

财富



我认定的一个理念是：每个行业的龙头企业都应该有品牌意识，没有品牌意识的企业不可能做行业风向标，更不可能成为所在行业的常青树。在我眼里只有两种人，一种是喝牛奶的人，一种是不喝牛奶的人。我要把这两种人变成一种人，喝牛奶的人。
伊利集团董事长 潘刚

星报·商学院 之管理寓言

混乱的战略 模糊的目标 海马故事中的 “商业浪漫主义”

小海马有一天做了一个梦，梦见自己拥有了七座金山。从美梦中醒来，小海马觉得这个梦是一个神秘的启示：它现在全部的财富是七个金币，但总有一天，这七个金币会变成七座金山。

它在大海里艰难地游动，心里一直在想：也许那七座金山会突然出现在眼前。然而金山并没有出现。出现在眼前的是一条鳗鱼。鳗鱼问：“海马兄弟，看你匆匆忙忙的，你干什么去？”海马骄傲地说：“我去寻找属于我自己的七座金山。只是……我游得太慢了。”“那你真是太幸运了。对于如何提高你的速度，我恰好有一个完整的解决方案。”鳗鱼说，只要你给我四个金币，我就给你一个鳍，有了这个鳍，你游起来就会快得多。海马戴上了用四个金币换来的鳍，发现自己游动的速度果然提高了一倍。海马心里想着，也许金山马上就出现在眼前了。然而金山还是没有出现，出现在海马眼前的，是一条大鲨鱼。大鲨鱼对它说：“你太幸运了。对于如何提高你的速度，我恰好有一套彻底的解决方案。我本身就是一条在大海里飞快行驶的大船，你要搭乘我这艘大船，你就会节省大量的时间。”大鲨鱼说完，就张开了大嘴。“那太好了。谢谢你，鲨鱼先生！”小海马一边说一边钻进了鲨鱼的口里，向鲨鱼的肚子深处欢快地游去……

【点评】：正像我们在海马故事中看到的，为快而快的发展模式最终可能使企业被“速度之魔”耗尽资源并且欢快地走向灭亡。混乱的战略、模糊的目标，极可能使企业陷入一种可怕的“商业浪漫主义”之中。作为商业浪漫主义的典型形态，漫游式经营暗中注定“通向盈利之路其实是通向毁灭之路”。一个人如果没有明确的目标，没有“正业”，他就会滋生出很多零碎的爱好和荒诞无稽的“浪漫情怀”。对于一个企业来说同样如此。（来源：中国管理传播网）

实习生 李金诚 记者 邹传科 整理

面对上百人的核心客户，他—— 把二战“坦克”搬到合肥



有这样一群人，他们成年后对玩具模型一如既往地热爱着，更有甚者，把出售玩具模型当成职业。“在合肥，玩具模型的核心稳定客户只有上百人。”业内人士表示。即使是这样一个小的群体，“有心者”也已经关注到，并努力将核心向边缘扩展。

实习生 胡龙生 记者 沈娟娟 文倪路 图



罗勇在自己经营的玩具模型店里

小市场里“暗藏”着大兴趣

“首先，我自己就是模型的爱好者，特别是军事题材的模型。”动力村模型的罗勇表示，自己“恋上”模型已经有近二十年，即使长大后，也没有断过对模型的喜爱。用他的话说，这就是兴趣，没有任何理由。

在2009年之前，罗勇一直从事着营销方面的工作，一个玩具模型展览会燃起了他的开店欲望。“虽然我很清楚合肥市场不

大，但我还是充满信心。”

经过一段时间的市场调研，罗勇发现，在合肥，玩具模型的核心客户只有上百人。“这么小的市场，还能继续做下去吗？”罗勇没有放弃，而是坚信这个市场会逐渐大起来，喜欢模型的人也会越来越多。“现在终于开成自己的玩具模型店了，梦想是实现了，成功倒是还远着。”罗勇谦虚地说。

进店的主要以男顾客居多

一开始，罗勇的玩具模型店开在城隍庙大世界5楼，由于楼层高，人气不是很旺，“还不如租临街的店面，人气才能带动起来。”随后，罗勇将店搬到了庐江路，和别人合伙开了个店，一半“动漫”，一半“模型”。

开店一年多后，罗勇发现模型除了线路高端、人群小众外，对购买者还有一些门槛。“比如要有一定的经济基础，要对历

史、军事知识了解一部分。”罗勇的玩具模型大部分都是历史题材的，所以他接待的多是男顾客。

“刚开张时，很少人知道，都是熟人介绍的。”为了增加人气，罗勇又开起了网店，“网上网下同步销售。”并且建立了玩具模型QQ群，和同样有着玩具模型爱好的人一起分享着快乐，也慢慢走出了最初的困境。

