

万事利： 用丝绸文化打开世界之门

以“创新、提升、发展”为主题的第四届中国国际丝绸论坛,于2011年9月26日在“丝绸之府”杭州召开。来自法国、意大利、日本、韩国、印度等国家和地区的代表参加了此次大会,并共同就世界丝绸经济贸易、科技创新、流行时尚、丝绸文化等发展趋势进行了讨论。

与此同时,被誉为“中国丝绸第一品牌”的万事利,承办了中国国际丝绸论坛的分论坛——“丝绸的未来发展:文化和生活方式”,并推动人民网开设丝绸文化专业频道,促进丝绸文化和传统丝织技艺的传承、保护与发扬。他们邀请了网络、教育、货币、蚕桑等各领域热爱丝绸的领军人物进行了思维碰撞,打响了跨行业整合第一枪。

■ 刘培培

“30年的基础积累,10年的传承创业,5年的转型升级,万事利具备了所有的资源和无可挑剔的优势,一切水到渠成!”对于一家民营企业缘何能够得到政府的支持、行业的推崇以及众多专家领袖的认可,承办国际丝绸论坛的分论坛,万事利集团董事长屠红燕给出了这样的解答。不错,万事利作为重要的丝绸创意企业,作为以丝绸改变生活、打造高品质生活方式的丝绸企业代表,有责任、有能力也有说服力,办好这样一次国际性丝绸论坛。

从产品到文化,从制造到创作——万事利努力挖掘丝绸文化,逐渐摆脱了“丝绸就是服装面料”的单一认识,开始了“从丝绸面料制造到丝绸文化创造”的商业模式创新,并且取得丰硕成果。他们着眼于丝绸的环保属性和艺术品属性,着力打造这一商业模式下的延伸产业——丝绸艺术软装和丝绸艺术品,不仅实现了公司自身业务的全面升级,更为整个行业通过商业模式创新实现价值创造带来了全新的思考。

传统文化下的思索

九十年代中后期,看到诸多名噪一时的同行相继关门停业,看到人们逐渐对娇贵的丝绸服装失去耐心,万事利对于整个行业的发展前景产生了深深的忧虑:丝绸行业何去何从?万事利怎样才能避免重蹈同行的覆辙?万事利要不要变革,如何变革?面对困境,万事利摸索着进行了经营南方家园、杭州第四人民医院、杭州文化商城等多元化的尝试。由于没有可供借鉴的经验,这些多元化努力的成效都不甚满意;而时值集团新老管理层交替,出于对丝绸的那份赤诚的爱,在经历了这些尝试后,屠红燕为代表的万事利新生力量最终选择了对丝绸的坚守。

时值迅速崛起的中国经济给了神秘古老的中国文化一次“东风西渐”的机会,“汉字”、“茶”、“瓷器”、“唐装”、“丝绸”等中国符号引起了西方世界的浓厚兴趣并迅速得到广泛的传播。2000年,万事利模特队随国家文化部出访美国。通过一场“黄河之梦”的大型时装秀,万事利以丝绸元素完美诠释了含蓄庄重的中国文化,让世界看到了中国丝绸服饰的极致之美。随后,万事利有幸参与了2001年于上海召开的亚太经济合作组织(APEC)领导人非正式会议,受命为与会领导人的全套唐装提供丝绸面料,同时还负责设计制作了赠予与会领导人的“丝绸唐装内衣”。

“在APEC这个中国第一次重要的全球化会议上,全世界的人民,通过唐装认识了‘中国’。”屠红燕说,这场美丽的邂逅就像是一场思想解放运动,让万事利看到了融入丝绸元素的中国传统服饰原来是那么受欢迎。万事利开始注意到丝绸本身蕴含的文化元素和承载的文化价值,渐渐打破了“丝绸即面料”的局限性认识。

