前，团级干部转业的石晓良原本可以进入政府部门工作，他却偏偏立志自主创业。“我的家乡宜兴是中国陶都、书画之乡，我又非常喜欢收藏名人书画、奇珍异宝，正是这一机缘的切合，才决定创办八面来风堂文化艺术沙龙。”这是他退役自主择业时的初衷。

为了选择一个创业小天地，石晓良骑摩托在宜兴城里转了三、四十圈，最终选中位于市中心一幢写字大楼的第三层。他当时全部积蓄只有20多万元，而当时买下这个房子，装修好足足要300多万元。他一咬牙卖掉老房，银行按揭185万元，再向亲戚朋友筹措，一举拿下这块“文化阵地”，踏上了文化产业的征程。

十年创业，石晓良以研究中国传统文化精神为主题，进行文化艺术推广、经营，道路越走越宽广。他主持的八面来风堂与全国十多家主流媒体协作，开辟文化艺术专版专栏，共同探讨和弘扬传统文化艺术；他创办了“紫砂书画网”，和上海《侨报》开辟“宜兴陶都紫砂名家巡礼”专栏，和《现代家庭报》开辟“宜兴当代十佳紫砂人风采”专栏，和《都市文化报》开辟“宜兴最具潜力十家文化紫砂人”专栏等等；他编著了《宜兴陶与文人画》系列丛书；举债收购了当代中国文人画，特别是新文人画代表人物朱新建的作品。他先后对朱新建访谈五十多次，由四川美术出版社出版了近30万字的《大丰谈艺》，成为2007年度艺术类畅销书刊之一；他还向全国艺术爱好者赠阅书刊价值逾百万元。

他主持的八面来风堂架起文人书画与紫砂联姻的鹊桥，先后为300多位陶艺家、书画家宣传策划、组织全国性展览、展销活动百余次，接待国内外参观者近二十万人次。这一系列活动，使八面来风堂自身的影响力也愈来愈大，同时受到众多文化名流的广泛关注。清华大学艺术学院的教授、著名陶瓷设计家张守智曾多次到八面来风堂考察，他说：“一个纯粹的民间文化艺术沙龙如此迅速地崭露头角，是一个文化奇迹！”中国篆刻艺术院院长、著名篆刻家韩天衡说：“没想到八面来风堂是一个军转干部开

从一个转业军官，到“民间文化大使”，再到“文化义工”，石晓良正一步步地实现着自己的文化梦想，而这梦想已让无数对传统文化不自信的人们重新找回了自信。



“进百所学校，送万册图书”活动现场

办的，如此规模和气度，堪称‘江南文化艺术沙龙第一家’。”

经过十年创业奋斗，石晓良成了远近闻名的“民间文化大使”。

问道“三教”泰斗

石晓良在本土文化上的辛勤耕耘，为八面来风堂打下了坚实的生存和发展基础。但是文化无边界，他把触角又伸向了新的领域，这就是为本土文化与异地文化架“鹊桥”。

从2008年起，石晓良致力于“壶茶同馨”文化交流，先后十多次走进武夷山。他与福建南平新闻媒体合作开发了“大武夷文化壶”，邀请宜兴紫砂界28位陶艺家以闽北十县市的人文历史、地貌风貌等为题材创作了27把紫砂壶，并由闽北当地著名书画家书画刻绘。“大武夷文化壶”品牌，成为联结宜兴紫砂壶茶具产业与武夷山山水茶旅游产业的红线。当年荣获全国“诸葛亮”策划大奖。从此，他一发不可收，与南平市、武夷山市的党政部门建立了密切联系，连续组织一百余名宜兴陶艺家在武夷山参加了第三届“海峡两岸茶博会”和“武夷山国际山水茶旅游节”等。他还引来武夷山“大红袍”茶叶专家学者和茶企业家来宜兴举行“壶茶同馨”系列文化论坛，成了人们公认的两地民间文化交流的“大使”。