做好模型“一条线”的生意

在罗勇的模型店里，经营着国内外各大品牌军事科幻民用玩具，包括制作模型的工具、辅料、胶水等一系列套件。“像这件仿造T-34二战苏联陆上坦克，还原度很高。”他指着一件坦克模型向记者介绍。

罗勇告诉记者，每一件模型都有自己的故事，通过包装盒里的历史说明等，增长

玩家对历史的知识，“模型都是需要自己组装的，动手能力能够得到很好的锻炼，现在的家长更愿意多锻炼孩子的动手能力。”

“虽然模型店已经开起来了，但可发展的空间还很大。”罗勇从只有上百人的市场中似乎看到了未来的广阔，只要把模型的品项、配套做好，一定会有更好的前景。

【专家点拨】 做创意经济的模型“产业”

——安徽省社会科学院研究员 王开玉

玩具模型是开发智力的工具，市场前景非常广阔。但是，要注意拓宽模型领域，加入导弹、飞机等模型，与时俱进，在题材、创意、手段等方面追求多元化。

创意经济的时代已经来临了，玩具模型的产业值得挖掘，要尽力把一个店做成创意经济的玩具模型“产业”。



坦克模型

互动·平台

创意经济，无处不在。您是否有着独具特色的创意点子，您可曾听说别具一格的创业秘笈，或者当您看到某一个创富故事时怦然心动，只要与创意相连，只要与智富有关，“创意360度”将全方位关注。欢迎拨打创意热线：0551-5223791，您还可以登录“星空社区”论坛与我们在线讨论，或发送电子邮件至 zchk2003@163.com。分享创意经济，迎接创富明天！

安徽鑫诚集团招聘

公司副总经理 2名
研究生以上学历，年龄35—45岁，男女不限，年薪20—30万；

公司项目总经理 3名
研究生以上学历，年龄35—45岁，男女不限，年薪20—30万；**公司部门经理 3名**
大学本科以上学历，年龄30—45岁，男女不限，年薪12—15万；

公司部门副经理 3名
大学本科以上学历，年龄30—40岁，男女不限，年薪7—12万；

投资部(金融业) 6名
本科以上学历，年龄25—40岁，年薪5—7万；

工程部 土建工程师 6名
本科以上学历，年龄25—45岁，男女不限，年薪5—7万；

预算审计 6名
本科以上学历，年龄25—45岁，男女不限，年薪5—7万，从事本专业工作5年以上并有全国资质资格证书；

文秘 3名
本科(一本)以上学历，年龄20—30岁，年薪5万，要求女性，身高在165以上，有较强的写作、协调沟通能力，形象气质较好

联系电话：0554—2681966

安徽鑫诚集团

吹响电动车下乡号角 惠及江淮千万百姓 ——2010赢在终端·大陆行电动车下乡财富峰会胜利召开

8月9日，作为安徽省首批下乡的电动车品牌之一的大陆行电动车在省城合肥金环大酒店隆重召开“2010赢在终端——大陆行电动车下乡财富峰会”。来自全省的近200名经销商代表们汇聚一堂参加了本次会议。

会上，大陆行公司常务副总王新平先生介绍了大陆行的发展历史、生产经营相关情况，并简述了大陆行电动车在下乡后的研发、配套采购、生产管理、质量管理、营销策划、产品配送、售后服务等各个经营环节的相关措施；同时详细介绍了大陆行电动车下乡车型的特点及功能卖点等。会上，大陆行公司拿出了前所未有的优惠政策，吸引了广大参会代表热情加

盟。部分老经销商代表们也踊跃发言，用自己的亲身感受，告诉新加盟商，大陆行对加盟商们的一系列扶持政策。会议现场，肥东的加盟商王先生拿出早已准备好的20万元现金，现场预订了100多辆大陆行电动车。这极大增强广大新加盟商的信心，他们深受鼓舞。20多位经销商代表纷纷表示签约意向，其中5家经销商表示回去就调整店面，筹备开业。

此次会议的胜利召开，不仅极大地鼓舞了经销商们的信心，也大大加强了大陆行下乡的信心。这次会议吹响了大陆行进军全省三、四级市场的号角，大陆行非常有信心将大陆行电动车优质的产品和服务带入千家万户。作为一个负责

任的品牌企业，大陆行将给广大的消费者提供优质的产品和服务。

为了贯彻落实技术、质量、服务“三下乡”策略，大陆行公司成立了以董事长陆体才为组长的家电下乡小组，根据农村特殊的地理条件和生活环境，推出了“无微不至”的贴心产品及五星级服务，为安徽老百姓打造出真正属于安徽人的电动车。

同时，作为安徽省的就业先进企业，大陆行将在电动车下乡以后，开展千乡万镇星火创业计划，帮助创业者实现创业的梦想。同时，也为广大的农村及乡镇解决就业问题。

大陆行电动车将继续秉承“诚信天下 服务万家”的经营理念，为安徽老百姓服务，把国家惠民政策落到实处。

吴勇刚