



携手品牌巨头 打造饮品“航母”

——记山西省农业产业化重点龙头企业大同市绿苑集团董事长任富

特殊的经历让他走上了企业家之路。14岁离家,立志创业,寒暑轮回,20多年磨剑……走过传奇的道路,成就了他企业家的梦想。“全国十佳风云人物”、“优秀企业家”等赞誉,正是对他艰辛创业,谱写人生赞歌的真实写照。他就是山西省大同市绿苑集团董事长任富。

——题记

■ 郝志祥

他属于半路出家的企业家。他头上没有令人眩晕的“本科”、“研究生”的学历。然而,他却以坚定的意志、超人的胆略、淳朴而憨厚的情感以及高起点的视野,从零开始,脚踏实地,战胜了一个又一个艰难险阻,打造了与地方农业相融合,与同行巨头联手的饮品“航母”——大同市绿苑饮品有限责任公司。

如今,他成立的绿苑饮品有限公司已发展为中国华北地区大型饮品企业之一。随着绿苑的不断发展壮大以及在当地百姓中的口碑,任富——这个平凡的名字在塞北大地上广为流传。

给我一个支点,我把地球撬起来

“给我一个支点,我把地球撬起来!”这是任富从小“野心”,正是这个“野心”使他成就了现在的事业。

1980年,因为家境贫穷,在家里排行老四的任富不忍心看着年迈的老父亲为了7个孩子操劳,还没有读完初中的他暗暗下决心,要自己创业,靠自己的努力为这个贫穷的家打个翻身仗。于是,他带着母亲给攒下的200元钱,从遥远的内蒙古回到了老家山西大同,那一年,他年仅14岁。

煤矿打工、运输车助手、大车司机……

辗转数十种职业;屋檐下避雨,车库里寄宿,吃尽了苦头,但他还是傲气十足,从没低过头。庆幸的是,经过几年的拼搏,他终于用自己的积蓄买下了一辆属于自己的运输拉煤车,第一次荣耀地开上了自己买的车跑起了运输。然而,好景不长,1990年的一场车祸将他的梦想击碎了。车祸赔偿让他倾家荡产,他不得不选择另谋生路。

正当他走投无路之时,熟知他秉性和能力的一位良师为他指点,使他重新振作起来走上了创办企业之路,实现了人生又一个转折。2005年春天,他在该良师的指点下,怀着雄心壮志,再次筹措资金50万元,购下了一个撤并后乡政府留下的旧址,创办了“久富酒业公司”,真正开始了企业家的梦想。没有经验就到处寻求良方,虚心学习,没有资金就到处筹集,经过几年的打拼,他硬是把一个小小的“久富酒业公司”拓展成了一个注册资金5000万元、固定资产1.57亿元的“大同市绿苑饮品有限责任公司”。从此,“地球”真的被他撬动了。

干上这一行,就得把农民的事办好

2006年秋天,大同市绿苑饮品有限责任公司被省市先后命名为“513”工程省级龙头企业和农业产业化龙头企业。荣誉的光环使公司受到了省市在经济上的扶助,同时也给任富肩上重重地压上了担子。他没有高深的理论研究,但他深深知道,饮料行业离不开农业,况且“龙头”企业的担子就在于为农业、农民带头办事上。因此,任富果断地甩掉就企业办企业的想法,打定主意,重新选准坐标,把当地农业发展和农民的事紧紧与自己融合在一起,致力于农业科



山西省大同市绿苑饮品有限责任公司企业外景

技和农产品开发,决心把自己的企业办成“以科技促企业,企业带基地,基地连农民”的产业链模式。

接下来的日子,任富组织科研组,举办农业科技培训班,成立农调队深入乡村调查资源市场……为了自己的小厂子,更为了这片大地上的农民,他不分昼夜地思索着、努力着,熬瘦了自己的身体,也忘记了自己的家。一个月后,他的妻子见到憔悴的他后心酸地说:“你忘了我们无所谓,你得把自己的身体保护好”。妻子贴心的话语,让任富这条刚强的汉子流下了眼泪。