从“丝绸就是服装面料”到展示



丝绸文化内涵,为此,万事利全方位地开垦中国的丝绸礼品市场,以丝绸文化为导向,统领设计、材料、工艺、包装、营销等各个环节,缔造一个全新的商业模式。

“阿依家住黄桥东,但事蚕桑不务农。”万事利集团诞生在杭州黄桥。作为丝绸之府的杭州,也是江南有名的丝绸生产和交易基地。也正因此,以屠红燕为代表的万事利新生力量所做的丝绸都饱含了对这一传统行业的深厚感情。真是这份深情使得万事利在困境中邂逅了中国文化的热潮,触碰了丝绸文化的内涵;也正是这份深情,促使万事利启动了从“产品制造”到“文化创造”的商业模式创新之举。

做什么,为谁做,怎么做

任何一个商业模式都需要回答“做什么,为谁做,怎么做”等问题,此时,经历了思想解放,早已挣脱旧观念束缚的万事利蓄势待发,对于这个问题的把握已成竹在胸。

万事利对“做什么(样的礼品)”有一套独到而又深刻的理解,他们将礼品区分为四个境界,即:大众化礼品,特点是快捷、同质化,但是较为“盲目”、“钱”味太重;“自我文化”礼品,能够体现送礼者特征,但是过于以自我为中心;“客户文化”礼品,虽然重视客户,但是缺乏彼此之间的沟通;“客户和自我文化”礼品,最适合作为心灵的交流、文化的使者、友谊的见证。

基于这样的认识,万事利自然非

常清楚应当“怎么做”——主打“个性化定制”,核心在于以客户为导向的主动营销,万事利会主动找到客户,尽可能了解并贴近客户的需求,为客户提供整体的礼品解决方案。万事利早已对这种主动营销把握得得心应手。现在,万事利集团下属的礼品公司已经积累了愈万家的优质客户。同时,万事利也一直在实时跟踪这些客户的可能需求,这也是万事利的聪明之处,如万事利在之前与清华大学有过合作的基础上,在2011年顺利赢得了为清华大学百年校庆提供提供丝绸礼品的机会。

在五六年前的杭州,还很少有人能够确切地说出万事利是从事什么行业的;而现如今,万事利已经成为中国丝绸行业最响亮的名字,连续多年跻身中国民营企业500强的行列。就在这短短的五六年时间里,万事利凭借其对新商业模式持续不断地探索,成为了中国为数不多的连续出席三大盛事的明星企业——北京奥运会、上海世博会和广州亚运会。

获得奥运会特许经营商的丝绸企业有四家,但是唯有万事利在努力地为丝绸礼品塑造故事,积极地谋求与奥运会更深层次的合作。万事利为奥运会设计了丝绸奖牌牌带、国礼丝巾,并制作了青花瓷系列和粉彩系列的颁奖礼服。这其中,青花瓷系列的颁奖礼服由老绣娘采用濒临失传的官廷乱针绣法亲手制衣,富含中国韵味、清丽高雅,成功地实现了丝绸文化与青花瓷文化的完美结合,中国大地也随即刮起一股青花瓷热。

正是看到了万事利在北京奥运

会上的惊艳表现,上海世博会和广州亚运会的市场开发部门都主动向万事利发出了成为大会特许经营商的邀请。亚运会结束后,万事利的“彩”产品在市场上表演可谓好评如潮,先有长江商学院的“三亚彩”,再有浙江日报年会的“浙报彩”,后有洛阳花会的“洛彩”,等等。不知不觉中,“彩”正在逐渐成为团队的标识物,代表团队的精神与文化。因为成功创造了“彩”文化,集团执行董事屠红燕女士被评为“十佳全国巾帼建功标兵”、“浙江省十大经济人物”。

跳出丝绸做丝绸

“跳出丝绸做丝绸”一向是万事利人的口号,屠红燕也一向以站得高看得远鞭策自己和企业。她在认识、探索、弘扬丝绸文化的同时,也开始了轰轰烈烈地丝绸文化再创造,并且完成了“十一五”期间商业模式从产品制造到文化创造的优雅转型升级。

