



戊戌年六月初四
2018年7月16日
星期一

电子版:www.zjgrrb.com
电子信箱:zjgrxw@163.com
国内统一刊号:CN33—0018
邮发代号:31—2 总第10986号

浙江工人日报

倾情关注劳动群体 全心服务工会组织

我省调整
退休人员
基本养老金
实行定额调整、挂钩调整
与适当倾斜相结合
(详见第4版)

社址:杭州市文一路80号12号楼 邮编:310013

传奇“斗士”庄启传

■记者 胡翀

“我就想让企业创第一流水平!”1985年,庄启传受全体职工所托,当选为国营丽水五七化工厂(纳爱斯集团前身)厂长,抛下一句铿锵有力的话语。

30多年来,这位全国劳模以坚韧不拔的创业精神、敢为人先的创新精神、兴业报国的担当精神,让一家名不见经传的小厂,成长为位居全国肥皂

行业第一、全国洗衣粉行业龙头,并成为日化行业国际市场的巨轮。

他是一个时代的“斗士”,他的奋斗史是改革开放四十年的

缩影。

在四十年的时代长河中,庄启传用沁入骨髓的那股干劲、那股拼劲和闯劲,烙下了属于他们这一代浙商的印记,用一生的努

力,践行着奔竞不息、勇立潮头的浙江精神。

2018年7月11日,庄启传这位“斗士”因病逝世,人生定格在66岁。

“命不可违,但运可择”



庄启传(中)和职工在一起(资料照片)。

从工人干起的庄启传,当过班组长、销售员、供应组长、供销科副科长、科长、经营副厂长。1985年,原厂长调至县机关当局长,化工厂厂小困难大,上面派不出人来,也没人愿意来,所以就让职工搞民主选举,最终,庄启传被选为厂长。

“是的,我就想让企业创第一流水平。”庄启传当选厂长的头一天,就在职工大会上亮出他的心愿,“我决不当守摊子的厂长,而要使工厂的产值、利润、文明办厂、产品质量在全地区名列第一。”

上任后,庄启传敏锐地捕捉到改革开放的大好形势,借助体

制改革等宏观发展契机,大刀阔斧地对企业进行了一系列整顿。然而,困难还是一波接一波,但庄启传初心不改,他说:人的命运是由两个方面组成,“命不可违,但运可择”,完全可以通过改变“运”来改“命”,破除宿命论。他坚信,山区小厂也能发展壮大。

从打破大锅饭、实行承包经营;到依托销售、创立品牌;再到提炼企业文化,为企业铸“魂”,庄启传,为“纳爱斯”稳键扎根、打破宿命努力着。

同时,他深刻反思种种遭遇,深感没有品牌的切肤之痛。于是,他决定在不具备任何发展优势的条件下,走创自主品牌之路。实践也最终证明,庄启传的这一步改变了山区小厂的命运。

1991年,庄启传利用对外开放的机会走出国门,成功引进瑞士技术开发香皂,并给产品取名为“纳爱斯”(“NICE”的英译,意为“美好”),以“同为世界一流精品,却只售进口香皂一半的价格”的精准定位,迅速抓住消费者的

心。这块香皂成功走进千家万户,庄启传带领企业成功“破茧”,初尝创品牌的甜头。

也是在1991年,经过技术攻关,去污能力提升了三到四倍的雕牌超能皂面世。然而好东西在市场上却卖不动。庄启传跟着销售团队亲自搞市场调研,并举办了一次“百万大赠送”雕牌超能皂市场推广活动,这场在当时看来非常高调的推广活动为产品打开了市场。

上海消费者一向以挑剔著称,上世纪90年代初,在上海市场找不到一块雕牌超能皂。“他们就觉得上海产的好,进口的好,其他地方的都不行。1994年我在上海做了一年销售,销售额才5万元。”与庄启传并肩在销售战线上干了28年的纳爱斯集团销售总公司总经理梁少平说,“庄董来考察后做了4件事,其中一件就是通过上海台的模特大赛和《新民晚报》,给产品打广告。”到了1995年,上海的销售额是500万元,1996年,达到了5000万元。梁少平骄傲地说,上

海现在在售的洗衣皂雕牌排第一。庄启传的好友、丽水市广电总台原副台长蒋一江回忆说,庄启传曾经很自豪地说过:“有水的地方就有纳爱斯的产品。”蒋一江认为,那是因为他对自己的产品质量、销售团队,以及在那个年代敢于“酒香自夸”的新型传播理念十分自信。在那个时间就是金钱,只争朝夕的年代,庄启传的理念可以说就是创新发展的动力。

