

2012年7月13日 星期五

主编 莫文华  
统筹 王涛 编辑 沈艳  
组版 邱莉娜 校对 仕明

# 他,让你喝上“干净”的水

## 星报记者对话荣事达水工业设备有限公司董事长雷鸣

7月,骄阳四射。沿着纵横交错的柏油马路一路疾驰,不一会儿,坐落在双凤开发区的荣事达第六工业园逐渐出现在眼前。这里是当年叱咤风云的“荣事达”品牌多元产业的“大本营”,一排排整齐的厂区大楼,井然有序。

其中的一朵“奇葩”,就是荣事达水工业设备有限公司。它的掌舵者,则是出生于1977年、首届“合肥青年五四奖章”获得者——雷鸣。

吴晨  
星级记者 宛月琴/文



### 朝阳产业蕴千亿市场“蛋糕”

在荣事达水业的产品展示区,各种各样的净水设备映入眼帘。“有了他们,无论是家庭还是企业、机关、学校,就可以轻松喝到直饮水”。

荣事达水工业公司从2005年在合肥成立开始,经过几年的发展,已经有近千个荣事达净水机网点,销售量也属前列,就安徽这个大本营,荣事达是首屈一指的,占有绝对的市场份额。

而之所以叫“水工业”,雷鸣表示,他们做的不是某种单

一产品类型,不只是净水机,也不只是健康饮品,还有涉足污水处理、中水回收等其他水处理领域。

对自己从事的行业,雷鸣似乎信心百倍。他告诉记者,目前,在北京、上海这样的一线城市,光是净水机的普及率,就已达到20%。而安徽等中西部地区的市场占有率还不到1%。他相信,不远的将来,净水机一定会成为千家万户必需的家用设备,那么,这个朝阳产业的市场“蛋糕”至少是数以千亿计的。

### 核心技术是企业制胜“法宝”

“每个企业都必须要有自己的核心技术,这样才能形成自身的独特优势和拳头产品”,雷鸣介绍,公司一直致力于反渗透净水机技术的研发,同时与中科大、合肥物质研究所等科研院所长期开展学术交流,共同打造科研实力。

他特别提到,现在的净水设备大多采用的是国际领先的反渗透技术。这种反渗透净水机是一种采用集微滤、吸附、超滤、反渗透、紫外杀菌等技术于一体,将自来水直接转化为纯

净水的装置。这项技术区别于以往净水器简单过滤的制造原理,基本上能解决自来水中化学物质、致癌物质、重金属离子的污染问题,去除率在97%以上。

“此外,竞争优势还来源于完善的服务体系。我们有‘红地毯服务’的传统,不管是对代理商、经销商,还是对消费者,我们都有完备的服务系统、严格的服务标准、详尽的服务内容。在产品越来越同质化的时代,服务无疑是竞争中关键的一环。”雷鸣补充道。

### 【对话】

#### 青年企业家的“水密码”

记者:您作为如此年轻的企业家,在管理企业的过程中,有什么独到的秘诀?

雷鸣:谈到企业管理,我觉得最先考虑的一点就是要把握对方向和战略。作为企业,发展方向如果错了的话,再有本事再有资源也不行。所以,要选择比较有前景的朝阳行业。

此外,要把握好阶段性和节奏感。企业像人一样,有婴儿期、成长期、高峰期,甚至是低谷期,在创业阶段解决生存

问题,然后解决发展问题,到最后回馈社会,每个阶段要做好这个阶段该干的事。还要密切关注社会经济发展形势的脉搏,宏观上控制企业发展的节奏。

最后,“安全”二字最重要。这包括资金链的安全、生产的安全,同时也包括带头人对员工负责、对企业负责的表现。只有这些因素具备了,才能保证企业健康发展,不出问题。

### 【档案】

雷鸣,河南人,1977年生,研究生学历,合肥荣事达水

工业设备有限责任公司董事长。

### 【语录】

“企业管理就是根据自身的情况,不断探索学习,积累经验的过程,有天生的将才,没有天生的帅才。”

“成功没有秘诀,就是简单的事情重复做,厚积薄发。”

“绝大部分企业失败的原因都是因为自身犯错误,而不是被竞争对手打败的,只要少犯错误,最后都会成功。”

“企业最大的竞争对手,不是别人,其实就是自己。”

### 25岁年轻小伙成水业“黑马”

意想不到的年轻,却又不失沉稳,雷鸣给人的第一感觉就是这样。

这位自称“出道比较早”的企业家,语气里透着河南人特有的朴实和耿直。25岁那年,他就成为50多号员工的“主心骨”。

正是印证了那句老话:“成功没有偶然”。毕业于河南大学美术专业的雷鸣,与“挥毫

泼墨”擦肩而过,上大学时,却开始在营销圈里风生水起,成就斐然,入行第一个月就拿到高达9000元的销售提成,从此一发不可收拾。毕业以后,他从业务员开始做起,到分公司经理,再到销售部总经理,一路以“业绩第一”的成绩领跑,销量一度占到总公司销量的80%。

渐渐地,雷鸣在水设备销售

领域声名鹊起,成为行业内的一匹“黑马”。直到2005年,国内家电业巨头荣事达向雷鸣抛出“橄榄枝”,于是,28岁的他转战合肥,在这片土地上开始自己事业的新征程。

如今,他掌舵的荣事达水业产值过亿元,成为安徽净水机行业的“带头大哥”。而他也在合肥结婚、生子,无论事业和家庭都在这里“开花结果”。

### 国人一直不懂如何“喝水”

民以食为天,食以水为先。“饮用水的问题关乎民生,是小事。我们生产的产品能让消费者喝上安全洁净的饮用水,正是社会责任的成就感之所在。”每当谈起老本行,雷鸣总是显得神采飞扬。

国人一直不懂得“喝水”,一次经历让雷鸣印象深刻。去年,他家宝宝刚出生,在医院伺候妻子坐月子时,他发现一个奇怪的现象:很多年轻的父

母,买给孩子的都是价格昂贵的洋奶粉,动辄一罐几百上千元,但冲奶粉用的水却是普通的自来水烧的开水,其实这是一种误区。

很多人对饮水的认知还停留在“烧开就安全”的层面上。前不久不就有媒体披露“自来水的真相”,说中国城市自来水水质合格率仅为50%,而且水质监测单位基本依附自来水厂,自检自测可信度不高。同

时,由于中国水环境生态恶化,化学污染和重金属污染成为水质安全的最大危害,而目前对这方面的监测能力和频次不够。此外,水源地污染和供水管网二次污染,也给自来水安全带来很大隐患。

“这种污染靠高温是无法处理的,所以只有靠终端的水净化,才能保证饮用水的安全健康”,所以雷鸣认准了这个能让人喝上干净水的行业。