产品认识决定商业模式,万事利商业模式创新的探索正是建立在对丝绸历史文化属性精确挖掘的认知基础上,但同时又超越了“丝绸即面料”的简单认知。在丝绸股份公司的创新和运作之下,万事利开始打造丝绸领域两个新的升级产业:丝绸艺术软装和丝绸艺术品。

“万事利希望今后提到丝绸就是高端,提到丝绸就是艺术,这是集团未来的奋斗方向。”屠红燕表示,与礼品和装潢材料相比,丝绸艺术品无疑站在了一个更高的视角,即挖掘丝绸的文化艺术价值。现在礼品公司已单独开辟出一个分支做丝绸艺术品,跟众多文化遗产传承人签约,与艺术学院合作,着手成立中国丝绸艺术研究所,把各地的丝绸文化博物馆整合进来,如若丝绸艺术品收藏品市场得以开发,丝绸藏品的价格能够得到公正的认可,会有更多的人愿意学习丝绸绣法,这些绣法也就不致失传。这样一来,不仅丝绸文化得到了弘扬,一些非物质文化遗产也得到了保护;作为企业的万事利,也能从中获取更高利润。

万事利商业模式的创新,为自身的发展打开了局面,更为丝绸行业内的其他企业树立了良好的标杆。当前,万事利集团的丝绸主业在丝绸股份集团的统筹下,已经形成了清晰的三大板块:OEM板块以丝绸科技和进出口公司为主,主营丝绸面料和其它面料服装的生产,负责国内、国际一线品牌的贴牌业务,并由丝绸科技承担集团内研发和生产的技术支持;B2B板块以丝绸礼品和职业装公司为主,负责客户资源的维护和积累,即承担渠道营销和品牌经营;B2C板块以高端零售店的扩展为主。

2011年是建党90周年,是国家“十二五”规划的开局之年,也是万事利与地方军队开展军民共建活动的里程碑式的一年。历经三十年栉风沐雨,万事利集团由当初一个不起眼的小厂发展成为浙江省规模最大的丝绸企业、国际化的现代企业集团、国家大型一档企业,成为规模宏大实力超群的产业航母集群。

IBM前CEO小托马斯·沃森曾经在1963年写的小册子《企业及其信念》中说:“我相信一家公司成败之间真正的差别,经常可以归因于公司激发了员工多少精力和才能,在帮这些人找到彼此共同的宗旨方面,公司做了什么……公司在经历代代相传期间发生许多变化时,如何维系这种共同的宗旨和方向感……我认为答案在于我们称之为信念的力量以及这些信念对员工的吸引力。”

像军队那样 抓落实

■ 格格

学习军队的落实文化,就要剖析支撑这种文化的三个要素,即信念、纪律与领导力。伟大的组织是信念的物化,纪律是实现、增进信念的手段,领导人是信念与纪律的奉行者与推行者。

信念是落实的方向

信念的力量是巨大的、无穷的,组织有了坚定的信念,组织中的人才能为实现理想进行不屈不挠的奋斗。信念是一种深层的激励,没有任何一种激励可以代替它,它可以让人超越自我的私念,为一个更加伟大、超越个人的事业去奉献;信念还是一种道路,它告诉人们一个组织为什么要存在,为什么要发展;信念更是对组织领导者行为的一种规范,领导者持有什么样的信念,就会带领组织向着某个方向迈进。

军队有了信念就如同有了奋斗的目标和前进的方向。有了信念,士兵知道自己为什么要参军打仗,要流血牺牲;有了信念,士兵知道应该做什么,而哪些事情是不能做的;有了信念,士兵如同看到了美好的明天,而他深深地知道,任何一份成果都是他落实行动的结果。

军队具有强大的落实力,正是信念在起着巨大的作用。中国工农红军坚定共产主义信念,并围绕这一信念形成了战略纲领和战术布局,毅然走过了常人难以想象的二万五千里长征;西点军校树立了“责任、荣誉、国家”的信念,于是在执行任务中,每一个人都以国家荣誉至上,坚决完成任务,不找任何借口。

