

奔向蓝海

朱建华

创新者无时不在寻求市场的蓝海。

全球顶级商学院教授和世界经济论坛会员W·钱·金和勒妮·莫博涅在其合著的《蓝海战略》一书中写道：企业要赢得明天，就必须不断地开创“蓝海”，即蕴含庞大需求的新市场空间，这就是“价值创新”的战略行动。

推动消费升级，赢得经济繁荣，这是历史的昭示和呼唤。正当进入经济新常态的华夏大地吹响供给侧改革号角之时，在地处东南沿海改革前沿的福建厦门自贸区内，有一位名叫林瑞生的创新者，以壮士断腕之勇气，驾驶他建造的“酒划算”之舟，不惧风高浪险，坚守“不破楼兰誓不还”的坚定信念，向梦寐以求的市场勇敢前行。这位在供给侧改革领域大胆探索的创新者，乘自贸区改革之风，取新兴市场崛起之机，以其创造的“价值创新”营商新模式，短短几年内，使诞生于自贸区的进口酒超市比价全球，风生水起。其“狭路相逢，握手言和，以互联网思维发展壮大实体经济”的学说，以超强的思辨力和竞争力，为风起云涌的新兴市场增添了一道亮丽的风景。

沧桑鼓浪屿，碧海厦门湾。

镌刻着机帆云集，海丝起点的厦门港与自贸区，见证了一艘勇于创新搏击风浪的旗舰，怎样在新世纪的晨光中，从这充满生机的港湾扬帆起航，驶向世界辽阔无边的蔚蓝……

供给改革：特区开拓者的特殊使命

一切皆缘于梦想。

林瑞生的逐梦之旅并非一帆风顺。最初的“产业报国”之梦并未实现，却成为了一名公安干警。14年执法如山为民服务的警察职业生涯，锻造了他对国家的丹心赤诚和百折不挠的坚韧性格。

1995年初秋，林瑞生从家乡福建宁德霞浦去北京上大学。在中国人民公安大学读书期间，担任校文学社社长的林瑞生废寝忘食，博览群书，尤其钟爱中外哲学书籍，老子、金刚经、罗素、苏格拉底、孟德斯鸠等国内外众多思想家及哲学书籍开启了他的智慧之门，为日后从商创新营商模式奠定了坚实的基础。

2012年，林瑞生弃政从商开始“产业报国”的逐梦之旅，有一天，他突然对亲友说：“厦门这个既是特区又是改革开放的前沿城市，竟然没有一个规范的进口酒总部平台，我将填补这个空白！”

林瑞生说这番话时，中国进口酒市场正处于大洗牌和整合的时期。物竞天择，优胜劣汰，单就厦门进口酒商最多时达2600家，一年之内消失近2000家。

一只小蚂蚁重新制定市场规则，无异于痴人说梦。

“自反而缩，虽千万人，吾往矣”。企业家都具备“孤勇”与“坚忍”的特质，一旦方向确定，纵然前方万丈深渊，也会义无反顾。

2012年7月，在鹭岛的这个夏末，一个叫“厦门大迎实业—东南红酒交易中心”的公司，于厦门海沧禹洲广场东南交易中心的一万平的地下室悄然出发。

那是一段怎样鼓满风帆的岁月啊，海风不停地吹，创业者在大地与楼宇间挥洒汗水。

创业之初的艰辛无以言表。初创阶段，林瑞生带领草创团队全国奔走游说招商，嗤之以鼻不屑一顾的闭门羹成了家常便饭。无数次的绝望随着夜幕降临，第二天太阳升起的时候再一次满血复活重燃斗志。终于，公司租用的一万平方米的地下室里慢慢有了人气，聚集了从全国各地招来的40多家进口酒商，厦门第一个进口酒总部平台曙光初现。

平台虽然搭建起来了，但因难却接踵而至，由于弱小，大品牌不买账，只能将屈辱吞进肚子里。为培育市场，不得不高进低出，做赔本的买卖。没有自己的品牌，自己尚无造血功能，进场的酒商人心各异，很难达成共识。抓住了场地，却抓不住人心。一年投入3000多万元，而产生的销售额却不足200万元。巨额亏损，使得林瑞生不得不卖掉自家的住房，一家五口人挤住在只有60平方米的出租屋内。

