

董李

## 让中国电池走向世界

本报记者 严瑜

## 商界传奇

抛弃教书匠的铁饭碗，选择创业的风雨艰辛；离开熟悉的纺织行业，进入完全陌生的电池制造领域；从国外市场打开商路，进而转向“内销”……眼前这位国字脸、板寸头的湖北籍侨商话语不多，但他和记者聊起自己曾经的选择和经历却个个不同寻常。

他是理士国际技术有限公司董事局主席、中国侨商投资企业协会常务理事董李。创业经商20多年，他一直锲而不舍地在做一件事，那就是打造中国的蓄电池品牌，并把它们推向世界。如今，他的公司已在国内最大的蓄电池出口商，年销售额超过60亿元，他的客户则遍布全球100多个国家和地区，其中包括沃尔玛、宝马这样的商业巨头。

## 从教书到创业

上世纪90年代初期，中国掀起新一轮“下海经商潮”，董李就是成千上万“弄潮儿”中的一员。

“从1990年到1992年，我们在学校已经听到了南方发展的声音，这对我吸引力很大。”董李至今依然记得当年心中那跃跃欲试的冲动。没多久，他便放下西安高校教师的“铁饭碗”，只身前往广东，投身到南下创业的浪潮之中。

“在学校的未来是可见的，我想向更多未知的方向挑战。”董李说。而之后的很长一段时间里，他遇到最多的正是一个又一个挑战。

在从事一段时间的针织服装生意之后，“不安分”的董李将目光转向当时国内一个全新的行业——蓄电池。那时，距离中国出现第一家电池生产厂商不过两三年，蓄电池在国内还是一件新鲜事。“这是一个新行业，同时也是一个新技术、一个新市场。”在董李眼中，“新”就意味着机遇。于是，他的第一家电池生产公司应运而生。

当然，“新”也意味着一无所有、从头开始。董李还记得，他的

创业是从3万元开始的，等租完房子，他已是负债的状态。而那时他所在的深圳，虽然已是一片汇聚无数“财富梦”的热土，但是创业环境却远不如今天。

“刚到深圳时，从深圳火车站到蛇口口岸的路很窄，大巴车都开不过。”于是，董李只能搭乘中巴车，从早到晚走了一天的泥巴路。而无论是办理公司的营业执照还是和当地各色人等打交道，董李都没少碰壁或绕弯路。

但这些困难在董李看来不足挂齿，因为“这是打造自己竞争力的一种苦”。“成功源于吃苦，而肯学和肯干都是吃苦的方式。”董李说，这是早年的打磨教会自己的最重要一课。而他正是凭着这股能吃苦的韧劲，在完全陌生的蓄电池生产行业摸爬滚打，从门外汉变成了内行专家，并在2010年见证自己的公司在香港主板上市。

## 从出口到内销

渐渐积累起可以周转的资金，也探索出一条“先出口、后内销”的独特发展路径。

为了在海外市场走得更远，董李不仅严把产品“质量关”，而且还大胆地做起“第一个吃螃蟹的人”，率先在国外建仓、聘请当地的销售人员。“其他企业大多是派销售人员去国外走一圈，但我觉得要真正打入海外的主流市场，必须请本地人来帮忙做生意。”

功夫不负有心人。进入海外市场第一年，董李公司的销售额是100万美元，而到第四年，这个数字已达到1600万美元。“有了基本的脸面，再做国内市场就有底气多了。”董李笑说。

而今，作为一名侨商，行走海外多年，董李更加体会到国内外在文化背景、做事方式、管理理念等方面的差异，因此更是坚持聘用当地员工深耕海外市场的理念，这也让他公司的国际版图不断扩大。

现在，董李的客户已经遍布北美、欧洲、东南亚的100多个国家和地区，除了早期合作的中小型客户之外，还与不少大客户建立了联系。而他在国内搭建的100多万平方米厂房也早已代替当初租借的500平方米厂房，甚至在马来西亚、印度、斯里兰卡等地也建起海外厂房。“我们计划在明年年底之前再在印度、泰国、墨西哥、马来西亚等地建4间工厂。”谈到公司未来的前景，董李露出自信的笑容：“刚开始是很困难，但真正打出来了，就是一片美好的天地。”