1994年1月28日,浙江纳爱斯化工股份有限公司成立,由国家股、法人股、个人股组成,发行总额3000万股,每股1.3元,成了丽水地区首家股份制企业。同时,庄启传一手培养了纳爱斯强大的销售队伍,每次全国各地的分公司经理回总部述职,庄启传都会安排一至两个小时的时间单独听取他们的汇报,并一起分析情况研究对策。有这么一支善于“攻城掠地”的“虎狼之师”,产品很快覆盖祖国的各个角落,就是西藏的偏远山区,都有纳爱斯的产品。



青年时期的庄启传(资料照片)。

丽水还有纳爱斯 人间已无庄启传

■记者周金友 文/图

7月11日下午4时许,惊悉66岁的全国劳模、一代浙商庄启传走了,心里像压了一块石头……

至今清晰记得,2008年3月,我作为参加全国两会浙江人大代表团的随行摄影记者,第一次见到全国人大代表庄启传时,很难把眼前这位皮肤有点黝黑,朴实得像乡村教师这样的一个人,和浙江第一代杰出的企业家,纳爱斯集团的党委书记、董事长等身份连在一起。无论是去北京人民大会堂出席会议,还是在人民大会堂浙江厅参加讨论,庄启传总是静静地、专注地在听。即使面对中外记者的话筒,他的话也不多,但他说过的每一句话都很实在,把浙商特有的一股精神、一种气质,展现得淋漓尽致!

随后几年,每年3月,我都会随浙江代表团赴京采访全国两会。和他在一起的时间长了,自然熟悉起来。印象很深的是,他在看到我挂在校前的记者证,得知我是浙江工人日报的记者时,显得格外亲切。他问我,《浙江工人日报》之前是不是叫《劳动时报》?这张报纸好看,他爱看。

2008年3月16日,浙江代表团的全国人大代表们拿到了新发的代表证,庄启传在北京驻地兴奋地请我为他和几位企业界的全国人大代表一起,拍摄一张手捧大红证书的照片,留作纪念。就在拍摄这张照片后,他约我以后到丽水,到纳爱斯集团来看看,并很真诚地留下他的联系电话。10年时间过去了,时时记起他的纳爱斯相见之约,但不想,竟成永远的遗憾。丽水还有纳爱斯,人间已无庄启传!



2008年3月16日,在浙江代表团北京驻地,庄启传和浙江企业界的几位全国人大代表一起,手捧大红的代表证合影留念。



2011年3月6日,庄启传在北京参加全国两会时接受中外记者的采访,展现了一代浙商的风采。

不惧竞争,树民族品牌

“庄启传是个做大格局的人。”蒋一江回忆说,“1992年5月25日,我和庄一起登武汉黄鹤楼,并合了影。那年纳爱斯全年的产值只有4000万元,他跟我说纳爱斯要做中国洗涤行业的民族脊梁,我嘲笑他是痴人做梦;1994年3月的一天,我到庄启传简陋的办公室看他,他指着办公桌上新建办公楼的模型对我说,纳爱斯就像这艘大轮船马上扬帆起航了。我服了,盖个办公楼也要表示雄心壮志。”

现在看来,庄启传当初的雄心壮志正在逐步实现。

在带领纳爱斯与国际品牌的长期博弈中,庄启传意识到只有更加积极主动地转型升级,搭建中高端品牌架构,才能真正捍卫民族品牌,彰显强大的国家经济实力。由此,企业迈入了以高附加值品牌引领行业的发展阶段。

纳爱斯集团从1997年以后就没有一分贷款,每年还有巨额的利润留成。在2000年前后,全国有30家企业为纳爱斯贴牌加工,赚取加工费。其中美国宝洁成都基

地和德国汉高四平基地也为纳爱斯贴牌生产。有人风趣地说:“洋人都为纳爱斯打工了。”

名列全球前4位的洗涤跨国公司分别是美国的宝洁、英国的联合利华、德国的汉高、日本的花王,在改革开放中,这些巨头都来到中国,且投资很大。其间,国际日化巨头向庄启传抛出价格任由其开的合资“橄榄枝”,但被他婉拒了,因为一旦合作,中国洗涤格局可能面临“翻烧饼”的危机。之后,一场被命名为“射雕行动”的市场战便发动了,剑指纳爱斯。