面对困境，浑身透着现实主义、理想主义、浪漫主义气质的林瑞生心中有大目标，以不变应万变，坚定不移走下去。危难之时，颇具开拓能力的邢非吾辞去公职赶来加盟助阵。林瑞生便请这位昔日的武汉大学研究生且已在国企打拼颇有建树的海外创业者，从零开始潜心研究互联网，用了一年多的时间，抓住互联网机遇，利用京东和天猫的互联网平台，使年销售额一路攀升达到6000万元。

充满睿智的林瑞生，通过几年拼杀早已敏锐地意识到，企业没有自己的品牌，就难以施展拳脚，更不可能做大做强。

2014年1月，“酒划算”品牌横空出世，第一家门店—杏林月美店诞生。

2015年3月的一天，福建自贸区厦门片区海沧办主任林江帆找到林瑞生，道出了厦门自贸区要重点发展进口酒产业的规划，邀请林瑞生和已身处自贸区区域内的“酒划算”参与自贸区建设，创造新的营商模式，为全国提供可复制、可推广的改革经验。“酒划算”可享受自贸区政策红利，自贸区管委会将主动为区内企业站台，支持企业发展，共同创造自贸区美好的明天。林江帆的一席话，使林瑞生度过了一个心潮难平的夜晚。

积极探索推进供给侧改革，是历史赋予每一个特区建设者的特殊使命啊！

像一列春天开出的高速列车，“酒划算”从此开始了动人心魄的陆地飞行。与先行先试、改革创新、发愤图强的自贸区一道，迎来了新世纪最激荡人心的曙光。

可是，天有不测风云。2016年9月，厦门遭遇了有史以来最强台风“莫兰蒂”的横扫，公司所在的地下室被淹，成为一片泽国。

台风过后的第二天，厦门自贸区管委会主任倪超、海沧区委书记林文生，区长孟芊等政府领导便出现在“酒划

算”所在的地下室门前。

无论你是国有，还是民营，只要你与这个国家同呼吸，共命运，只要你忠实并无愧于这个时代，你就会得到祖国母亲的呵护。林瑞生禁不住热泪纵横。

这次灾后视察，政府领导当场拍板，为支持“酒划算”发展，从此由地下转为地上，将自贸区4000平方米办公楼



东南红酒自贸直销中心

(资料图片)

提供“酒划算”使用。

市领导话音未落，一股暖流涌进林瑞生心田。

2017年4月，“酒划算”总部大楼在厦门自贸区门户位置落成。“东南红酒自贸直销中心”几个红色大字像一朵朵永不败的凤凰花在碧海蓝天的映衬下格外醒目。全球酒商的目光，开始更多地关注厦门口岸，这片创新之地的波逐浪涌。

创新探索：打造“价值创新”营商新模式

这注定是一场传统与现代，保守与变革的思想的搏杀。

1983年，第一家Costco仓储商店在美国西雅图开业。创造了短短的不到六年时间里销售利润从零增加到30亿美元的商业神话。至2003年，已更名好市多的这家公司销售额已达417亿美元，拥有407家仓储店，10.3万员工，2000万忠实的会员和4000万持卡消费者，成为美国第六大零售商。好市多创造的营运理念是：尽可能以最低价格提供会员高品质的商品。

让“酒划算”成为中国的“好市多”，早已成为林瑞生不懈追求的目标。为此，必须勇于创新探索，颠覆传统，创造一种全新的商业模式。

让梦想照进现实。在新兴市场摸爬滚打多年的林瑞生洞察到，在互联网时代，实体经济仍然是推动产业变革的基石。在“乱花渐欲迷人眼，浅草才能没马蹄”的迷茫中拓清雾障，透过表象看到本质，找到符合中国国情的营商规律，不断追求未来价值的“酒划算”人，在新世纪敲响的晨钟中，开启了创造“价值创新”新营商模式搏击深蓝市场的崭新征程。

