



創新中國

新高度 新起點

2009全國兩會特刊

2007香港紫荊花杯傑出企業家獎得主郭振宇訪談錄

海歸赤子領軍民企 民族品牌氣貫長虹



中國改革開放30年，風起雲湧壯懷激烈間，無數風雲人物在不同的領域不同的事業舞台上，為祖國進步和地方經濟的發展，書寫了壯美篇章，令人慨歎。郭振宇即是其中的一位。

來歷經艱辛，書寫着一個又一個的精彩傳奇；在北美，他以超乎想像的努力達到了常人難以企及的學術巔峰；在中國，他以超凡的事業心和使命感報效祖國，致力於推動「雲藥」和中國醫藥產業的發展。



■本報駐雲南記者 錢林桃、劉思邑

寒風凜冽 滇虹緣何傲立獨秀



■郭振宇獲2007紫荊花杯傑出企業家獎

由美國次貸危機引發的金融海嘯已波及全球，其影響也已經由金融領域滲透到實體經濟。雲南作為中國邊疆省份，雖受影響程度滯後於內地其他省份，也同樣面臨着全球金融海嘯帶來的經濟衰退對實體經濟的衝擊。

此外，翻拍自經典電影《五朵金花》的電視劇續劇《新五朵金花》在去年年底開始了全國男女主角甄選活動，滇虹藥業斥資1500萬元獨家冠名此次活動，重獲其近年在市場上永不褪色的「康王」品牌。

無論是大規模廣告投入，還是波及全國的選秀活動，滇虹藥業的系列大手筆動作，不僅顯出其強大的戰略實施能力，更給眾多觀望中的企業以勇氣和信心。

先發制人的越冬之策

「中央政府為拉動內需做了大量的工作，包括全國各地都出台了救市政策，郭振宇說，「作為企業都應有居安思危的意識。從金融海嘯爆發以來，大部分企業都選擇謹慎的保守態度，我們卻選擇了在此刻逆勢而上。在

我看來，危後必然有機，關鍵就看如何把握住機會。目前滇虹的財務狀況很好，就應該在這個特殊時期「該出手時就出手」。在現代品牌選擇「冬眠」過冬時，我們發出聲音有利於推動自身的品牌建設。滇虹不是只顧眼前利益的企業，更注重可持續發展、更關注企業核心競爭力的打造，始終着眼於企業的長期發展。此次投放大規模廣告之舉，意欲抓住時機打造更好、更強勢的「滇虹康王」品牌，並進一步強化品牌影響力。

借《新五朵金花》再度營銷雲南

經典影片《五朵金花》拍攝於1959年，曾先後輸往46個國家公映，創下當時中國電影在國外發行的最高紀錄。周恩來總理觀看影片後也稱讚這是雲南獨有的地域風情背景下「美好的生活，美好的人。」如今，半個多世紀過去了，《五朵金花》並沒有隨着時間的流進而在人們的記憶中消失，成為經典中的經典。

「我們想搞一個創新、搞一個嘗試，想做出中國的《大蓬車》，把雲南的民歌推出去。我甚至設想，如果《新五朵金花》在音樂上成功，會掀起西南風，將成為很大的創意經濟。美國一年的一首音樂產業收入遠遠超過英國的其他產業，雲南如果能形成音樂產業，對拉動雲南的經濟增長、改變雲南的經濟結構都有好處。」

美好的音樂、美好的文化。如果有一條主線將其串起來，打造成一部精美的民族音樂歌舞片，讓她成為雲南的名片，就能列在全國、全球營銷雲南。我們認為《新五朵金花》可以承擔起這樣的重任。」

借力文化營銷 大力提升品牌形象

如何全面解讀滇虹逆勢而上的大手筆營銷，郭振宇稱，一方面是為了提升企業的品牌，另一方面可以理解為對雲南經濟發展所承擔的一種社會責任。「很多成功的品牌都是通過文化、娛樂、事件營銷提升品牌影響力。此次冠名《新五朵金花》在全國的選秀活動，足以使滇虹康王的品牌形象獲得更大的傳播。滇虹藥業非常樂意參與這樣一次重慶巡迴，弘揚雲南民族民間文化，推廣雲南知名品牌的文化傳播活動中。影片《五朵金花》的浪漫經典，也契合了滇虹藥業以關注健康的不虛情懷，向社會、大眾傳遞真、善、美、健康一貫追求。」

