福建省全國人大代表 丁志忠

新年伊始，安踏集團董事局主席丁志忠「三喜臨門」：首次晉身全國人大代表、獲得CCTV2007中國經濟年度人物提名獎、安踏簽約的休斯頓火箭隊戰績連連。三大喜事接踵而至，這位年輕的民營企業家喜在心裡卻不形於色。他淡然告訴記者：「我和安踏剛剛出發，永不止步」。

■本報海峽西岸新聞中心記者：林志鴻

個人檔案

- ★ 1970年12月出生：泉州晉江人
- ★ 1987年：獨自到北京售出600雙晉江產運動鞋
- ★ 1994年7月：擔任「安踏福建」董事
- ★ 2000年：擔任安踏中國總裁
- ★ 2001年：安踏運動鞋市場綜合佔有率連續6年居內地第一
- ★ 2006年：榮獲2006年中國十大傑出青年
- ★ 2007年7月10日：安踏在香港上市
- ★ 2007年7月25日：安踏體育市值首超李寧，達209.16億港元
- ★ 2007年：榮獲2007年中國年度經濟提名人物
- ★ 2008年：當選第十一屆全國人大代表
- ★ 現任：安踏體育用品有限公司（2020.HK）董事局主席兼CEO
  香港安大國際投資有限公司董事長
  晉江製鞋工業協會會長
  福建省慈善總會理事
  晉江慈善總會榮譽會長

丁志忠 實現「中國創造」 破國際品牌壟斷

鞋業一哥

對於丁志忠，大部分香港人認識他是在去年7月，安踏體育（2020，HK）在港成功上市。這位長着一副娃娃臉的內地老闆掌管的民營企業，創造了中國體育用品行業市盈率及融資金額最高的紀錄。在國內，安踏運動鞋名氣堪比耐克（Nike）、阿迪達斯（adidas）等世界品牌，丁志忠本人在業界也被尊為鞋業「一哥」。

央視2007中國經濟年度人物評選組委會如此評價他：他的企業在中國的運動鞋市場連續6年保持市場佔有率第一，他是中國當之無愧的新一代「鞋王」，壟斷了包括籃球、排球、乒乓球等國內幾乎所有的聯賽資源。他的公司目前已經擁有12項技術專利，在不斷創新的科技引領下，實現了由「中國製造」向「中國創造」的轉變。

■中共中央政治局常委、全國政協主席賈慶林2006年底視察安踏（中國）有限公司。

17歲賺取第一桶金

1987年，17歲的丁志忠向父親借了10,000元錢購買晉江產的600雙運動鞋，獨自到北京銷售。他幾乎跑遍京城所有的大商場，最後全部推銷出去，由此積累了品牌與營銷意識的「第一桶金」。

1994年，丁志忠家族開始在家鄉福建晉江製造和銷售運動鞋。90年代中期，內地幾乎所有的體育用品企業都在做國際品牌的OEM業務。初生的安踏也不例外。但丁志忠很快意識到品牌的重要性，他毅然放棄了OEM外銷訂單路線，反其道着力打造自己的品牌。從01年起，安踏運動鞋連續6年市場綜合佔有率居內地第一。

堅持打造自家品牌

去年7月25日，在港交所上市僅僅15天的安踏體育收盤價8.4港元，較上市價格5.28港元上漲59%，市值達到209.16億港元，首次超過了李寧（收盤價19.94港元，市值206.04億港元），成為中國市值最大的體育用品企業。

晉江，福建的首富縣級市，國內四大民營經濟重鎮之一，盛產億萬富豪的「搖籃」。年僅38歲的丁志忠能從眾多優秀「前輩」中脫穎而出，成為晉江商界唯一的今屆全國人大代表，有人說是他對促進當地民營企業品牌建設居功至偉。

1998年，丁志忠聘請了一位職業經理人來負責安踏品牌運營和公司行政事務，這是「主政」安踏的丁志忠第一個出人意料的舉措。因為在家族制管理正盛的晉江，這個舉動十分大膽和罕見。

