

□ 记者 丁林

如今,他是黄茶“抱儿钟秀”的掌门人。在此之前,他在事业单位待过,也曾经是一家传媒公司负责人。

他给人的第一印象是:儒雅。这份儒雅不仅体现在衣着与谈吐上,门店的装饰布局亦然。

从脱离事业单位,到创办传媒公司,再到涉足茶业,文亮的创业点滴值得分享。“创业时过多考虑后路是不自信”、“不热爱自己的行业,就别干了”……这些都是文亮对于创业的感悟。

“抱儿钟秀”文亮谈创业: 让不可能成为可能

A. 从宾馆总经理到茶企“掌门人”

1996年,刚刚走出校门的文亮,被分配至霍山县政府下属事业单位工作。一干就是10年。2006年,文亮毅然辞去了霍山县南岳山庄宾馆总经理的职务,开始了人生第一次创业。这一年,文亮30岁。

现在看来,对于当初放弃宾馆负责人的位置,文亮说,作为农村长大的孩子,经历了第一份10年的工作,自己有所积累和收获,然而,突破也将伴随而来。

“在政府接待型宾馆待了10年,感觉自己应该去寻找更加热爱的职业。”就这样,在离开宾馆负责人的岗位后,文亮在霍山创办了一家传媒公司,并出任总经理。后来,在2008年,文亮又在合肥成立了另外一家传媒公司。

“在宾馆期间,以及后来创办传媒公司,都结识了不少企业家朋友。”文亮说,与实体企业家接触多了,自己心中积淀的多年的实体企业梦,随之也被点燃。然而,面临茶叶、石斛以及保健酒这样一个三选一的机会时,文亮还是选择了前者。

“家乡霍山盛产茶叶,同时为全国有名的三大黄茶产地之一。”带着这样的先天条件,“抱儿钟秀”品牌诞生了。

2010年,文亮拿出全部积累,进行第二次创业,创办“霍山抱儿钟秀茶业有限公司”,着手打造霍山黄芽顶级品牌。“抱儿钟秀”是霍山历史上有记载的最古老的茶叶品牌,它和当年茅台一样,在巴拿马万国博览会上获得金奖,文亮决定启用“抱儿钟秀”这一品牌来完成霍山黄芽顶级品牌打造,重振霍山黄芽贡茶雄风。

如今,“抱儿钟秀”已经成为中国茶叶百强企业、国家高新技术企业、安徽省农业产业化龙头企业、安徽省民营科技企业,但是,即将“不惑”之年的文亮说,把“抱儿钟秀”打造成“中国黄茶珍稀品牌”是他的下一个目标。

B. “过多考虑后路是不自信”

其实,在创办“抱儿钟秀”之初,文亮说,面临的困难是当时没有预料到的。从传媒业进入农业,有很多专业知识无法领会。除此之外,在涉及土地流转等问题时,起初也并不十分顺利。

好在,文亮的坚定迎来了今天的发展。

“其实,在创业之初,坚定信念比什么都重要。”文亮认为,坚定自己的一个方向,既然想好了,偏离的话就有问题了,“实际上选择了一个方向,就应该义无反顾地去做,如果说做什么事把后路都考虑好的话,反而迈不开脚步,过多考虑后路是自己没有信心”。

文亮的信心带来了“抱儿钟秀”的快速进步。

C. “企业发展不能太快,也不能太慢”

“让不可能成为可能”是文亮微信上的个性签名。文亮对这句话有三层理解:要让过去小而散的茶叶加工作坊变成高端大企业,为其一;改变以往产量小,增加黄茶产量,得以大量生产,为其二;其三,让创业道路上的一切不可能变成可能。

过去的五年,对于“抱儿钟秀”品牌的发展,文亮还是比较欣喜的。如今,包括省会合肥在内的省内多地,“抱儿钟秀”那古朴优雅的门店,总能吸引一大批顾客驻足。而对于下一个五年,文亮已经有了自己的规划。

“未来五年,首先把产业链这块的基础打得更牢靠一些。”文亮说,这个链条得先从茶园开始,包括完善可追溯体系;其次,要强化粗制的加工、精致的加工,以及将市场的布点等从整个面上与销售结合起来。从区位优势上,“抱儿钟秀”致力于走出安徽延伸至省外城市。不断利用科技创新手

2010年,文亮牵头成立了双金有机茶农民专业合作社,组织了330名茶农,使当地2200亩茶园实现了统一培训、统一管理、统一采摘、统一加工销售,2010年年底,占地10亩的黄芽自动化标准化加工厂终于建成;2011年年底,经过一系列的外出考察论证,文亮决定联合三家实力较强的投资公司共同在霍山城区建设“霍山抱儿钟秀黄茶文化产业园项目”。

也就是2011年12月底,文亮带来的“抱儿钟秀”霍山黄芽茶文化产业园项目在“中节能”杯第二届安徽青年创业大赛总决赛中一举夺魁,捧得大赛桂冠,并获100万元创业基金。

段生产优质黄茶、渠道上的线上线下相结合……这些也都是文亮写进下一个五年计划的内容。

边走边思考、边发展边规划,是文亮做企业的理念。文亮始终认为,对于任何一个企业来说,过快或者过慢发展,都不利。“企业发展不能太快,也不能太慢。因为太慢的话,你可能就会被社会慢慢地淘汰了,可能等你把这个企业做好,很多外在的东西已经变化了。”另一方面,文亮说,太快的话,在管理上、在资金链上以及人才上都可能出现问题。

对于企业成长的秘诀,文亮总结为三点:“一是建基地,二是创品牌,三是拓市场。”“这三个方面是一步一步走过来的,建基地是为了保障质量,创品牌是为了获得消费者需求,最后通过超市、会馆以及电商渠道等终端来实现企业的价值。”文亮说。