雲南的經濟是靠天吃飯的，40%財政收入靠煙草，20%靠有色金属，再加上旅遊，農業，幾乎就構成了雲南的支柱經濟形態。而對目前這場由金融危機引起的全球經濟衝擊波，郭振宇提出雲南應打造不過多依賴於自然資源的創意經濟。

「我們想搞一個創新、搞一個嘗試，想做出中國的《大蓬車》，把雲南的民歌推出去。我甚至設想，如果《新五朵金花》在音樂上成功，會掀起西南風，將成為很大的創意經濟。美國一年的一首音樂產業收入遠遠超過英國的其他產業，雲南如果能形成音樂產業，對拉動雲南的經濟增長、改變雲南的經濟結構都有好處。」

「實際上，在全球經濟將進一步受到考驗的情況下，美國作為金融霸主和中國的差距正在逐漸縮小，中國在整個金融危機中地位可能明顯提高，這是中華民族騰飛的機會，也是滇虹實現跨越發展的機會。」郭振宇說，「滇虹將堅持自己的五個『力』產業發展政策，即：品牌力、創新力、研發力、履責力、文化力，以這五個『力』應對挑戰，抓住機會開拓拓土，在打造中國負責任的「自我保健和自我療養的進程中，推出一個好品牌，做出一個好企業。」

採訪滇虹後，記者從郭振宇滿懷激情的表述中，被一種堅毅、勇毅的企業家精神所深深感染。他在榮譽面前的淡定自如，在壓力 and 抉擇下的勇往直前，更讓人由衷欽佩。一路風雨兼程，一路佳話不斷，透過郭宇堅定的目光，我們彷彿看到了滇虹快速奔跑的身姿，看到了滇虹更加燦爛的未來。

談到如何建立企業文化時，郭振宇說，「首先是企業家的文化、理念以及價值觀代表着企業文化，其次提升到團隊文化，最後才能完全建立企業文化。目前滇虹的



創新中國

新高度 新起點

2009全國兩會特刊

矢志「滇港合作」 力行造福桑梓



昆明總部經濟 即將破繭成蝶



■雲南省僑商會首任會長、雲南省政協常委、省工商聯副會長、香港雲通公司與昆明盤通房地產合作，成立了昆明盤通置業有限公司，共同實施了投資額達10億元的昆明市中心舊城改造項目——威遠街片區改造，成為香港回歸祖國後雲南省引入的最大一筆資金。

港伍氏家族在滇二代掌門人伍濱 情繫雲南倡言良策

伍濱，香港資產排名前50位的伍集成、伍體賢家族後代，曾留學美國，在大洋彼岸開闢了一番事業，創造了輝煌。香港回歸前，他以商賈世家的風範亮相香港，用無聲的語言向家族同胞做出響亮的自我介紹。身為伍氏家族領軍入滇的第二代掌門人，他為了家鄉的建設回到雲南重新成就另一種人生。

25年前伍濱的父輩伍體賢依托家族企業成立了以投資中國為主的香港雲通有限公司。1997年為紀念香港回歸祖國，作為第一代回國投資的家族公司掌門人，伍體賢先生率先率先進駐雲南，以香港雲通公司與昆明盤通房地產合作，成立了昆明盤通置業有限公司，共同實施了投資額達10億元的昆明市中心舊城改造項目——威遠街片區改造，成為香港回歸祖國後雲南省引入的最大一筆資金。

今天，集金融、辦公、商賈、娛樂、休閒、居住為一體的「世紀廣場」，已當之無愧地成為了雲南第一樓。在伍氏家族公司於雲南投資的第二代掌門人伍濱的主導下，世紀廣場成功地「築巢引鳳」，吸引了家樂福、麥當勞、百思買等世界500強入駐。