在武夷山，石晓良还完成了一桩

与中国“三教”结缘的心愿，使他对中国传统文化的认识和开掘进入了一个新阶段。在2009年秋天举行的“中国武夷山国际山水茶旅游·体育节”上，石晓良心诚则灵，与中国孔子学会会长汤一介教授、中国佛教协会会长一诚法师、中国道教协会会长任法融道长“三教”泰斗在玉女峰下品茗论茶，探究“和谐文化”的真意。回到家乡陶都，他灵感突发，以儒释道三教文化为基础，设计创作了《三智·合和天下》系列紫砂壶，用宜兴本土文化来传播传统文化。今年3月1日，此文化系列壶首次在福建邵武亮相，就引起了轰动。随后，他南下龙虎山叩仙问道，北上首都北大，与多位国学大师探讨《三智·合和天下》系列紫砂壶结合传统文化精髓的创意与传播。石晓良是在借紫砂艺术来弘扬传统文化，用他自己的话来说，这是“民间文化大使”的义务和责任。

十进武夷山，壶茶同升华，但并没有完全了却石晓良的心愿，因为他还有一个目标：促进宜兴与武夷山缔结文化旅游姊妹城市！

做一名文化“义工”

文化“义工”，是石晓良创造的新名词。当一名文化“义工”是他的人生新追求。

何为文化“义工”？石晓良的解释是：“就像蚂蚁搬家一样，把文化



石晓良作品《三智·儒释道》套壶

从东搬到西，从西搬到东；拾遗补缺，各尽其用。”为一种新的文化传播方式。

这到底是一种什么样的方式？即在学校偌大的演讲厅，上百名年轻的大学生凝神静气，听石晓良激情洋溢讲述着自己的创业经历、文化追求以及对大学毕业生择业的忠告。一课讲完，掌声雷动，学生当场提问，他当即作答。他将讲课费当即捐出，资助贫困学生，并将精心挑选的一百本书籍送给学校图书馆。

校领导亲自将“客座教授”的聘书颁发给他……

这就是文化“义工”，如此的活动，石晓良计划做一百次！他自己的“十二五”规划是：“进百所学校，送万册图书”。

闻说石晓良要当文化“义工”了，许多学校都来邀请他讲课，许多文化名人都将自己出版与收藏的书籍送去给他。江西龙虎山天师府寄来几百本《道德经》；江苏省国画院一级画师吴冠南先生被石晓良的精神感动了，他与夫人一道，选出千余本图书，帮石晓良装上，鼓励道：“你一定会送得比我们更远！”目前他已经到安徽工程大学、江苏科技大学、福建武夷学院、濮阳老年大学、宜兴爱德学校等多所学校当过“义工”。做“义工”很累，很琐碎，没有收入，只有付出，但是他觉得一步一个脚印很踏实，很有成就感。他面带自豪的喜气说：“我自主创业十年，先后用坏三只挎包，每只挎包是65元钱买来的，但三只挎包里送出去的图书价值已经超过30万元了。”

从一个转业军官，到“民间文化大使”，再到“文化义工”，石晓良正一步步地实现着自己的文化梦想，而这梦想已让无数对传统文化不自信的人们重新找回了自信。随着八面来风堂的文化产业品牌日渐凸显，相信他的“文化义工”队伍也将与时俱进，不断壮大。

军地星



红罐王老吉欲为凉茶产业“领军”

晓均/文

日前，“凉茶成功申遗五周年暨凉茶文化与产业发展峰会在京召开”，以红罐王老吉生产企业加多宝集团为首的50余家企业的代表还在峰会上共同签署了《凉茶文化与产业发展公约》。

资深文史考古专家、广州市博物馆终身名誉馆长袁英在会上指出，凉茶产业的发展，可以说是凉茶所蕴含的“天人合一”思想与时俱进的结果。事实上，凉茶在工业时代之后，全球暖化、气候异常等问题凸显；世界各地频繁交流，饮食等生活习惯的区域因素大大减弱，且现代人节奏快、压力大，预防上火已经不仅仅是区域需求，而是全国乃至全世界人民的共同需求。在这一时代背景下，加多宝集团大规模工业化生产红罐王老吉，开启了整个凉茶业在全国乃至全世界的新兴景象。