首用國家隊代言

1999年，丁志忠又作出驚人之舉，在重事會上力排眾議，決定重金簽下乒乓球國手孔令輝代言安踏，以一句「我選擇，我喜歡」在央視5頻道密集轟炸，開創了內地以運動員擔任品牌代言人的先河。悉尼奧運會上孔令輝奪冠後，安踏一夜間聞名全國，安踏也從生產單一的運動鞋轉為綜合體育用品製造商。

安踏憑借明星廣告攻勢迅速樹立品牌的成功模式，迅速喚醒了當時還安於接單貼牌生意的眾多鞋廠紛紛模仿，由此帶動了晉江民企乃至全國同業企業樹立創品牌的意識。

在安踏的催動下，晉江市幾年間便誕生了諸如「特步」、「361度」、「鴻星爾克」等54個中國馳名商標和中國名牌產品，不少企業還在各自領域成為國內市場的主導者。晉江市不僅成為著名的「中國鞋都」，生產的旅遊運動鞋佔了世界總產量的四成以上，被國家體育總局授予「國家體育產業基地」，而且還發展成在全國縣級市當中擁有最多名牌的「品牌之都」。

■安踏成立的內地第一個運動科學實驗室。

■丁志忠17歲獨闖京城，20年後成為中國鞋業「一哥」。

作息規律 渴求知識

熟知丁志忠的人告訴記者，丁是一個生活十分規律的人。7時起床，8時準時開始工作，12時至下午2時是固定的午休時間，然後繼續工作到下午6時，晚飯或與家人共享或與團隊同事一起共用，晚上11時就寢，這就是他一天的作息時間。

「做生意不僅僅是賺錢，更是在做成就、做榮譽感。」丁志忠說，「每天都會有新的事要忙一陣，越忙越有充實感和成就感，越能享受到偶爾的清閒帶來的快樂。」

最愛家鄉鐵觀音

而讓他覺得較有樂趣的另外一件事，就是在廈門大學EMBA班的學習。在廈門大學EMBA中心主任戴亦一的眼裡，丁志忠對於管理知識「處於一種飢渴狀態」。「晉江人最不滿足，有了100萬元更想1,000萬元，有了1,000萬元還想1億元，愛拚就會贏是我們的傳統精神，現在我們再加上一個元素：學習才會贏。我們不會放慢前進的腳步。」

丁志忠最愛喝的是家鄉的鐵觀音。有客來訪時，他往往親自動手泡一壺地道的功夫茶與之分享，淡淡清香中談合作談發展，公事完畢尚有齒頰留香的雅韻。他說，喝茶既能休閒養神，又能陶冶人的情操。

■丁志忠酷愛鐵觀音茶。

安踏打進NBA全明星賽

■2007年7月10日，安踏在港交所掛牌。圖為港交所行政總裁周文耀向丁志忠（左）表示祝賀。

北京時間2月18日，08年NBA全明星賽的第一項賽事「新秀挑戰賽」在新奧爾良落幕。憑藉07年的出色表現，火箭隊大前鋒路易斯，斯科拉成功入選新秀賽，並更換了全新的安踏簽名鞋。作為安踏簽約代言人，斯科拉在本次NBA新秀挑戰賽上第一次穿上了安踏特別設計的簽名鞋，這也是安踏推出的第一款NBA球星簽名鞋。

致力打造民族品牌

在品牌戰中，丁志忠和安踏並不滿足在內地的領先地位，而是致力於打造民族品牌。丁志忠認為，安踏的產品在性價比上已不輸於Nike等國際品牌，安踏真正做成世界的知名品牌，就是要有能力把產品銷售到國外去。

據了解，近10年來，安踏產品已打破國際品牌壟斷國內市場格局，遠銷歐洲、東南亞等10餘個國家。安踏還成立了大陸第一個運動科學實驗室，填補了內地於該領域的空白，更獲得12項國家專利，逐步實現從「中國製造」到「中國創造」的飛躍。

