■ 本版撰文 本报记者 杨 颖 霍玉菡

编者按：江西地处中国内陆，自古以来物产富饶、人文荟萃，拥有很多久经沉淀的宝贵文化及技艺。

而今，在继承传统的基础上，不甘落后的江西企业正努力寻找新定位。以南昌为例，不少企业纷纷涉足与婴幼儿辅食、服饰、哺育辅助用具相关的孕婴童产业，打造了一批优势品牌，并已初步形成集群效应。

生活在这片土地上的江右商帮曾经闻名遐迩，现在，江西的企业家们拼搏奋进，依托本土特产、技艺，打造出了新的江西精品。

江右商帮善假于物 孕婴童产业渐成气候

曾经有一首歌这样形容江西：“江西是个好地方，山清水秀好风光。”作为豫章古郡的所在地，江西孕育了灿烂的文化。一方水土养一方人，灵秀的江西山水滋养着聪颖的江西人。

大概与朱元璋这位农民出身的皇帝有关，外省人喜欢亲切地称江西人为江西老表。在江西省工作多年并加入中国作协的刘上洋写过一篇名为《江西老表》的散文，这篇1.5万字的文章被誉为近年来国内文坛剖析地域文化性格的佳作。

在刘上洋看来，江西老表聪明，体现在他们善假于物，以及技艺上的精益求精。这样的地域性格成就了一批江右商人，并使他们在历史上一度与徽商、晋商齐名。

辅食里面藏市场

“一个包袱一把伞，跑遍全国做老板。”这句话比较形象地描绘出了江西商人的特点——他们最善于抓商机、从小生意做起，却又往往能把小生意做到极致。

提起“人之初”这个品牌，很多北方人或许还不熟悉，但在江西、湖南、湖北等南方省市，它的市场占有率却非常高。人之初集团以做婴儿米粉辅食起家，后来开发出了包括营养配方米粉、贡米护肠营养米粉等在内的很多功能型明星产品。

多年来，在人之初集团的带动下，不少南昌当地人也做起了婴儿米粉辅食生意，当地的婴儿米粉辅食产业也不断发展壮大。

江西米粉在中国米粉界享有盛名，具有洁白、细嫩、久漂不烂、久炒不碎的特点。南昌米粉历史悠久，主要制作原料是优质晚米。在当地起步的人之初品牌，以地区特产为原料，虽然做的是小产业，却钻研出了大名堂。据人之初集团董事长李国勇介绍，虽然婴儿米粉辅食是小产业，但发展至今，该集团的米粉辅食销售量已与贝因美品牌的同类产品不相上下。

当然，要想将小产业，尤其是与婴幼儿相关的产业做到极致，必须在安全把控和产品品质上下功夫。据人之初集团米粉分装车间的技术人员介绍，在整个米粉分装线上，从听罐杀菌、填充，到称重、封装，整个过程都处于严格监控中，每罐产品都是可追溯的。

李国勇告诉《中国贸易报》记者，未来，该集团将继续加大相关产品的研发投入，同时申报建立国家级的营养工程中心，希望研发出功能更全、营养更好的婴儿米粉辅食产品。

当然，如今的人之初婴儿米粉辅食产品也面临着如何进一步扩大市场占有率的难题。李国勇坦言，再有飞跃会很难，但人之初将继续在把控品质、加大研发上努力，希望找到新的市场切入点。

奶粉行业作文章

专注于婴儿米粉辅食，人之初集团已在这一行做了10余年。除了占有南方市场，该集团还在东北、西北设立了办事处，基本实现了全国覆盖。但是，人之初集团并没有固步自封。2009年，人之初集团全资收购了一家奶粉企业，着手开拓奶粉市场。

近年来，国产奶粉已普遍不为消费者信赖，在牛奶安全这个问题上，不知有多少大企业栽了跟头。所以，人之初的新尝试无异于“明知山有虎偏向虎山行”。但李国勇还真是跟牛奶这一行杠上了，似乎想试试江西老表的生意经能否在这一行奏效。

“我们集团年销售额约4亿元，在行业内，目前算是不错的。”李国勇对记者表示。

很多业内人士也都看好国内奶粉产业未来的发展。据悉，2008年以来，国内奶粉产业日渐复苏，通过洗牌，行业发展不断规范。最近，国家发改委又对进口奶粉祭起了“反垄断”大旗，“洋奶粉”过分受追捧的状况可能会发生改变。这无疑给国内乳企创造了一个翻身、立名的机会。