如今，在全球金融海嘯的影響下，雲南省僑商會首任會長、雲南省政協常委、省工商聯副會長、香港雲通有限公司總經理、昆明盤通置業有限公司董事長伍濱，為雲南如何抗擊金融海嘯建言獻策，將赤子深情傾注於推動家鄉的建設發展。

■本報駐雲南記者 錢林桃、劉思邑

海嘯末端的未雨綢繆

全球金融海嘯來襲，股市不振，樓市萎靡，裁員恐慌籠罩在香江上空。「我畢竟是來自香港，香港是處於金融海嘯的風口浪尖，不管說香港是世界五大金融中心之一也好，還是世界三大金融中心之一也好，我們在香港感受是很深的。金融行業、房地產行業、服務行業、第三產業、轉口貿易等等受到的衝擊相當大。」伍濱說，「今年以來短短幾個月，若千家香港上市公司倒閉，比如香港做玩具的一家公司，幾乎壟斷了世界上三分之一的玩具市場，在短短幾天時間裡，這家公司設在東莞的三家工廠全部破產，六千多名工人下岗，真可謂是驚心動魄。」

伍濱稱，「對於基礎設施薄弱、發展相對滯後的雲南來說，由於傳導效應的時間差和產業結構的不同，目前對雲南的企業金融危機衝擊和香港相比並不算嚴重。」

「香港處於金融海嘯的前端，而雲南是處於末端，我從香港過來時，那邊是十來度，而雲南是二十多度，春意盎然，讓人感受不到寒冬的氣息，同樣也似乎感受不到金融海嘯的威力。」伍濱坦言，「讓我意外的是，我們在雲南的投資從去年九月份到現在好像還看不出影響。不但沒受影響，從去年第三季度和第四季度來看，情況比金融危機前還要好。我這樣講一方面可能是幸運，另一方面說明雲南是一塊風水寶地，風光明媚的春城給我們帶來了理想的收穫。」

不過，隨着全球經濟一體化的發展趨勢，雲南也不可能在此次金融海嘯中獨善其身。雲南應該居安思危，未雨綢繆，及早制定相應的防範策略，進一步深化經濟體制改革，提高消費動對經濟增長的貢獻率，在來勢兇猛的金風暴中關門前行。

抱團取暖合力托市 冬泳健身逆寒越冬

種種跡象表明，2009年上半年經濟形勢將更加困難。在滇港商如何在危機中尋找發展的機會？伍濱為代來的港商已經開始了探索。伍濱說，「從目前的形勢看，金融危機何時『見底』還很難預測，出現全球性經濟衰退的風險越來越大，企業在『寒冬』之下必須要有『抱團取暖』。來自政府的救助、企業的自救以及企業間的互救，這三個相加在一起就是一句話，抱團取暖。」

「抱團取暖可以理解為企業結盟禦寒，互相支持，揚己之長，避己之短，團結在一起做項目達到分散風險、共享利益的目的。例如大家互相參股，好的項目和壞的項目大家搭配着做，他們的二期工程主塔樓項目就是讓樂家企業參股進來。同時我也參股他們的困難企業，最近我投資兩千萬參股一家困難企業，希望在此關鍵時期給予他們在資金上的幫助，加快發展，共渡寒冬。」

據伍濱介紹，09年在滇的投資項目除了重組、互相參股以外，對新的投資項目將按國家政策導向，有選擇地進行。除期待着中央的一些相關的經濟政策外，企業將主要採用自己救自己的方法，當然也包括互相救助。

「渡過寒冷的冬天有幾種方法，有的企業選擇了『閉門過冬』甚至『冬眠』，伍濱說，「越是寒冷就越要下到江河裡去游泳。換句話說，應該利用這次寒冬中企業的休整時間來加強企業的基本建設，企業文化建設。把以前沒有及進行的培訓開展起來，以未來不建立完善的制度現在來建立。要選擇『強內體，建自身』的方式來渡過這個寒冬。如果冬天都能在寒冰中渡過，春天來臨之時，就是企業的騰飛之日。」