信念,就像组织这棵大树的树干,支撑着整个组织的发展,指导各项工作的落实。树干一倒,大树则倾;信念一失,组织则危。没有信念的组织,也就失去了落实力,失去了存在的意义。

纪律是落实的保障

信念需要纪律来保证,没有纪律,就没有理想的实现。英国著名文学家莎士比亚在其所著的《特洛伊罗斯与克瑞西达》中说:“纪律是达到一切雄图的阶梯。”这句话很有道理。在完成工作任务的过程中,任何组织成员要想实现最终的目标,把工作真正落实好,就要运用纪律这个阶梯。

纪律是一个团队生存和作战的保障,没有纪律,这个团队就会像一盘散沙,各自为战,不能实现1+1>2,没有凝聚力,落实力更无从谈起。

军队纪律的严明是有目共睹的。士兵是钢铁,纪律就是模具,是在纪律的约束下形成了既定的行为模式,使落实力的形成有了保障。春秋时期就有“孙武斩宠姬以示威”,那时的孙武已经明白,要想使下属富有战斗力,提升他们乃至整个组织的落实能力,关键的因素就是在各项工作的落实中有严明的纪律作为保障。解放军也似乎成了严明纪律的代名词,从“不拿百姓一针一线”到“三大纪律八项注意”,解放军战士养成了遵守纪律的良好作风,这种作风使解放军成为人民的子弟兵,成为使敌人闻风丧胆的战斗强者。委内瑞拉猎人学校的纪律之严也是举世闻名的。瓦斯爆炸代替了起床号,每天高强度的训练是考验学员的必修课,训练若超时便没有资格吃饭,还要接受惩罚,在这常人看来难以接受的纪律之下,产生的将是特种部队的优秀队员,将是一个又一个的钢铁战士。正是在这些纪律的约束下,才有了组织内部的密切协调,才有了每一次战斗任务的顺利执行,才有了卓越战略的完美落实。

领导力是促进落实的动力

企业的信念与纪律大多是领导层确定的,但这些并不只是让下属遵循的,领导更应该身先士卒,起到带头的榜样作用,促进管理理念和工作任务的贯彻落实。

在组织中,如果领导者能够率先示范,以身作则地努力工作,那么这种热情和精神就会影响其下属,让大家都形成一种积极向上的态度,形成热情工作的氛围。可以说,领导者的榜样作用是具有强大的感染力和影响力的,是一种无声的命令、最好的示范,对下属的行动是一种极大的激励。

电影《冲出亚马逊》的场景是委内瑞拉猎人学校的一个缩影。影片中有一个片段,讲的是学员犯了错误,要受惩罚,校长罗斯将军也背起背包进行长距离跑步以示自责。这个场景感动了本有些不服气的犯错者,让他更深刻地领会了纪律的含义,同时,心服口服地接受了惩罚。

领导者一个简单的动作,往往是对落实的最佳诠释,是对规章制度与组织信念最有力的支撑。

信念、纪律、领导力,这三者的完美结合就是以行动为基础的落实文化。这种文化的精髓在于落实,在于圆满地完成任务。最早洞悉这种组织秘诀的是军队。

总之,要提升企业的落实能力,就要将军队的落实文化融入企业的管理过程中,以高度的落实文化引领企业发展。强调落实文化的企业就是信念、纪律和领导力三者的组合体。

军地星

中金基业启动“最天使投资”

中金基业集团一直致力于扶持创新型企业,服务中国经济转型。前不久,为响应国家“十二五”规划,加大对创新型企业及创业人才的扶持力度,中金基业集团召开工作部署会议,启动“最天使投资”计划。据悉,该项目由中金基业集团副总经理高建军领衔负责,北京化工大学前副校长赵关旗担任顾问指导。在例会上,军人出身的董事长常文光再次提出,集团计划出资1000万元,设立创业基金,对有发展前景、成长空间的新型企业,尤其是大学生创业项目,进行风险投资,如符合遴选标准,每个项目可给予50-100万元的创业资金,助力企业快速成长。(冯昭)