丁志忠最信奉的一句話就是：「行動可以創造奇蹟。」他給安踏訂立的下一個目標是，到2011年成為中國市場品牌美譽度和市場份額雙第一的中國體育品牌，並成為全球銷售額排名前十的體育用品公司。

建言扶持民族品牌

從得知自己當選全國人大代表那一天起，丁志忠就開始考慮如何履職。他廣泛徵求意見，甚至還派出了公司的智囊團幫他徵求提案，並向知名的品牌戰略專家求教。在集思廣益之下，一份建議政府相關部門扶持並積極倡導民眾愛用民族品牌的提案——《倡導民眾愛用民族品牌，鼓勵企業朝「自主品牌」之路發展》雛形形成了。

倡國家隊用自主品牌

丁志忠認為，雖然現在世界上70%的體育用品都是在中國製造的，可是國內體育產業無疑和國際市場還有一定的距離，主要原因就是缺乏品牌文化。為此他建議，政府相關部門應制定相關獎勵措施，對各級行政機構及企事業單位採購國有「自主品牌」，給予適當的表彰及稅費優惠；同時建議國家體育代表隊參加國際賽事時務必採用「自主品牌」，助推民族品牌復興。

記者發現，由中國財政部制定並於目前開始實施的《自主創新產品政府首購和訂購管理辦法》和《政府採購進口產品管理辦法》，剛好與丁志忠的這份提案不謀而合。

丁志忠曾多次表示，安踏作為知名民族品牌，要用各種方式回報國家社會，而安踏也將義不容辭地為他人、為社會貢獻自己的力量。據了解，丁志忠十分熱心社會公益事業。到目前為止，其個人和安踏公司為中國體育、文化和社會公益事業投入的資金和物資累計已達數億元。他本人也多次在慈善活動中被授予「慈善家」、「愛心大使」等稱號。

福建省全國人大代表 李新炎

在中國工程機械製造界，一說起李新炎，幾乎無人不曉。他一手創建的中國龍工（3339.HK），只用短短7年時間就打破國有企業壟斷局面，躋身中國裝載機行業前三甲，並成為中國工程機械行業第一家境外上市公司。作為中國龍工控股有限公司董事局主席、2007年胡潤中國財富榜排位39名的億萬富豪，李新炎一直是聚光燈下的人物，但是日前本報記者見到他時，首次當選全國人大代表的他卻在「補課」，為即將出席的全國兩會做好準備。

■本報海峽西岸新聞中心記者：武毅田

個人檔案

- ★ 1951年：出生於福建龍岩上杭縣才溪鄉
- ★ 1993年：投資1,600萬元進入裝載機製造行業
- ★ 1999年6月：在上海建立佔地1,038畝的龍工（上海）機械製造有限公司，及後陸續在上海、江西、河南、香港等地建立逾10間全資子公司
- ★ 2004年：進入電力領域，持有香港上市電力公司濰柴動力（2338.HK）10%的股份
- ★ 2005年11月：中國龍工在香港聯交所主板上市
- ★ 2006年：中國龍工一躍成為全國裝載機銷售量第一
- ★ 2007年11月18日：中國龍工投資15億元人民幣，在龍岩開建亞洲最大的精密鑄件生產基地
- ★ 2008年：當選全國人大代表
- ★ 現任：中國龍工控股有限公司董事局主席、全國工商聯執委等
- ★ 先後被評為全國優秀企業家、優秀中國特色社會主義事業建設者、全國勞動模範、福建省光彩事業先進個人等榮譽稱號