企業解困的途徑

受國際金融危機的影響，國內外企業開始面臨產、停產的困境。也直接導致出現失業工人增多和大學生就業難的社會問題。「轉危為機，危中有機，危中擇機，危中轉機，危中求機。」伍濱對企業如何探尋困之策提出自己的獨到見解。伍濱對經濟問題的專家、同行對危機的看法，他也認為「企業面臨困境迫使企業轉型的好時機，外資面臨困難是轉入國內市場的好時機，國外企業退是國內企業走出去的好時機，目前降價的資源是戰略性投資的好時機，泡沫經濟倒閉是穩健企業併購收購的好時機，外資企業裁員是國內企業搞研發獲得人力資源的好時機，國外企業的困境是國內企業獲得專利技術的好時機。」

綠海拓疆 滇虹開闢「醫學護膚」新領域



■滇虹藥業新品「WINONA薇諾娜」亮相第四屆中國皮膚醫藥師年會

「雲藥」是雲南省政府在麗雲南輝後大力扶持的又一支柱產業。如今，滇虹藥業已成為雲南第二大製藥企業，三駕馬車之一，在白熱化的市場競爭中勇立潮頭，屢創佳績，被認為是內地最具成長性的優秀製藥企業之一。

近年來，滇虹藥業憑借「康王」品牌良好的社會認知度、美譽度和影響力，延伸品牌價值，確立了「以藥品為主體，以日用品和保健品為兩翼」的「一體兩翼」產業發展戰略，立足基礎堅實的製藥主業，充分發揮公司的研發、製造和營銷的優勢，實現了由藥品到功能性日用品、保健品領域的拓展。

發揮資源優勢 實施日化「綠海」戰略

近20年來，中國化妝品年銷售額以年均23.8%的速度迅猛增長，遠高於GDP的平均增長速度。然而，到目前為止，日化行業的三個老大：寶潔、聯合利華、拜爾斯道夫佔據了中國的前三強，外企已經佔到了80%以上的市場份額。中國的美容化妝品卻非常廉價，國內3000多家化妝品生產商只能在低中高端市場及大眾日用品上競爭。「外企在高端市場及農村市場佔領了第一線市場，廣大的二線市場以及農村市場還是我們的。」郭振宇說，「事實上，我要告訴大家：中國的日化市場，民族品牌的藍海不存在，國際巨頭們可以把它全部壟斷！我

首創DCF指數 Winnona薇諾娜抗衡洋品牌

我們知道，在紅海裡，我們已經殺得血流成河，但我們可以開拓自己的「綠海」，「綠海」是什麼？我把發展草本和中華藥理念為主的日化行業稱之為中國日化市場的「綠海」。

「以滇虹為例，我們可以充分發揮雲南綠色植物王國資源優勢，對特有的植物進行深度開發，更以國際先進的預防醫學理念為先導，憑借差異化營銷，為民族日化的創新發展謀得嶄新的生存空間，並積極佈局市場，參與全球化競爭。」

首創DCF指數 Winnona薇諾娜抗衡洋品牌

為了在產品屬性和生產標準上區別於傳統日化護膚品和普通醫學護膚品，滇虹提出了「醫學防裂」理念和DCF (Drynness & Crack Factor) 防乾裂新標準。這在醫學護膚新領域中獨樹一幟。「一流企業實業品牌，二流企業實業品牌，三流企業實業品牌。美國人可以做SPF防曬標準，為什麼滇虹人不可以做DCF防乾裂標準？」郭振宇表示，滇虹已通過數學模型和臨床試驗推出乾裂指數標準。在行業內樹立了「滇虹醫學護膚品」的新標準。

同時，在皮膚科學產品研發領域率先建樹的滇虹，提出了「醫學護膚」的「新日化護膚理念」，於去年底成功推出中國第一款自主研发的醫學護膚品——Winnona薇諾娜。滇虹在美國成立 WINONA薇諾娜藥妝有限公司，同時攜手中國皮膚科專家協會成立WINONA研究院，與中科院昆明植物研究所合作構建雲南原生植物研究平台。滇虹藥業置身皮膚學研究的最前沿，積極捕捉國際醫學護膚資訊，全面進行皮膚美容基礎、藥理、藥效、安全性等皮膚研究，並在全球範圍開展植物成分解決皮膚問題的深度研究，力爭將雲南的天然資源優勢轉化為經濟優勢，並將薇諾娜這一高端民族品牌推向世界。