## 从模仿到创新

“我们大概有1000多项专利，现在仍然保留的有600多项，主持和参与起草国家、行业标准40多项。”聊到公司的技术实力，董李不无骄傲。

经商二十余年，董李认为，生意的精髓是盈利，盈利的秘诀是拥有竞争力。那么，竞争力从何而来？创新就是极为关键的因素。

董李坦承，最初自己也试图走模仿的捷径。“说得贬义一点，就是直接抄袭国外的产品。”但很快，董李意识到，企业要成长，技术领先至关重要。

在产品的技术研发上下血本，董李始终毫不犹豫。1999年，还在企业起步的艰难阶段，董李就给公司的技术人员开出每月5000元的工资，而给自己的仅仅1500元。“他们才是宝贝，所以钱都投资在他们身上了。”董李笑道。

这个想法到现在依然没有改变。今年，公司的销售额达到60亿元，董李拿出其中的4%用于产

品研发。别看4%数字小，换算过来是足足2.4亿元。“一般同类企业的研发经费只有销售额的2%。”董李说。而他的研发团队也已扩充到500多名工程师。

在增加投入之外，董李也不放过一切可以学习的机会。如今的他名副其实“空中飞人”，穿梭于世界各国。除了了解国际市场的行情，董李还有一项重要的任务，那就是参观考察各国顶尖的研究所、实验室与工厂。“我们也和欧美电池行业的制造商合作，甚至邀请他们的工程师来工厂指导我们的产品生产，分享他们新的研发方向。”董李说，为了更加灵活地创新产品种类，他还尝试采用小批量、半自动化的生产方式，并且增加设备的投入，以便及时更新开发的产品。

这一切都只为一个目标——让理士国际成为一家技术领先型企业，让理士电池成为国际知名产品。

如今，董李公司的电池产品不仅在国内独占鳌头，也能与国际同类优秀产品一争高下。“我们企业拥有的产品线之广、产品品种之多在海外都是领先的。”董李自豪地说。而他还有一个更大的心愿，那就是让公司跻身全球电池生产企业前五的行列，让“中国制造”的电池进入国外的主流市场。

“我们是第一批做进海外市场的企业，但目前依然规模不大，还有成长的空间。”董李说，现在海外市场大量使用的还是本地制造的电池，而从中国切一块属于自己的“蛋糕”，正是他接下来的计划。



图为董李。

姬文丰摄

## 商机商讯

## 中国侨商会研修班开班

据中新社电 中国侨商投资企业协会国侨高级研修班日前在清华大学正式开班。包括中国侨商会会员、协会青年委员会、科技创新委员会委员和地方商会在内的50余位侨商代表参加研修班学习。国务院侨办副主任、中国侨商投资企业协会常务副会长王瑞萍，清华大学继续教育学院院长高策理等出席开班式。

王瑞萍表示，今年是实施“十三五”规划的第一年，中国经济实现了平稳发展的良好开局。党中央、国务院高度重视非公有制经济的健康发展，通过出台一系列利好政策“组合拳”，加大落实督查力度，促进民间投资回稳向好，为广大侨商带来了难得的机遇。

## 国侨办东京推介“侨梦苑”

据中新社电 国务院侨办经济科技司司长左志强一行日前抵达东京，拜访中国驻日使馆和侨团，着重介绍了“侨梦苑”建设情况，期待在日侨胞回国“圆梦”。

中国驻日使馆总领事王军主持了当天的座谈会。左志强在会上全面介绍了中国国内的经济形势和侨务经济科技工作情况。他说，为了服务广大侨胞回国（来华）投资创业，服务国家“大众创业、万众创新”发展战略，国务院侨办推出了“万侨创新行动”，并将“侨梦苑”作为建设重点，着力打造华侨华人创新创业平台，促进侨资侨智侨技资源综合集成、融合发展。

## 中国—拉美企业家峰会举行

据中国侨网电 近日，“第十届中国—拉美企业家峰会”在河北唐山举行。河北省侨联组织邀请了来自阿根廷、巴西、巴拿马、秘鲁、智利、哥斯达黎加、墨西哥7个国家20个侨团的84位海外侨领侨商参加了此次峰会系列活动。

本届峰会以“携手创新、合作共赢”为主题，由中国贸促会、河北省人民政府、中国人民银行和美洲开发银行共同主办，中国国际商会、省贸促会、省商务厅、中国银行河北省分行、唐山市人民政府共同承办。



