

对话

上海开能环保设备股份有限公司董事长瞿建国:

我们在从事一个道德的行业

何秋红 采访

开能环保是全球最具规模的居家水处理核心部件和设备制造商之一。走进位于浦东空港工业区的开能环保总部,有一种静水流深的感觉,一如瞿建国给人的印象。

在中国资本市场,作为1990年上市的“老八股”中华实业的创始人兼董事长,瞿建国早就是赫赫有名的风云人物。2001年,怀着“开创居家环保事业,呵护生命健康之能”的理想,瞿建国重出江湖,率领他的团队在浦东陆家嘴一间办公室里开始了新一轮创业。他在国内率先提出“全屋净水”的理念,研发生产了第一台全屋中央净水机,并在上海高端小区——碧云别墅开创了第一个市场样板。10年后,开能环保以“家庭水处理”第一股成功登陆深圳A股市场。

瞿建国说:“我们在从事一个道德的行业。”10多年来,开能致力于人居环保产品的研发、制造、推广和服务,并保证所有产品均符合健康、节能、环保、舒适的要求,同时承诺对所有制造及出售的产品和部件负有回收和循环利用的义务。

“我的愿景是用改造饮用水来保护生命”

《中国企业家》:您说开能从事的是一个道德行业,在2001年创业之初首先有什么样的愿景?为什么会选择居家水处理这个方向?

瞿建国:当时的想法比较简单,我认为人类进入了一个误区,经济高度发展,但是连基本的健康保障都没有,这说明我们的方向错了。人类为什么而生存?人的终极目标是什么?

2000年,人类已经进入新世纪了,未来10年、20年、100年人类社会需要什么?我们要为此做些什么?进入小康社会当然是无可非议的,但小康的意义体现在哪里?小康社会建成了,是不是我们的空气和水还是被污染?我们在解决了生存问题后,就要解决舒适、健康的问题,同时也要为后代考虑,要治理我们的空气和水。当时我想,空气很难改造,我们总不能出门都背一个氧气瓶吧?食品方面,消费者也是很弱势的,但是对于水,我们可以在自己家里改造它的品质。所以,我的愿景就是通过改造饮用水的品质来保护我们的健康和生命。

我认为产业可以归纳为两类,一类是道德的产业,一类是不道德的产业,而不道德的产业是以破坏环境为代价的。上半生我做了不少事,实际上也犯了不少错,对环境污染也有一定的责任,所以我再创业选择了一个道德产业,首先考虑到今后产业发展方向的可持续问题,把做水处理这个健康的产业作为我下半生的事业。

《中国企业家》:开能环保这10多年发展,最核心的东西是什么?

瞿建国:我认为价值观和文化。我们尝试去研究人们现在和未来的需求,立志用道德的手段去做产业,立志要做好人,做好企业。我很欣慰得到了政府、同行、员工、客户、合作伙伴和股东的大力支持,使我们更加着眼于企业的未来发展,努力打造一个百年品牌。万事开头难,但我们走过来了。

《中国企业家》:主要难在哪里?

瞿建国:目前尚不具备这样一个社会大环境,所以道德产业就很难。但事情也是辩证的。社会环境不理想,普遍存在浮躁的倾向。你稍微做

好一点,有良心一点,人家就会记住你。所以我们强调的首先是理念和文化,通过10年努力打造了开能的文化,营造出我们的商业模式、竞争策略,构建了员工、客户、合作伙伴和竞争对手的关系,这种文化是传统道德文化的一种传承和发扬,已经形成了一定的核心竞争力。

“自己要健康,还要给他人健康”

《中国企业家》:企业文化除了领导人身体力行,还需要员工广泛参与,您在新浪开实名微博,是否也是着眼于传递您的信念和企业文化?