2007年夏天,一名省里来的记者采访他时,他没有对自己过多的诠释,只有一句话:“只要我有一口气,就要利用我的公司把农民的事办好”。是的,他的诺言已经在实践中证实了。当地盛产杏,任富凭借自己公司这个平台,每年要为当地杏农转化收购上百吨杏。为了保证当地的杏业发展和消除杏农的后顾之忧,2007年秋天,绿苑公司与全县11个产杏乡镇的两万多户杏农分别签订了《杏购销合同》和《杏树基地培养合同》。

当地盛产黄豆、绿豆、小米等小杂粮。为了给农民提供销售渠道,达到加工增值,任富跑部门进银行,东拼西凑,筹集1500多万元进行了二期生产线改造和扩建,将全县近10万户农民的上百吨小杂粮转化成绿苑的主要产品之一“五谷粥”,仅此一项,公司农民双赢近百万元。

几年来,为了把企业做强做大,更好地服务农村和农民,他走遍了全国各地,甚至出国寻经,终于在2010年下半年经过反复磋商与全国饮品行业的巨头——河北省承德市露露集团联手合作,投资3.6亿元,组建了新公司——露露集团(大同)绿苑食品有限公司。这一合作,从厂房、车间等十多个新项目建成投产后,可年生产杏仁系列产品、番茄酱、五谷粥等35万吨,实现销售额40亿元,利税7.6亿元,可为国家交纳税金3亿多元,仅此可收购当地农民的杏产品、小杂粮、蔬菜等近千吨。整个绿苑公司成了当地农民农产品的集散地,不仅做大做强了企业,更为当地做大做强了整个农业。

拼搏方兴,奋斗未艾

自幼雄心勃勃的任富,实现了自己一个又一个的“梦想”。2007年,他被选为市、县人大代表。2006年以来,绿苑公司先后被中国食品工业协会,山西省委、省政府,大同市委、市政府,阳高县委、县政府以及中央、省、市、县相关部门分别授予“全国食品工业优秀龙头企业”、“全国食品工业优秀龙头食品企业”、“创业先进奖”、“两区开发项目建设一等奖”、“推进项目建设先进单位”、“农业战线先进集体”等20多种奖励和表彰。任富本人受到省、市、县和相关部门20多次表彰和奖励。在一个个光环面前,任富没有骄傲。他深深知道,政府和组织上给予的一个个荣誉就是对自己的一个个寄托,同时也是给自己压上了一副副重担。

2010年10月,任富又步入了新的征程。他与露露集团老总们按照当地农业经济发展战略部署了绿苑的计划。为了适应当地农业的发展,绿苑要建设“杏果综合加工产业园”,与露露集团共同投资1.8亿元完成首期工程;建设万吨级杏核储备仓库一座;建设年处理杏核3万吨的杏仁脱壳生产线一条;建设年处理苦杏仁1万吨的杏仁脱苦生产线一条;建设年产15万吨杏仁系列蛋白饮料生产线一条。这一系列工程不知需要多少心血、汗水和精力,不仅要按时完成这些工程,还要为二期投资1.8亿元工程奠定良好的基础。为此,他带领公司的职员,夜以继日,不辞辛苦,为确保2011年春季工程顺利开工,奔波在前期手续办理、规划设计、环境创造之中。

知心朋友看在眼里疼在心上,劝他说:“你有了资本,该歇一歇了”。然而,任富留给朋友的是感激的一笑。

他,要为农业产业化的发展做个真正的带头人。

他,不息奋斗,是为了这片大地的丰收。



公司正在与杏农收购杏

青蛙王子 童话世界走来的商业巨擘

编者按:白雪公主、灰姑娘、大闹天宫、神笔马良……一个个耳熟能详的童话故事,陪伴着我们成长。曾几何时,它们以崭新的面容来到我们身旁,最终走上商业成长的道路!作为一个美丽童话的创造者——青蛙王子,不仅带来了儿童成长的精神食粮,更带来了一个致力于呵护儿童健康成长的商业骄子。