“我们底子薄、起步晚，但是各省市区对我们很支持。”对于进军乳制品行业，李国勇显得颇有信心。他向记者透露，目前，该集团正在建设一个占地200亩的基地用于扩大乳品生产，并且专门邀请了伊利的工程设计团队进行新基地的设计。

“我对孕婴童行业充满信心。虽然奶粉行业近几年饱受诟病，但我觉得这对于有心做品牌的企业来说反而是一个百年难遇的机会。”李国勇说，“近年来，国务院对婴幼儿奶粉市场进行了大力整顿。在这个大背景下，不规范的企业肯定会被淘汰，用心做产品、做品牌的企业更有胜出机会。”

善于打理小生意的江右商人与一杯牛奶将会产生怎样的化学反应？这让我们充满期待。

精益求精 编织致富梦

精于各样技艺是江西老表的另一大特点。以闻名世界的中国瓷器为例，江西景德镇的名气可是响当当的，这里的瓷器“薄如纸、白如玉、明如镜、声如磬”，从古至今都代表着中国瓷器制作的最高水准；上饶的樟木加工也很出名，利用当地的特有木种制作各式木箱、家具甚至进行中药加工，江西老表的技术独领风骚；再如宜春的夏布以当地盛产的苎麻为原料制成，具有“柔软润滑、平如水镜、轻如罗绡”的特点，手织夏布从牵纱、穿纱、梳纱、上浆到纺织，需要用手与每一根细线打交道，这种耗时费力、需要耐心与细心的技艺绝对难不倒江西人。

这样的例子在江西的地界上不胜枚举。可以看到，精湛的技艺离不开心灵手巧的制作者们对本地特产的善加利用，更离不开他们对传统技艺的传承与发展。唐代诗人王勃曾在江西的滕王阁上发出“物华天宝，龙光射牛斗之墟；人杰地灵，徐孺下陈蕃之榻”的感慨，这或许也是对江西人最贴切的赞誉。

苎麻枕头装美梦

上文所提的夏布，由江西当地的特产苎麻编织而成。其制品天然防腐，有上千年的使用历史。而现在，一些江西人已不满足于仅仅将苎麻织成布料。李九华，与苎麻打交道有10余年了，他带领的南昌良良实业有限公司将苎麻做成了枕头、席子、婴儿尿垫等多种产品，利用对传统苎麻编织工艺的巧妙运用、承袭，他的企业让苎麻编织这项传统工艺在婴幼儿市场、在枕头制作行业，焕发出了新的生机。

据李九华回忆，10多年前，他萌生了做苎麻枕头的想法。当时，市场上的婴儿枕头多采用凹形设计，填充物是海绵，枕套用料是蚕纱，制作工艺比较简单，这让他看到了把枕头做专做精的机会。

李九华说：“苎麻吸湿、散湿快，热传导性能好，加之使用的历史也很悠久，所以我感觉用苎麻做婴儿枕头应该很不错。”

有孩子的人应该都知道，小孩的睡姿不当，可能会对脸型、头型产生不利影响，所以家长们需要不断调整孩子的睡姿，非常辛苦。针对这种情况，良良公司不断摸索，研发出了托板式的苎麻婴幼儿用枕系列产品。这些产品非常用心地在婴幼儿枕芯内添加了一块硬板，如此一来，无论宝宝如何翻身，枕内的填充颗粒都能在一个水平面上自由滑动，使其头部得到有效支撑。再加上防腐、吸湿的苎麻枕套会让宝宝睡觉时感觉更舒服，所以，良良公司的产品推出后受到了很多消费者的追捧。

李九华对《中国贸易报》记者表示，除了快凉枕、护型枕等婴幼儿用枕外，公司开发出的成年人和老年人用枕销量也很不错。他们还在开发更多的功能型枕头用品，不断提升苎麻纺织工艺。现在，很多人睡眠质量不是很高，良良将以“睡好每分钟，强壮中国人”为宗旨，不断以创新的技术生产优良的产品，提高国人睡眠质量。