瞿建国:我一直致力于对中国传统道德文化的传承和发扬。我同员工讨论过这件事,他们说您能否用微博写出来。我就从去年9月1日开始写微博,计划是写一年,每天至少一条,写365条,到今年8月31日超额完成任务,写了700多条。这些来自心性的语言大多是每日面壁自省的人生感悟,我的同事还把它编辑成《微言100道》、《成功之道》、《悟道》、《系列水问题100道》、《健康之道》5本小册子。意想不到的,80后、90后年轻人更喜欢我的微博。这一年来使我感成就的,是开能员工对传统文化的认可在不断提升,大家不但领悟接受还能落实在工作和生活之中。最近,我们做了一个心理测试,问员工假如你有十几天的假期,你想到哪里去度假?有一部分员工回答,如果有十几天的时间,就想静静地待在开能园区看看书,思考一下。这说明员工对公司已经有一种心理的归属,就像你问家人是否要出去吃饭,家人回答就在家吃那样自然。

《中国企业家》:您给了我们两张名片,除了开能环保董事长,还担任建国基金会、自然与健康基金会会长,请问这是什么样的机构?

瞿建国:1993年,我就成立了中国首家财团法人性质的民间公益组织建国基金会,以扶贫济困和安老助教为主要目标。2004年,我又设立自然与健康基金会,重点支持人居环保领域的研究和探索。我一直认为做慈善不要等到有钱了再去做,要在自己力所能及的范围内尽可能随时去做。自然环保方向正好是与“美丽中国”相关,我下一步的理想就是准备退休后,再用自己积累的财富回报社会。我希望能留出时间,为社会多做点有价值的事情。

《中国企业家》:是否可以引导企业界一起来做这样的事?

瞿建国:是的,我们要形成一个合力的平台,透过基金会去做一些公益事业。有的人会经营企业,但不会经营个人。倡导健康,自己首先要健康。自己要健康,还要给他人健康。

采访手记

瞿建国说:10年创业,开能推动了国内居家水环保产业的形成;打造一家百年老店,开能还要用几代人的努力。因为从事的是一个道德的事业,我们这些从业者任重道远。

水是生命的本源;水之德接近于“道”。开能环保,是一个有自己哲学的企业,是刚刚向我们打开、有待细细品读的一本书。在绿色的扉页上,我们看到瞿建国题写的四个字:上善若水。

站更高 看更远 听更清

捷尔杰力拓亚洲市场

蔡敏

2012年11月,全球领先的高空作业平台制造商——美国捷尔杰(JLG)有限公司携旗下不同业务领域的12款旗舰产品精彩亮相上海新国际博览中心2012年Bauma China,向中国乃至全球的观众分享了捷尔杰在高空领域的领先技术和卓越产品,充分展现了捷尔杰(JLG)在这一领域的雄厚实力和拓展中国市场的宏伟抱负。美国豪士科集团执行副总裁兼高空作业部总裁法兰克·内尔豪森表示:“目前,公司正着力拓展亚洲市场,而立中国是我们亚洲成功的关键。”

在“站更高,看更远”的核心主题统领下,捷尔杰展位不仅是其在高空作业平台领域最新成就的集体亮相,更是捷尔杰品牌文化与内涵的一次生动诠释。美国捷尔杰的母公司豪士科集团全球首席运营官威胜·卓恩等公司高层亲临现场为捷尔杰全新直臂

式高空作业平台18RS与24RS揭幕。捷尔杰全球市场副总裁布拉德·纳尔逊表示,捷尔杰出色的业绩和竞争优势与公司一直倾听客户心声,永远以客户为中心,围绕客户需求不断进行创新,不断在供应链的各个环节提高效率并提供一种安全性密不可分。

捷尔杰公司属于美国500强企业豪士科(Oshkosh)集团的子公司,其高空作业平台和叉装机在技术和销量稳居世界第一。正是凭借其优势产品和创新技术,即使在目前行业经济情势不明朗的情况下,捷尔杰在全球的业绩依然保持强势增长。

捷尔杰拥有全球化的经销商网络,在中国、美国、比利时、罗马尼亚及法国设有生产基地。2010年10月,拥有1.5万台的高空作业平台生产能力的捷尔杰(天津)设备有限公司正式投入运营,这是捷尔杰在亚洲市场的首个制造基地,为全世界的客户生产捷尔杰剪型、臂型高空作业平台及全套的售后服务。



鸟瞰捷尔杰展台全景

文化助力法国食品进入中国

何秋红

近年来,作为法国文化和生活方式重要组成部分的葡萄酒、奶酪等法国食品正吸引越来越多的中国消费者。

法国食品在中国市场大行其道,文化的力量功不可没,Sopexa即法国食品协会也立下了汗马功劳。自1998年起在进入中国市场以来,Sopexa依靠北京、上海、广州和武汉的四家代表处和一支了解中国市场的双文化背景专业团队,每年举行超过80场推广活动。不久前,Sopexa配合圣埃米利-波美侯-弗龙萨克葡萄酒产区 and 法国国家乳制品行业协会举办了法国红酒和奶酪的一系列宣传推广活动,再次提升了法国食品和文化在中国的