厦深铁路东孚右线特大桥梁胜利竣工

近日,由中铁二十四局南昌公司承担的厦深铁路东孚右线特大桥梁顺利竣工。自此,由该公司承建的五座特大桥梁施工任务(林尾1号双线特大桥梁、林尾2号双线特大桥梁、东孚左线特大桥梁、东孚右线特大桥梁)全部顺利完工。东孚右线特大桥梁自开工以来,针对施工现场地质环境复杂、水文特征不稳定、气候条件炎热、沿线交通流量大等干扰因素,南昌公司厦深项目部坚持高标准、严要求,科学制定施工计划,合理安排施工进度,精心组织施工,严格把控施工质量,在全体参建员工的拼搏努力下,优质、高效地完成了施工建设任务,为实现第五次转线和全面完成线下工程打下了坚实的基础。(王姗)

劲牌荣获食品工业科学技术奖一等奖

2011年9月26日,“第五届中国食品工业协会科学技术奖”颁奖大会暨“第八届全国食品工业科技进步工作会议”在武汉玫瑰大酒店成功举行,全国人大财经委主任委员、中国食品工业协会会长石秀涛等领导应邀出席。拥军企业——劲牌的中药保健酒原料提取工艺优化及过程控制技术荣获2009-2010年度“中国食品工业协会科学技术奖”一等奖。据了解,“中国食品工业协会科学技术奖”由中国食品工业协会颁发,是全国食品行业的最高科技奖项,旨在奖励食品行业中在技术创新、科技进步等方面做出突出贡献的组织、单位,推动食品工业技术水平不断提高,促进食品工业持续健康发展。(范志明)

盛宇集团慰问苍南武警中队官兵

盛宇集团董事长支书记廖宝辉日前受董事长曾上教委派,带领相关人员来到苍南武警中队,亲切慰问部队官兵,向他们致以问候与祝福,并送去了慰问品和慰问金,体现了军民鱼水情的真挚情谊,受到部队官兵的热烈欢迎,并观看了部队官兵自编自演的文艺演出。座谈中,廖宝辉向武警中队对盛宇集团工作的大力支持表示感谢,他表示,军企共建是盛宇集团一直坚持的一项精神文明建设重点工作,构建和谐企业离不开部队的支持,希望双方在双拥共建工作中充分发挥各自优势和潜力,进一步巩固和发展和谐军企关系,加强互动与沟通,共同为苍南县社会稳定和经济发展做出贡献。(刘培培)

悠哉旅游网打造品牌网上旅行社

2011年,悠哉旅游网营业收入预计增幅将较去年增长10倍,这样“井喷式”的发展,发生在“旅游业黄金十年”开局年的今天,格外令人关注。根据中国旅游研究院9月14日在京发布的最新研究报告称,2010年我国旅游电子商务市场规模达2000亿元,占整体旅游收入份额的15%。2004年成立的悠哉旅游网,可谓是后起之秀,目前,悠哉旅游网已经实现全国布点11家,线下体验店3家,谈到未来的发展,拥军企业悠哉旅游网的CEO李代山则十分坦率:“悠哉旅游网的目标,要做中国最大的在线旅行社,要还原GIT(团队游)的本色,即跟团游是最省心、最便宜、最安全的出游方式。”(朱兴月)

金色号角 GOLDAY

视频服务一体化解决方案

- 企业宣传片 企业文化片
- 现场拍摄转播 制片服务
- 产品、服务宣传片 广告片
- 会议庆典、大型活动摄像服务
- 展会推广片 业绩总结汇报片
- 影视拍摄设备租赁 剧组服务
- 上市路演宣传片 重大事件纪录片
- 影视剪辑机房服务 配音配乐

电话: 400-600-0905 网址: www.golday.com