李新炎 領企業躋全球五強 重公益建慈善基金

龍工控股董事局主席

有關李新炎的履歷，媒體大多報道得十分簡單：1951年出生於福建龍岩市上杭縣，青年時期曾當過工人、機關公務員。

追蹤李新炎的成長歷程，不能不說到他的生命原點：上杭縣。這裡曾經是中共中央蘇區的重要組成部分，彪炳史冊的古田會議當年就在這裡召開；這裡是客家人的族都，20多個姓氏的客家人從這裡走向世界各地；這裡還是中國黃金寶地，紫金山遍地黃金。而上杭的才溪鎮——李新炎的家鄉，曾為我國培育了「九軍十八師」，被譽為「將軍之鄉」。

■龍工成功上市後，李新炎分離了管理權和經營權，交由經營團隊打理。

抓緊建築業發展契機

李新炎的第一桶金來自在家鄉經營的小型水泥廠。1993年，李新炎抓住中國建築業迅猛發展的契機，賣掉水泥廠，投資1,600萬元進入裝載機製造行業。

1999年6月，李新炎在全國工程機械行業諸多廠家中首開先河，在上海投資建設第一個佔地1,038畝的項目——龍工（上海）機械製造有限公司，後又陸續在上海、江西、河南、香港等地建立逾10間全資子公司，開始大力擴張之路。

2004年李新炎進入電力領域，持有香港上市電力公司濰柴動力（2338.HK）10%的股份。05年11月，中國龍工在香港聯交所主板上市。06年龍工一躍成為全國裝載機銷售量第一，和柳工、廈工均分了裝載機、壓路機等產品的大部分市場。

14年，中國龍工近乎完美地「畫」出了一條跟隨者——挑戰者——領先者——領導者的「上升曲線」。

設亞洲最大鑄件基地

2007年11月18日，中國龍工投資15億元人民幣，在龍岩開建亞洲最大的精密鑄件生產基地，每年能生產25萬噸優質鑄鍛件，年均產值約400億元。

此外，中國龍工已先後在龍岩投資數十億元人民幣，興建年產1.2萬台裝載機項目和出口生產基地。李新炎稱，這是中國龍工重回海西、建設海西的「回歸工程」。未來十年，龍工產銷規模將躋身世界前5名。

■今年中國龍工的裝載機產銷量將突破3萬台套。

灑脫實業家 親切待下屬

實業做大的人，通常會比較灑脫，李新炎也不例外。除了在官式場合李新炎會較為嚴肅，在大多數人眼裡，他卻是一個親切自在、思維敏銳的性情中人。這使得他不隔絕大眾，更不隔絕生活。

李新炎喜歡運動，游泳、跑步，也會時不時邀上好友打高爾夫球。他也喜歡安靜，寫字、看書是打發閒時的方式。連熟悉的人都知道，他永遠隨身帶着書，停不下求知和思索。

親自構思辦公樓設計

無論到哪兒、看見什麼，李新炎很少走馬看花，看過的建築、風景，最後都會被他運用到生活裡。據說，龍工上海的辦公樓從整體設計思路，到一個風水聚寶盆的擺設都是根據李新炎的意見，而他自己更是從香港建築中獲得靈感，在家中安裝了無障礙通道。

他的公司設有可容百人的員工教室，每周都有培訓機構和名牌大學的教授或講師上門授課，員工也自發組織「好讀書、讀好書」活動。普通員工都說，李新炎旺盛的求知慾，自上而下影響了許多人。

作為董事局主席，李新炎並沒有給員工高高在上的感覺。龍工的工人們都說，他從不訓斥總裁以外的人，倒是經常聽到他的表揚。客家人的親切熱情在他和員工的身上體現得尤為明顯。

■中國龍工投資15億元人民幣在龍岩開建亞洲最大的精密鑄件生產基地。

李新炎：財富不獨贏

對於龍工的未來，李新炎早已胸有成竹：上市後的龍工從06年開始進入「第二輪創業」，計劃到2010年銷售收入實現120億元人民幣，2015年實現200億元，2020年實現260億。