影响力。明年2月26日,Sopexa参与推动的第一届VINISUD Asia即地中海葡萄酒与烈酒国际展亚洲站将在上海举办,届时,会有许多法国南部的葡萄酒登陆中国市场。

法国是中国最大的葡萄酒出口国,法国葡萄酒占中国葡萄酒进口量的一半,2011年对华出口额达到5.39亿欧元。仅据波尔多右岸产区圣埃米利-波美侯-弗龙萨克葡萄酒联合会统计:在该产区2011—2012年度葡萄酒主要出口市场中,中国内地就占13%。波尔多右岸地区共有10个只生产红葡萄酒的法定产区,追求完美是这里的葡萄酒种植者们的目标。圣埃米利永葡萄酒产区被联合国教科文组织作为“文化景观”列入世界遗产目录,是世界上第一个被列为世界遗产的葡

萄种植园。

法国是世界第一奶酪大国,出产1000多种不同的奶酪。2011年法国奶制品对中国出口量达到51284吨,其中奶酪达30000吨。日前Sopexa中国协助法国国家乳制品行业协会组织了以“芝士就是力量”为口号的系列宣传推广活动,包括于上海、北京举行的法国奶酪媒体培训,旨在使中国专业人士和消费者了解奶酪的使用和消费,并相信法国奶酪凭着多样性和优异品质,完全可以适应中国美食和消费模式,并给中国美食带来一丝时髦和现代感,也希望促进法国奶酪在中国这个潜力无穷的市场上获得长足发展。

被誉为“葡萄酒中之王”和“浪漫天使”的香槟是法国人的骄傲。近年

来,法国香槟亚洲市场进口增势强劲。2010年,法国香槟酒销售量总计达到3.195亿瓶,其中出口量达到1.345亿瓶,中国进口量首次突破百万瓶。

上海轩红商贸公司是一家主营各种进口精品葡萄酒的专业公司,也是中国众多的法国香槟代理商之一。他们与法国一家有近百年历史的法国酒庄乐尚香槟合作,共同开拓中国市场。乐尚香槟的口号是:“让时间慢慢来。”在急功近利的当下,乐尚从来不走捷径,完全遵循香槟的传统方式酿酒,所有的酒都被长时间窖藏直到香气酝酿成熟。乐尚经典香槟两到三年,特级白中白则需要四到五年,年份香槟至少需要6年的成年期。乐尚严格控制产量,拒绝以质换量,只向市场提供最好的香槟,以维护乐尚的好口碑。

资讯

骆家辉强调中美经济相互依存度提升

美国驻华大使骆家辉日前在上海美国商会举办的一场由中美企业界人士和政府官员参加的活动上发表演讲时,强调中美经济关系相互依存度日益提升以及奥巴马政府对这一关系的重视。

骆家辉说:“中美经济关系的重要性无论怎么强调都不过分。我们两国之间现在每天的商品和服务贸易量超过10亿美元,而40年前尼克松总统第一次访华时中美间每年的贸易量仅为1亿美元。美国80多万个工作岗位有赖于向中国出口商品和服务的经济活动。中国超过100万个就业岗位是由对美贸易支撑的。”

第八届“中国最佳商业领袖奖”揭晓

由第一财经主办的第八届“中国最佳商业领袖奖”颁奖盛典12月7日于上海举行,包括“年度中国最佳商业领袖奖”、“年度企业公民奖”、“年度创新人物奖”、“年度中国最佳人才管理奖”等在内的各大奖项悉数揭晓。本届“中国最佳商业领袖奖”的评选主题是“领导力·定”,旨在表彰领导力之定力。

“正能量”领导力论坛在浦东举行

由新华都商学院联合上海浦东软件园股份有限公司举办的“正能量”领导力高峰论坛12月7日在浦东软件园举行。前思科中国总裁林正刚、上海宜瓷新材料科技有限公司董事长李力锋等嘉宾与参会者分享了成功管理者的自我修炼秘诀及他们在企业快速发展中的实战经验,探讨了如何保持“正能量”树立正确创业目标、实现更多的企业价值和社会价值等议题。