产品细节得人心

据介绍，在枕头之外，良良公司还用心研发了其他婴幼儿用品，而且这些产品无一例外也采用了苎麻，如凉而不冰的苎麻席子、吸水性能好且可抑制细菌生长的苎麻尿垫等等。

此外，使用者的舒适度、功能需求等也被企业考虑进了产品研发、生产的全过程。以良良公司的明星产品哺育枕为例，它的设计非常贴心，不仅能够帮助孕妈妈缓解腰部酸痛，还能帮助哺乳期的妈妈更轻松地哺育宝宝。经过多次改良，该系列产品已日臻完善，设计更符合人体工程学，同时还非常用心地加配了一个小口袋，方便妈妈们装一些零碎物品，细节处非常用心。

从不断研发、改进到更新产品，这一路，李九华摸索了10余年。他不仅带领企业将苎麻编织做得风生水起，而且骨子里精益求精的文化传统也促使他每走一步都求稳求实。

近几年，李九华的注意力主要集中在枕内填充物的品质提升上。他聘请江西科技师范大学的老师参与到研发过程中。目前，该公司生产枕芯填充物的机械是自主设计制作的，生产出来的填充物可达到食用级别。李九华表示，为了让产品更加精进，良良公司正准备建设一个生产填充物的无菌车间，希望能够做到全过程人手不接触。

除了精细化生产，该公司也将企业文化渗透到了各个细节。在李九华的工厂里，员工不存在加班问题，严格执行8小时工作制。他指出，只有保证员工的正常生活，产品的质量才能更有保障。

另外，在严格质量把控、用可降解材质做外包装等其他细微处，良良公司同样非常用心。之所以在这些方面投入这么多的精力，李九华认为，做品牌是不能偷懒的，每一个细节都要尽力做到精良，这样消费者才愿意买单。“我们不是一个人在战斗，良良希望与产业链上的所有厂家一起，为消费者提供更好的产品。”

江西老表 别总在“小”字上打转转

李国勇、李九华，两家企业的两位老板，都以江西的地方特产为依托，巧用心思，悉心琢磨，成功打造出属于自己的特色产品。在这其中，我们看到了特产的研发和利用、传统技艺的继承与创新，也看到了江西省内民营企业家的经营智慧。他们善于发掘——知道巧用地域特产、技艺打磨特色精品；精益求精——愿意花心思完善产品的每一处细节；耐力十足——持之以恒，推陈出新，坚持走研发、精进产品的发展之路。可以说，他们稔熟做生意的精髓，能深挖消费者需求，走在市场前面。

不过，在《江西老表》一文中，刘上洋也直指江西商人虽然小生意做得精、做得透，江右商帮亦曾与晋商、徽商齐名，但“既没有出现像徽商那样坐拥巨资、堪与王侯相比的富商大贾，也没有形成像晋商那样经营票号行业的垄断巨头”，“这不能不说是江西老表的一个悲哀。”刘上洋在文中这样写道，“岂止是在古代，就是在现代，江西老表的生意也都始终在‘小’字上打转转。”

依据刘上洋的分析，出现这一状况的根本原因在于，江西老表视野不宽，往往小富即安、小进辄止，长此以往，不仅会丧失自己的特色，还会因看不清发展前景而错失壮大发展的机会。

当然，每个企业的具体情况不尽相同，未必都存在同样的问题，但《江西老表》一文里的一些观点对不少江西省内的企业来说，也算是提了个醒。一如景德镇，作为瓷都，却鲜有品牌主动走出国门进入国外高端卖场；再比如，已进入数字化时代，但不少传统生产企业还无法跟上时代步伐，做不好新媒体营销。做企业除了要有特色、优势产品以外，还得有长远的战略目标和广阔的国际视野。

做企业难，做大企业更难。产品品质要有保障、工业设计要走在前端、差异化要做足做细、营销渠道要条条通畅……这些都需要大量的人力、物力投入。现在，有能力做好细节和小生意的江右商人们已经打造出了一批区域精品，起势很好，气势很足，但除了做精产品本身以外，企业也要拓宽视野，注重区域特色与国际流行元素的结合，同时，要善用新媒体营销产品、宣传品牌，拉近与消费者之间的距离，以开放的心态去迎接变幻无穷的市场。

我们期待中国更多有能力的中小企业，在行业整合及市场的大浪淘沙中可以脱颖而出，不仅做出好的产品、享誉世界的品牌，更能扛起相应的社会责任。

孟子说，智者劳心，强者劳力。做大企业既要劳心又得劳力，但这都不是偏安一隅的理由。毕竟，有能力清一色一条龙自摸的人，就别动不动屁胡了，江西老表，加油！