对于《公约》的签署，业内人士则认为这是继加多宝集团开创现代凉茶产业、凉茶成功申遗之后的又一个里程碑事件，非遗凉茶品牌的“雁阵”已经形成。而能否冲向世界，更多的要看“头雁”的领导作用。事实上，凉茶领军品牌红罐王老吉早已吹响走向世界的号角。2010年9月，红罐王老吉获得了有“食品界奥斯卡”之称的“全球食品工业奖”，秉承中国文化精髓的凉茶获得世界的认同。随后的广州亚运会，红罐王老吉打破了两乐等饮料巨头对国际顶尖赛事的垄断，说明了凉茶在世界范围的崛起。

加多宝集团副总裁阳爱星表示，加多宝将发挥军人风范，使红罐王老吉的领军品牌作用发挥到极致，结合各方合作伙伴的支持，让王老吉这一全国领先的知名品牌，走向世界，成为真正意义上的国际顶级饮料品牌。“同时加多宝将促进凉茶产业的发展，为国家、为民族做更多有建设性、有意义的事情，使中华文化在世界舞台上大放异彩。”

资讯



联军商贸抱团创业

退役军人是等政府安置，还是自力更生、自谋生路？无锡联军商贸有限公司的年轻团队交出了合格答卷。这支由退役官兵及家属组成的七人年轻团队在董事长、复员军官孟智辉的带领下，自筹150万元资金，以自有注册商标和泸州生产基地为依托，以生产销售泸州肯定牌商务用酒为平台，弘扬肯定精神，重新诠释当代退役军人的风采。公司股东季表示：“退役军人创业是退役官兵永恒的主题，抱团创业是新兴的创业模式。许多小有成就的创业官兵又反哺社会，像孟智辉先生就多次资助过数名烈士家属和伤病员。”

(程庆)

砚林神品艺苑奇葩

郑州黄河金沙泥艺术研究所位于郑州黄河风景名胜区，前身是黄河澄泥艺术，系王玲于1986年创办，主要从事金沙泥系列工艺品的研制和开发，由于原料采用黄河中下游沉积千年的泥沙，其中含有大量金光颗粒而被专家学者们命名为“金沙泥艺术”。产品分为三大类：黄河澄泥砚、砖雕、金沙泥茶具。黄河澄泥砚被誉为中国四大名砚之一，与端砚、歙砚、洮砚并称为“三石一陶”，盛于唐，古制法于元末失传，历来被视为国宝。王玲夫妇经过多年潜心发掘研制，终获成功，并获国家发明专利(91111091.7)。如今，郑州黄河金沙泥艺术已蜚声中外，无愧华夏瑰宝，艺林奇葩。

(王新景)

发挥军旅企业在退伍安置中的作用

丁耀/文

随着改革开放的深入和市场经济的发展，退役军人安置面临前所未有的矛盾和困难。以至于有人说，退役军人安置面临着前所未有的矛盾和困难，是各级政府摆脱、安置部门被甩头、接收单位摇头的比计划生育工作还难的“天下第一难事”。而我认为，解铃还须系铃人，发挥军旅企业的关键性作用，才能破解这道难题。

吸纳退伍军人就业

近年来，随着社会主义市场经济体制的建立完善和地方政府机构改革的不深入，政府可以动用的行政性安置资源越来越少，传统的行政性安置面临着前所未有的挑战，无论是政府机构还是事业单位、国有企业，在退伍军人安置上的“机动能力”都越来越小，退伍安置之路越走越窄，几乎进入了死胡同。与此相反，自改革开放以来，许多优秀退伍军人创办的企业却蒸蒸日上。深圳市曾经做过一个统计，该市500强企业中，有近一半的企业领导人曾经当过兵。国内许多行业龙头企业的老总也都是行伍出身，如万科的王石、联想的柳传志、海尔的张瑞敏、华为的任正非、杉杉的郑永刚等。粗略估算一下，全国各地退伍军人成功创办的企业不少