图为中国—拉美企业家峰会参会代表合影。

来源：中国侨网

## 上海侨务代表团赴美出席科技商贸峰会

本报电 据上海市侨办消息，日前，上海侨务代表团一行赴美参加第四届西雅图科技商贸峰会。

在开幕式上，代表团作了“上海欢迎你”的现场咨询推介。围绕推介上海建设具有全球影响力的科技创新中心的创业发展环境，代表团重点介绍了杨浦区区和嘉定区作为科创中心建设重要承载区的情况、上海杨浦区侨梦苑的筹建情况以及上海市侨办为侨服务的各项政策与举措。

上海展区受到与会华侨华人专业人士的热烈欢迎。本次上海侨务代表团还邀请了多位国家和上海的“千人计划”专家参会，在推介会上与美国的华侨华人专业人士交流分享了回国创业发展的体会，提供了专业的咨询建议。



图为董李（左）接受本报记者采访。

姬文丰摄

## 华商看中国发展

历史进入大变革的时代，资源共享、合作共赢成为时代主旋律，中国的崛起成为全球瞩目的焦点，海外华侨华人成为“中国形象”的代言人。

——欧洲浙江华人联谊会会长会长詹永平

从改革开放到“一带一路”，国家的兴盛就是侨商侨胞的福祉。和很多侨商侨胞一样，我也是在内地获得了稳定的财富增长。如今回首往事真是幸运，如果不是幸逢国家盛世，我们的人生将会改写。

——中国侨商联合会常务副会长孙启烈

## 商论语丝

企业应凭借“一带一路”的契机进一步提升自身产品与服务水平，并推动官、产、学、研多方合作，积极改善生产技术和促进科研成果商品化，为提升粤港企业竞争力做准备。

——香港中华总商会副会长曾智明

只有通过转型升级才能完善自身的发展，只有自身不断的发展才能达到产品与市场高端多元化，才能抓住“一带一路”的机遇。

——印尼中华总商会副会长林克旭

## 华商谈经商之道

## 历史掌故

## 北马鲁古华侨的为商之道

董莹

16世纪初，北马鲁古群岛的苏丹和地方酋长开始邀请中国人永久居住在北马鲁古。而郑和下西洋滞留不归的士兵以及活跃于菲律宾到东印尼望加锡地区的中国海商是明朝北马鲁古华人移民的主体。18世纪，特尔纳特岛已经出现华人聚居的社区，并形成了瓜马拉马商业街区的雏形。19世纪末20世纪初，北马鲁古群岛的华人口获得较大增长。

北马鲁古群岛特尔纳特岛的华人总数不超过800人，且90%以上在瓜马拉马商业街经营规模不大的店铺。这里聚集着大大小小152家商铺，其中127家由华人经营，因此又被称为“中国村”。

北马鲁古群岛华人经营的商店为传统的“华人型”，即“下店上家”的格局。门市部一般在商店一楼的前厅，后厅设有雇员餐厅和仓库，而华人的家则在二、三楼。多数华人商店还配备了与华人家庭居所相区隔的员工宿舍。这些商店对华人而言，并不仅仅是谋生手段，更是家庭发展的

全部指望，包含了所有家庭成员的技术投入和情感奉献。商店是当地华人在社会生活中获得安全感的重要资源。

当地华人店铺的店主多为男性，但多为夫妻共同经营。丈夫主要负责与外界的商业往来，而妻子基本待在商店中主持日常经营。子女从小耳濡目染，在父母的熏陶下具备基本的经商素养和能力，他们成年后也参与到家庭的商业经营活动中来。

当地华人的家户经营模式不仅可以充分调动家庭成员的积极性，还有效地节省了人力资本。对每一个家庭成员而言，商店不仅是父母的，更是自己核心家庭发展的依托。家族成员共享的经营理念和规范，尤其是对“诚信”的坚持，是当地华人取得商业成功的重要原因。同居共财、代际继承等核心原则保证了特尔纳特华人家庭商业



图为北马鲁古群岛特尔纳特岛街景。

资料图片

发展的稳定性。对当地每个华人家庭来说，他们不仅要面对市场风险，更要探索如何内嵌到当地的社会结构中谋求发展。

对“绝对少数”的北马鲁古华人而言，除了保持社群内部的团结外，还必须在家庭结合的总原则之下形成有效策略来应对由族群关系与政治环境带来的潜在危机。具体而言，当地华人把商店作为家庭的全部生存依靠和情感寄托，同时将“以店为家”作为家庭延续的总体策略。

来源：《华侨华人历史研究》