■ 本报记者 张爱正

品牌塑造 关爱成长

《青蛙王子》动画片的推出,为小朋友带来了更多成长的快乐,也让一个始终默默关注儿童健康成长,致力打造儿童护肤品牌的企业变得更加醒目。秉承着呵护儿童健康成长,陪伴儿童快乐生活的青蛙王子集团,用一个童话般的崛起,成为了民族儿童护理品牌的领头羊,也为民族儿童护理品牌的发展带来了质的飞跃。

如今,随着第二部《青蛙王子》动画片的推出,青蛙王子集团也推出了全新的产品,不仅在二三四线城市开始了更全面的产品提升,同时也在一线城市的品牌推进上迈出了坚实的一步,吹响了进军高端市场的号角。

在2011年,青蛙王子产品将强势进入北京、上海、广州、深圳等一线城市,与大润发、家乐福等大型知名卖场、婴童专卖店等零售业态进行合作,推动民族儿童护理产品在一线城市的发展,为中国宝宝的成长献上更深的关爱。同时,以强大的技术支持、产品研发能力作为企业进军一线城市的后盾,利用业已形成的国际市场基础,整合国际行业研发资源,助力国内市场的发展。其研发中心负责人透露,青蛙王子计划在美国设立研发基地,与国外专业研发机构开展紧密的研发合作。国外发达市场婴童护理用品行业已经非常成熟,尤其是美国在世界上更是处于领先地位,青蛙王子的这一举措,将可以保证其产品研发始终能有效地把握国际

最新趋势,领先于国内发展。

探索创新 助力辉煌

迄今,青蛙王子集团专注于儿童护理领域业已十多个年头,从最早的小作坊发展为一家集科研、开发、生产、销售为一体的国内首屈一指的综合性的儿童护肤品企业,青蛙王子经历了不断的探索。1998年,当企业在摸索市场的过程中,确定了以“青蛙王子”为品牌主体,全面进入到儿童护理领域中的路线,成为了青蛙王子集团的重要转折点,这一定位,使得企业发展的速度加快,竞争能力显著提升,为后来的企业腾飞奠定了坚实的基础。同时,避开一线市场的激烈竞争,从二三四线发展成长的策略,也让青蛙王子产品很快得到了众多父母和孩子的认可,这些忠实的消费者让青蛙王子集团对自己的品牌之路更加坚定了信心,也更加全心全意的回报着广大消费者,青蛙王子始终坚持用品质说话,为了祖国的未来,严抓产品质量,2007年,“青蛙王子”这一品牌被评为中国日用化学品及化妆品行业最具开发潜力的十大国内品牌之一,并荣获“中国驰名商标”称号。

随着老百姓生活水平的不断提高,对

于子女健康成长的更加关注,为了让所有儿童的成长生活更加丰富多彩,青蛙王子也在产品上不断地进行创新,研究出更多更符合儿童成长的多样化产品。从“水果香型”的味道,到形成锁水层、保护儿童皮肤的配方,再到安全性材料设计出的不同可爱造型上;从婴儿护肤产品,到婴儿沐浴用品,再到婴儿纸尿裤,青蛙王子集团不断地深入生活,丰富着自身的产品形态和产品线,青蛙王子对婴儿护理领域形成了全面呵护。

2003年,青蛙王子企业领导人果断地扩建工厂,建设“现代化、超前的生产车间”,为青蛙王子的产品升级和规模化发展开始了新的架构,这是经过探索得出的结论,而后来的企业壮大也验证了这一做法的效果,从那一刻起,青蛙王子进入了高速成长期,也逐步走上了辉煌的舞台。

如今,青蛙王子集团准备更上一层楼。据悉,总计计划投资超过4.5亿元,占地近100亩的青蛙王子新工业园第一期工程即将投入生产。青蛙王子负责人表示,新工业园的建设,其设备和工艺水平将和国际接轨,新工业园投产后可彻底解决这两年一直困扰青蛙王子的产能问题,为青蛙王子今后的高速发展奠定雄厚的产能基础。



青蛙王子儿童呵护产品系列

中西融合 引领市场

青蛙王子集团在产品和品牌发展上,一直都以虚心的态度,不断地学习和关注着国际儿童护理品牌,对强生等一线国际品牌的深入了解与剖析,让青蛙王子择其优而避其弊,在自己品牌推进中,更大化地满足消费者需求,为使用者考虑,从而提高产品的实用性和舒适感。