不少人都艷羨龍工銷售增長，也對其上億的增長感到不可思議。而李新炎與一般企業截然不同的經營理念，或許正是龍工成功的重要因素。別的企業是「經營之初用代理，打出名聲就直營」，他卻承諾給代理商「永久代理權」；別的企業是「有訂單就做，賺錢要緊」，他是「寧可從難做起，也絕不向廉價低質妥協」。

在李新炎的概念中，創造財富不是靠一個龍工就可以做到的，「獨樂樂不如眾樂樂」。好的代理商是保證整機銷售、配件服務和維修服務一步到位的關鍵，而與代理商分享利益是保證用戶、代理商、工廠，甚至股民獲得多方多贏的可靠動力。

售後服務須跟上

據說，有次李新炎到印尼峇里島度假，當地人都騎日本本田牌摩托車。於是他好奇的問他們為甚麼用日本摩托車，而不用便宜很多的中國摩托車？當地人告訴他，以前這裡所有人都用中國摩托車，但經常會壞，又都沒地方修，推也不是扔也不是，還不如用貴一點的日本車呢。李新炎意識到，即使再廟的國家，對產品質量和服務也都有需求，產品沒達到一定要求絕不能貿然進入國際市場，而一旦出口，配件、維修等也必須跟上。

直至中國龍工上市後，李新炎便通過香港這個國際平台建立起與國內同質的國外代理商網絡。

扶持弱勢社群 捐助閩贛學生

李新炎一直將慈善當作是自己的「第二事業」。他不僅自己身體力行，還打算讓子女接班。他希望自己的慈善事業到很久之後還能造福世人。

投入3,000萬啟動基金

李新炎從小深受奶奶的影響，奶奶從小就教育他，即使只有一杯水喝，也要分給周圍的人。在他從營商中獲取了第一筆盈利後，他就立即在老家蓋了一所幼兒園，到06年，他陸續向社會捐助了逾3,000萬元人民幣。

■李新炎慈善基金會成立大會。

為了創造一個慈善平台，07年李新炎捐資成立了福建省龍岩市首個非公募基金會——李新炎慈善基金會，投入3,000萬元作為啟動基金。此後，還承諾從他上市公司每年獲得的利潤分紅中，按照固定比例捐贈基金會。李新炎計劃用幾年時間，將基金擴充至上億元，以更好的補助教育、文化、衛生等方面的弱勢群體。

目前，基金會善款主要用於福建、江西等地的教育事業，包括為閩西的首個本科院校捐助圖書館、資助福建和江西共1,000名貧困學生。

最近，他又將目光投向高中貧困學生，計劃作為今年捐資的主要對象。他說，現時國家對大學生補助得多，小學生又可享受減免學費，高中階段則成為窮困孩子的教育斷層，一旦因為經濟困難讀不了高中，這些本來可能成材的孩子就會錯過讀大學的機會。

由於熱心公益慈善事業，李新炎2006年底獲得了中國光彩事業獎。

放權予專業團隊經營

中國龍工在香港上市後的一個月，李新炎完成的第一件事情卻是將管理權和經營權進行分離，將一手帶大的企業完全交給了專業團隊經營，自己則做起了「三不管」領導：不管過程、不管微觀細節、不管內部事務。

他說，龍工過去是100%獨資，在香港上市後國際資本進入，對治理結構的要求高了許多，因此將公司內部的生產管銷應該交給由熟悉企業各環節和職業經理人組成的經營團隊。

據透露，總裁邱德波的栽度樣甚至大於一般同類規模公司，只要是經營需要，即使是引入上千萬的設備，也只要總裁大筆一揮，完全毋須經主席同意。

而李新炎則更專注於龍工的「對外公關」。他負責的董事局不但要確定發展大方向、依既定目標進行管理考核，上市路演、收購兼併洽商、項目簽約、參與人大調研活動……這些看似「不務正業」的事情反而都成為他的主業，他說，這樣經營團隊就有更多時間和精力放在公司自身的生產和銷售上。

■龍工（福建）機械有限公司是龍工的核心企業。