第一财经《天使爱上谁》节目近日开播

“这里有最好的创业方向,这里将实现你的创业梦想。”一档由第一财经频道倾力打造的大型创业类节目《天使爱上谁》近日开播。节目力图搭建一个能充分展示早期创业项目的舞台,每期邀请三位著名的“金牌天使投资人”作为创业导师,为创业者指点迷津。《天使爱上谁》将聚焦12个最前沿的创业方向,展现最具潜力的创业项目、讨论最具挑战的创业话题,分享最可借鉴的创业经验,全力打造资本、项目、媒体三方互通共赢的交互平台。

企业家齐聚环境峰会关注绿色未来

以“我们的绿色未来”为主题的“环境峰会年度论坛”日前在上海举行。来自政府、企业、NGO的嘉宾就绿色经济的理论与模式、金融、政策、产业、企业责任、大众行为等领域进行探讨,推动建立可持续的产业经济发展机制,畅想绿色与可循环的未来。论坛期间举行的“绿色勋章颁奖典礼”,揭晓了一批始终将绿色环保作为发展战略、核心竞争力并积极履行社会责任的企业和NGO组织。

上海衡山路12号吹起“摩登中国风”

位于上海衡山路12号的“豪华精选”酒店近日开幕,酒店业资深专家David Katemopoulos出任总经理。这是喜达屋酒店及度假村国际集团旗下高端酒店品牌“豪华精选”在中国的第四家酒店,作为豪华精选品牌的最新成员,它将跻身世界各地一系列著名地标式酒店行列。这家洋溢着“摩登中国风”的别墅式度假酒店从所处的“东方香榭丽舍大街”汲取历史与传统灵感,富含浪漫设计元素。整座建筑宛如格调雅致的别墅式世外桃源,为在中国最时尚都市的心脏地带宾客开辟了一方休养生息的空间和远离繁华都市的绿洲,对于那些寻求“大隐于市”的生活方式以及渴望享受心灵静谧的宾客而言无疑是绝佳的选择。

中外海事大学联手培养航运金融人才

瑞典世界海事大学和上海海事大学再次携手合作,将于2013年6月推出“国际航运金融高级研修班”精品培训项目。这一国际合作培训项目有望力求培养一批熟知航运金融业务,有英文沟通能力的国际型航运金融精英人才,进而打造出一支开创中国航运金融新局面的专业队伍。上海国际航运研究中心专家委员会主任马硕说,航运市场周期性波动的性质和近几十年航运供求变化的历史数据使我们确信,当前的危机为下一轮航运繁荣时的“赢家”提供了绝好的准备期。谁是下一轮的赢家,人才是关键。

文化创意成为黄金珠宝升级催化剂

黄金珠宝消费升级的“暖流”已悄然显现:日前举行的“2012上海国际珠宝展览会暨黄金珠宝创意产业博览会”发出积极的信号,100多家中外参展商10000多种具有鲜明文化创意特色的首饰作品,凸显出“消费升级”的巨大空间。文化创意是促使黄金珠宝“消费升级”的催化剂。上海黄金饰品行业协会副会长兼秘书长许文军表示,本次珠宝展会的成功举办,为打造“上海国际黄金珠宝商贸功能区”,建设采购交易、时尚发布、精品展示、品牌消费、设计研发及综合服务“六大功能平台”迈出了实质性的一步。

光华管理学院EMBA上海学区风采秀

2000年,北京大学光华管理学院在上海同步开设EMBA课程,十余年来,上海EMBA学区承续百年燕园优良传统,同时将其深厚人文底蕴融入海派文化之中,结合地域特点,在授课方式和教学内容上加以创新,形成别具一格的教学模式。

承继光华管理学院开放、多维、严谨的教学传统,结合时下社会焦点、经济变动之势,上海EMBA学区以多变的形式举办了主题丰富的各类活动。积极心理学通识课、“企业与纳税”主题沙龙、“中国经济增长的挑战与危机”专题讲座、“博光雅华”上海悦读会、2012校友返校活动……融合人文、历史、经济、艺术、管理以及心理等诸多学科,上海学区活动设置打破专业壁垒,培养卓越人才。