高揚品牌旗幟，堅決維護捍衛品牌尊嚴

滇虹藥業的「康王」品牌是雲南省七個「中國馳名商

標」之一，「康王」旗下產品以其優良的產品質量和良好的社會形象，在消費者中享有廣泛的知名度和美譽度，系列產品銷售區域覆蓋全國，並成功打入國際市場，遠銷東南亞、美國和非洲。

正當滇虹「康王」系列產品暢銷國內外，品牌聲譽日盛的時節，眾多唯利是圖的企業鑽上了「康王」品牌效應可帶來的巨大經濟利益，不擇手段地假冒滇虹產品，對「康王」品牌產品的持續上量衝擊很大，並造成了很多負面影響。

「這幾年以來我們一直在維權。從小的方面是維護滇虹「康王」註冊商標專用權，從大的方面來講，我們也有「一種意識去推動中國知識產權的立法完善。今天的中國已經變成世界性經濟大國，製造假冒偽劣侵權產品雖有眼前利益，但會導致整個民族的品牌危機。在滇虹的不懈努力下，中國第一個欺騙法庭造假認定的馳名商標被重審後撤銷，並且在和侵權者的鬥爭中，我們借助法律武器證據很多企業明白了品牌保護的意義。」郭振宇說，「中國應該保護誠信經營的創牌企業，而誠信經營企業的合法權益和穩定發展，亟需國家完善相關法律予以更強有力的保護護航。」

企業文化有如清泉

談到如何建立企業文化時，郭振宇說，「首先是企業家的文化、理念以及價值觀代表着企業文化，其次提升到團隊文化，最後才能完全建立企業文化。目前滇虹的

標」之一，「康王」旗下產品以其優良的產品質量和良好的社會形象，在消費者中享有廣泛的知名度和美譽度，系列產品銷售區域覆蓋全國，並成功打入國際市場，遠銷東南亞、美國和非洲。

標」之一，「康王」旗下產品以其優良的產品質量和良好的社會形象，在消費者中享有廣泛的知名度和美譽度，系列產品銷售區域覆蓋全國，並成功打入國際市場，遠銷東南亞、美國和非洲。

「五項目一體化」 提升城市核心品質

如同國內其它中心城市一樣，昆明於上世紀九十年代，在城市中國的浪潮中啟動了中心城區舊城改造項目。作為昆明中央商務區核心區的南屏概念板塊，自去年以來已悄然進入質變階段：順城雙塔赫然而立，位於正義路以西的昆明老街正義坊進入招商階段，同屬這個概念板塊的東方首座也舉行了動工儀式。

昆明世紀廣場主塔樓

2009年元月12日，深圳市建築設計研究總院，正式向威遠街片區「五項目一體化」的業主昆明盤通房地產及榮成地產等單位，提供了以「±1商業街區」創新模式為核心地產的規劃方案。此舉標誌着正在推進城市創新的昆明或將出現中國西部首個「±1商業創新街區」。

西部首個「±1商業創新街區」呼之欲出

據劉教授介紹，所謂「±1商業街區」模式，就是指地上一層與地下一層做到結構上下一體、裝修上下統一、空間上共享，形成無阻礙的地上下一體化格局。在此前提下，預留街舖內上下樓梯，實現街舖街區循環式的一體化，從而形成「複式街舖」，實現立體化的商業格局。

昆明世紀廣場主塔樓

「打造「±1商業街區」構思實現後，將吸引一大批品牌效應強大的著名企業入駐。」伍濱坦言，「昆明樓宇經濟將發生重大變化，泡沫經濟倒閉是穩健企業併購收購的好時機，外資企業裁員是國內企業搞研發獲得人力資源的好時機，國外企業的困境是國內企業獲得專利技術的好時機。」