使命虔虔，号角催征。

不知有多少个星光满天、海风劲吹的夜晚，一轮明月将林瑞生高大的身影投在波涛翻滚的海岸上。这位运筹帷幄，处变不惊，经历了无数次痛苦，奋争；每当危机来临，总能化险为夷的商业精英，一遍又一遍逆向思维对时下的营商模式进行着冷峻的思考；庄子在《齐物论》中写道：“道昭而不道，言辩而不及。”怎样传达给消费者“直指人心”的信息？毋庸置疑，物美价廉，是消费永恒的追求，也是贸易的本质核心。魏源曾在其《海国图志》中写道：“师夷长技以制夷。”为何从不从知名国际商业案例中汲取营养？一定要破除“割韭菜”思维，大舍才能大得，让利给消费者，才能走得远，居高声自远，无限风光放眼量！

这是何等宽广的营商胸怀啊！

如何建立战略性的思维高度，把不断优化提升竞争力作为长效机制是企业在新经济发展环境中可持续发展的重中之重！

林瑞生认为，谈论“升级、降级”或“春天、冬天”都只是纸上谈兵的书生意气，消费增长和历史前进的车轮谁也无法阻挡，有狂热就必然有冷却。市场经济的任何阶段都不可能一帆风顺的，企业发展概莫能外。企业的掌舵者一定要努力做到保持一份冷静，在困境中保持一份激情。只要有人，就有消费。而满足消费者新的需求，就是企业需要解决的痛点。企业不但要不怕新生事物，还要勇于创新。互联网和实体的融合，都是为了满足消费者

更高的需求。为了实现效率和体验的更优化，因此，这种融合不只是风口，而且是大势所趋。

新零售的本质是效率和体验。新经济生态中的企业要不断实现互联网和实体的更高融合，一切从消费者出发，永远不放松“利他思想”，建立自己的鱼塘，吸引五湖四海的鱼游过来，积少成多，形成一个属于自己的线上线下不断“酒

游”和“繁衍”的生态闭环。这就是林瑞生的“鱼塘理论”。

林瑞生给“酒划算”制定的愿景是：与全球比价，极致强化服务体验，做老百姓最喜欢的专业进口酒超市。

林瑞生由此创造的只打价值战的新经济模式是：效率更强化、体验更优化、价格扁平化。“酒划算”一直努力在做两件事：一是怎样使正品行货的售价变得更低；二是怎样

使客户变得更懒。

其实，消费者的消费是很容易形成惯性思维的，一旦消费者产生了担心害怕的消费心理，这个经营模式就很难形成可持续发展。但如果消费者有了很好的体验，发现全球最知名最热销的产品你都有，都有正品行货的品质保障，而且价格居然比纯电商和其他实体店都低，就会马上引起消费者的注意。而且，消费者无需到店，无论身处任何场景，只需要打开“酒划算”微信公众号商城，手机轻轻一按，与您距离最近的实体店就会马上收到指令指定时间送到指定地点。不断开发解决各种场景化需求，形成更好的消费依赖，就是“酒划算”供给端升级带动消费升级从而持续拉动实体经济增长的动力。

市场的波诡云谲，佐证了一个企业家敏锐的嗅觉和精准的判断。“酒划算”新经济模式一露面，就如同给在低迷中奋进的实体经济注射了一针强心剂。

潮平两岸阔，风正一帆悬。

潮起云涌的新兴市场是一片广阔无垠的蓝海，用新经济模式武装的“酒划算”号之舟，正从先行先试的自由贸易区迎面驶来！

创造辉煌：引领消费升级的竞争潮流

一树繁花，尽显春天生机。

“酒划算进口酒总部平台复制模式”的示范，引发了中国进口酒产业的勃兴。仅两年多时间，“酒划算”全国连锁超市门店就如雨后春笋般突破了400家。

竞争力换回了话语权。

青云宏志，以梦想为马，以创新为魂，“酒划算”在林瑞



林瑞生董事长(前排左一)为领导和来宾讲解供给侧改革的“酒划算价值创新”模式。

生带领下，不断攻城略地，创造着新的辉煌。

2015年10月，澳洲著名品牌奔富福建区负责人亲临厦门“酒划算”总部洽谈合作，“酒划算”得到奔富全系列产品的市场授权。2017年11月，奔富系列产品在“酒划算”平台年销售超过1000万元时，富邑集团中国区总裁主动再次造访厦门，与林瑞生会晤。此后，奔富在“酒划算”平台的销售又翻了数倍。