于几百万家。而现在全军每年退伍的士兵和干部，约为60万人左右，除掉政府能够安置的那一部分，实际需要在市场上就业的，也就是50万左右。如果能够把所有的军旅企业发动起来，平均每家企业实际只需要为10名退伍军人提供就业岗位，就能够完全解决这个退伍安置难题，为国家减轻压力。并且，这些军旅企业深受其他军人老总的影响，身上都彰显着浓厚的军旅文化色彩，如严明的纪律、超常的执行力、过硬的团队精神等。退伍军人加入到这些军旅企业，很容易融入企业文化，迅速发挥作用，创造社会价值。

组织退伍军人培训

退伍军人安置难，一方面是由于需要安置的数量多，而政府能够提供的岗位有限；另一重要原因是，退伍军人普遍学历偏低，在部队所学专业与地方不接轨，在市场上的就业竞争力偏低。近年来，各级政府也逐步认识到了这一问题，加大了对退伍军人的培训力度。尤其是在2010年，全国各地全面推开了对退伍士兵实施就业培训的做法，中央政府也拿出大量资金对各地培训予以补助。但这种政府主导的培训行为，普遍存在着培训内容与市场脱节的问题。以至于许多地方政府为落实培训任务，规

定退役士兵不参加培训，不给予其培训补助；而不少退役士兵却只想要培训补助，对培训却不想参加，或敷衍了事。由此形成鲜明对照的是，许多军旅企业自发开展的退伍军人就业培训却如火如荼。如中国君仁爱心工程协会开展的岗位强化培训、广州碧桂园集团所属国良培训学校开设的房地产行业就业培训等，均受到退伍军人的广泛好评与热烈欢迎。如果能够把当前这种政府主导的就业知识培训，转向政府扶持、用人单位尤其是军旅企业牵头的岗位技能培训，做到定向招生、定岗培训、定编就业。这样，政府花出去的钱物有所值，既从繁重的培训工作中解放出来，又缓解了退伍军人安置压力；军旅企业劳有所得，既得到了政府的培训补助，又获得了自己想要的实用型退伍人才；退伍军人学有所获，既学习了新技能，又实现了上岗就业梦想。

引导退伍军人创业

就业岗位永远是稀缺资源，失业问题长期存在也是一道世界性难题。所以单纯从就业的角度来解决退伍军人就业问题，很难从根本上解决这个问题。党的十七大报告指出，要“以创业带动就业”，“完善支持自主创业、自谋职业政策，改善就业观念，使更多劳动者成为创业者。”各级政府

在摸索退伍安置办法时，也在提供各种优惠政策鼓励退役军官自主择业、退役士兵自谋职业。

但从现实情况看，退伍军人真正主动勇敢地选择自主创业的还是少数，大多数都是安置无望情况下的被动选择。毛泽东早就讲过，只有在战争中才能学会战争。创业也是如此。政府提供的优惠政策只能解决一时之需，不能解决创业的可持续发展问题；学校培训只能学到一些书本知识，很难提高创业实战本领；市场的残酷竞争，也让许多退伍军人望而却步。而发挥军旅企业的示范和引领作用，则可以让退伍军人比较顺利地走上创业之路，军旅企业家都是从无数次失败中站起来而走到今天，他们失败的教训和成功的经验都值得退伍军人去汲取；军旅企业家都是将战场拼搏文化与市场竞争文化二者有机融合的优秀结合体，这种成功嫁接和成功样本最值得退伍人去模仿参照。并且，军旅企业普遍具有扩张壮大的需求，而发展血脉相通的退伍战友去加盟、连锁，无疑是一条低风险、高回报的快速扩张之道。河南军匠投资担保有限公司、南京当兵的人酒业发展有限公司等，都在沿着这条道路摸索前进。这些军旅企业的发展需求，恰恰给许多退伍军人提供了平台和机会。

(作者系后勤指挥学院政工系教员)

《中国企业报·军旅企业》周刊
征稿通知

为促进中国军旅企业、军旅企业家之间进行相互交流与促进发展，《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、征稿要求

稿件内容以军旅企业风采、军旅企业战略规划、军旅企业家的创业经历等为主，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的企业投稿。

投稿邮箱：zqjlyq@yeah.net
邮寄地址：北京海淀区紫竹院南路17号
2号楼515室
《中国企业报·军旅企业》周刊编辑部收
邮政编码：100048
联系电话：010-68701255 传真：010-68701021