在与国际融合迈向国际化的道路上,青蛙王子一直先人一步。早在2004年,其国际化战略就已初见端倪。为了及时与海外市场对接,公司成立国际贸易部,获得对外贸易经营权,开始为外国品牌代工。通过为外商代工,该公司储备了一定的外贸专业人才,并从参与国际竞争中,提升了企业的综合素质,完善了品牌的运作体系。2008年,国际金融危机来袭,大部分企业遭遇寒流,但就在这一年,青蛙王子集团凭着敢想敢干的拼搏精神,靠着积累的丰富经验,走出国门成功收购了美国老字号Solar公司旗下的两大品牌及3000多个终端,开辟了新的国际品牌之路,在其十余载的发展历程中写下了浓墨重彩的一笔。

海外并购为青蛙王子带来的利益是巨大的,青蛙王子子公司总经理李振辉曾经总结了其中的好处:“一是我们可以学到更加先进的技术,美方拥有庞大的科研机构,技术储备相当丰厚,其高端研发人员成为我们的技术顾问,有利于青蛙王子更好地利用国际先进的技术,促进技术进步,提高生产水平。同时还可以发挥国内劳动力市场,基础加工和部分产品方面的比较优势,更广泛、更深入地参与国际产业合作和产业链中去,为青蛙王子创造新的发展机遇。二是美方庞大的销售网络,为企业进一步与国际接轨提供了极大的便利,我们计划借助美方在市场营销等领域的经验,进一步发展青蛙王子品牌。三是将各种现代经营理念引入公司,有利于我们在更大范围内学习、吸收国际先进的管理经验和经营方式,转变观念,加快发展的步伐,加强管理、规范运作。”

通过海外并购,为青蛙王子充分发挥其现有渠道潜力,实现品牌的专业化和多元化

的发展战略,提供了更广阔的选择空间。“青蛙王子”开始借助国际舞台,通过整合国际行业资源,大力助推国内市场的品牌发展。

品牌文化 公益先行

早在2005年,青蛙王子集团投资制作原创动画片《青蛙王子》的时候,很多人就意识到,青蛙王子集团并不仅仅是以产品为最终目标,更是以关注儿童成长,打造快乐童年为己任,因而有了之后4年里动画片《青蛙王子》在央视少儿频道黄金档及100多家地方电视台的循环播放;青蛙王子不仅塑造着自己的品牌高度,也为国产动漫文化的发展贡献了很大的力量。消费者对青蛙王子的产品亲近感因动画片《青蛙王子》而与日俱增,那正面、积极的动漫形象更是深得少年儿童的喜爱,相信随之而来的第二部《青蛙王子》将会带给孩子们更多的欢笑和启迪,见证了《喜洋洋与灰太狼》的成功之后,我们有理由相信,《青蛙王子》将会继续带给少年儿童一个快乐的成长经历。青蛙王子的品牌也将带给少年儿童一个健康、向上的童年。

与此同时,本着回报社会的信念,青蛙王子集团还策划成立了一支专业型“青蛙王子艺术团”,参与到社会各项公益活动。作为在本土成长起来的民营企业家,李振辉热心公益事业,把奉献社会作为企业履行社会责任的重要部分。公司先后组织了海啸捐赠、爱心助学、世界无偿献血日赞助等公益性活动。2007年与漳州职业技术学院携手创建“精细化工”专业,并提供到公司就业的发展机会。2008年,汶川地震发生后,公司将爱心进行接力,捐资50万元抢修一所希望小学,使汶川灾区儿童能在明亮的教室里继续学习。

有社会责任感的企业才能走的更远,青蛙王子在前进的道路上,为自己的品牌不断增添着更多的光彩,眼光投向更远的未来。越来越多的人感受着青蛙王子所带来的更细致呵护,感受着青蛙王子对家庭、对少年儿童的关爱,同时也会有越来越多的人加入青蛙王子的品牌,携手青蛙王子成就更美好的将来。