总部设在法国波尔多的世界酒业品牌巨头保乐力加，早就垂青“酒划算”在中国市场的占有率，2018年9月，保乐力加中国区总裁亲率高管团队来厦门“酒划算”总部，双方成为良好的合作伙伴。

南非纳姆阔酒庄是南半球最大的葡萄酒酒庄，其知名度在英国家喻户晓。2018年纳姆阔酒庄中国区代表主动来厦门洽谈全面合作，对方当场与南非总部电话联系，半小时内得到答复，同意“酒划算”条件，与“酒划算”合作，全面进军中国市场……

梧桐树高凤必至，鸟语花香蝶自来。

两年时间，“酒划算”旗下便汇聚了拉菲、奔富、红魔鬼、马爹利、人头马、轩尼诗、喜力、福佳等2000多个国际品牌，涵盖近20个进口国。并不断在市场消费中优胜劣汰，打造精品爆款产品，从2000多个合作品牌中精选100个品牌，把控产品质量和进货价格，惠及消费客群。“原瓶进口，正品行货”，并与国际一线酒庄、进口商密切合作，ASC、澳洲TWE集团、保乐力加等纷纷成为“酒划算”直接供应商。

“酒划算”全国连锁超市的快速崛起，彰显着岩浆喷涌的力量。

运营总监钟兴琼见证了岩浆喷涌时的壮观。今年40

岁，毕业于江西师范大学，英语专业出身，有着10年合资企业主管区域国际贸易业务经验，锻造了高效超强执行力及亲和力的她，容貌亮丽、快人快语，2015年4月正式入职“酒划算”，成为全国连锁平台的有力推动者。

“酒划算”新营商模式，以一种神奇的力量在传递，以旺盛的生命力在生根发芽。

2015年下半年的一天，出差厦门的河南郑州人士张海峰，散步时偶然走进靠近宾馆的一家“酒划算”专卖店，惊奇发现店里的进口酒价格比市场低了很多，而且是进口原瓶。几个月后，原本经销药品的张海峰在对“酒划算”营销模式进行了详尽的明察暗访之后，费尽周折终于找到了钟兴琼，提出加盟经营请求。在钟兴琼的鼎力支持下，2016年8月28日，张海峰在郑州二七区开了自己的第一家“酒划算”门店。尝到甜头后，一发而不可收。在郑州接连开了8家连锁店，2018年营业额达3000万元。在他的带动示范下，河南的开店者遍布三门峡、信阳、新乡、安阳、新郑……

王海鑫，一个来自黑龙江大庆市的普通消费者，在洞察了“酒划算”的竞争力后，从“酒划算”门店的一个消费客户转化为加盟合作伙伴。2018年9月21日，王海鑫的“酒划算”门店在大庆市开业，震天动地的鞭炮声响彻黑土地上空。

江西赣州人何喜斌，原本是厦门“酒划算”仙岳店的一名员工，每天都在亲身感受“酒划算”营销服务模式竞争力与吸引力的他，终于有一天，禁不住辞职回乡，开办了属于自己的“酒划算”连锁……

精通四国语言，出生于乌克兰赫梅利尼茨基市，拥有一双蓝眼睛，中文名叫许佳的乌克兰小伙，不远万里来到中国，成为“酒划算”的市场总监。

把每一个客户都视为“酒划算”自己的亲人。许佳的手机里存有海量“酒划算”粉丝客户，每天24小时面对消费者的服务体验。2018年7月15日傍晚，许佳接到一个海口打来的电话，原来是一位姓李的客户在海口出差宴请宾客，手机下单购买两瓶进口红酒。放下电话，仅仅过了20分钟，获得意外惊喜的李先生便在酒店收到了“酒划算”海口市美兰连锁店送货上门的红酒。

每每提及“酒划算”的客户服务体验，许佳总是用具有乌克兰语味道的中文大声回答道：“我们就是要让客户变得更懒！”