2002年至2005年,国际跨国公司的洗衣粉市场受到纳爱斯集团的挤压后,推出了“射雕行动”,大幅度降低价格想夺回失去的市场,国内不少陷入困境的洗衣粉厂家也纷纷加入降价的行列。用庄启传的话来说:“纳爱斯被‘射雕行动’射得遍体鳞伤。”但纳爱斯强大的销售队伍顶住了压力,市场份额不减反升。这时庄启传在思考一个问题,单靠打价格战对全行业都不

利,应另辟蹊径。他看到国家的环保政策越来越严,消费者对天然、健康、安全、舒适的生活品质需求越来越高,必须抓紧转型,生产以天然椰子油为原料的天然皂粉,把过去“只选对的,不买贵的”转向“只为提升您的生活品质”。这个转型的过程,在庄启传看来,是自我认识的过程,也是自我否定、自我提升的过程。“只选对的,不买贵的”,是一种依靠性价比的优势,靠价廉物美取胜来实现企业的创业起步。而“只为提升您的生活品质”则是不断提高产品附加值,最大限度满足消费者日益提升生活品质需求的服务,来实现人境和谐、创新发展,走的是一条可持续发展、企业健康成长的道路。

2006年前后,国际日化企业正对中国日化行业实行“斩首行动”,疯狂收购国内行业龙头企业,而庄启传则在谋定之后给肆虐的“斩首行动”一个有力回应——同年底,中国日化界最大的收购外资案在广州上演,纳爱斯从英国人手



“崛起”雕塑矗立于纳爱斯集团广场,象征着纳爱斯人的精神,显示了“海纳百川、有容乃大”的气宇和回报社会的愿景。

见习记者邹伟锋 摄

中收购了100年润发、西亚斯等品牌及83只商标的所有权。

庄启传曾经在接受中央电视台采访时说:“明天的纳爱斯是世界级的纳爱斯,我们这辈子肯定很

执着地往这个方向前进,我们能做多少我们一定会尽力,可能我们这代人(的努力)还不能成为世界上顶级的公司,但至少我们会把路铺下去。”

“将工作当作是第二生命”



由纳爱斯创始人庄启传撰写的多部企业经济发展成长著作,摆放在展厅,供后人学习借鉴。

见习记者邹伟锋 摄

“世界的纳爱斯”是庄启传未酬的壮志。2016年,他因患病消失在公众视野中,但却一直记挂着企业和员工。

2017年9月27日,纳爱斯集团党委书记、董事长庄启传在参加完首届世界丽水人大会后,专程回到集团总部看望员工,这是他最后一次出现在员工面前。这时的他已经做了12次化疗,却仍惦记着企业的员工们,“我绝对相信每个岗位的员工都能自觉做好工作,如果我不相信你们,我还能相信谁?”

员工是企业第一资本!早在上世纪80年代,庄启传就提出了这样的观点。

在纳爱斯的展厅中,关于员工有这样一段描述:纳爱斯是员工的依托,员工以纳爱斯为荣。融入纳爱斯的员工是企业的第一生产力和第一资本,是纳爱斯安身立命之本和持续发展的基础。纳爱斯给员工最大的财富,是员工才智在纳爱斯能得到施展与实践的机会。

“这青年有股脾气,干啥都

想争第一。”是纳爱斯的前身国营丽水五七化工厂的老员工们对于庄启传的最初认知,而庄启传则视自己的员工为一个战壕里共同“战斗”的“战友”。互敬、互信、互爱、互知,让庄启传与员工结成了最牢不可破的事业发展共同体。

1989年,国家银根紧缩,国内外经济不景气,代加工订单无处可寻,企业面临生计困境。庄启传便以身作则,发动大家清理库存,全员上街卖肥皂,以此支撑企业运转、寻找蜕变契机。

有一天,庄启传在医院门口看到一辆手推车,车子旁边站着厂里一位女工正在叫卖肥皂,车上还坐着年幼的女儿。突然,天下起了瓢泼大雨。她撑着伞,遮住住女儿就遮不住肥皂,情急之下,她就用身体扑在肥皂堆上,用身体为肥皂挡雨,自己却淋得湿透。这一幕场景,这些年来始终印在庄启传的脑子里:“要不是有这样的员工,哪有今天的纳爱斯,哪有我庄启传。”由此,他提出“员工是企业第一资本”