一流的服务，一流的客户体验。这是何等充满魅力活力四射的营销模式啊！

这激情燃烧的岁月，这诞生奇迹的时光，这梦想成真的年代……

让中国的消费者享受到真正的进口原瓶高品质的保真产品，是林瑞生梦寐以求的事情。2014年初，他从大数据中发现，国内某沿海城市的进口散装酒竟然占比达到90%，由于不是原瓶进口，容易产生灌装勾兑造假。

为此痛心疾首食难安的林瑞生，以对消费者高度负责的精神，叩开了厦门国家检验检疫局局长办公室的房门，探讨如何从进口源头把控，把厦门打造成为没有散装酒进口的口岸，成为一个有进口品质保障的沿海港口。

相同的责任意识，共同的理想信念，三方一拍即合！厦门海关、厦门国家检验检疫局与“酒划算”一同开展的“倡导原瓶进口，坚决抵制水货、假货”的主题活动，像一面鲜艳无比的旗帜，在厦门国门上空迎风飘扬。

“酒划算”的成长壮大，带动了厦门特区进口酒业的蓬勃发展，自厦门自贸区成立时零的突破，而今厦门港进口酒数量跃居全国前三，啤酒进口量排名第一，占全国啤酒进口总量三分之一。

中国进口酒市场的有识之士，开始将期待的目光投向远在东南沿海的“酒划算”。“酒划算”的营商模式，像一颗冉冉升起的新星，璀璨夺目，光耀东方！

辉映蓝海：开启“品鉴世界”新征程

风雷激荡向未来。

国际市场风云变幻，面对新的机遇与挑战，中国经济又站在新的历史起点之上。

中共中央国务院印发《关于完善促进消费体制机制，进一步激发国内消费潜力的若干意见》，发出构建更加成熟的消费细分市场，壮大消费新增长点的动员令。

这是中国经济进入新常态迎接新挑战再出发的又一次总宣示、总动员。

消费是拉动国民经济发展的一架极其重要的马车，消费是最终需求，既是生产的最终目的和动力，也是人民对美好生活需要的直接体现。加快完善促进消费体制机制，增强消费对经济发展的基础性作用，有利于优化生产和消费等国民经济重大比例关系，有利于实现需求引领和供给侧结构改革相互促进，有利于保障和改善民生。

林瑞生思考最多的是如何刺激消费，真正开掘出新兴的消费形态，其本身也应看作是一种制造，创造新的市场服务业就是制造业。要制造树立中国自己的营销品牌，让经营者和消费者慕名而来。让供给侧改革真正能够刺激消费推动新的消费增长。

面对高达万亿元人民币的中国酒市场，林瑞生深知，以消费升级引领供给创新，以供给提升创造消费新的增长，二者必须同时发力。由此，“酒划算”的使命和创新之路还很长，很长……

诞生于厦门自贸区的“酒划算”，像一个改革创新前沿的“蓝色的精灵”，得到各级党委、政府的关注与支持。世界名庄展示直采中心，各国高端名酒庄汇聚，吸引全国高端直采大客户业务落户厦门海沧自贸区，成为厦门自贸区建设成果对外展示的又一重要窗口，成为了美丽厦门递给世界的一张靓丽的名片，吸引了一群又一群来自自贸区取经的全国各省市领导及宾客在这里驻足……

滔滔鹭江水，凤凰花正红。

面向未来，林瑞生雄心不已，拟在三年内使全国连锁店达到2000家，让“酒划算”的实体店遍布全国主要城市的各个角落；在首都北京布局120家“酒划算”直营店，仅北京直营店的销售额，第一年力要达到6亿元人民币，第二年超12亿元；让“酒划算”品牌成为世界葡萄酒最划算的标志；在自贸区政策红利支持下，积极响应国家“一带一路”号召，联通中外，品鉴世界！

林瑞生和他的“酒划算”新营商模式的创造，是中国经济进入新常态深化供给侧改革的创新探索与开拓实践，不在于它为中国经济贡献了多少营业额，更重要的是，它是为中国供给侧改革闯出了一条用互联网思维发展实体经济的创新之路……

梦想是前行的风帆，思想是前进的灯塔。一个新营商模式带来的裂变仍在继续。路在脚下，梦在前方，碧波荡漾的蓝海还会远吗？



第二十届中国国际贸易投资洽谈会期间与国内外客商洽谈合作业务。(资料图片)