

# 余建强： 用努力和诚信赚得机遇

本报记者 严瑜

商界传奇

“在美国，越柬裔华人在电子产品加工行业经商的很少，大多是开餐馆、做食品贸易，或是做医生、律师等。”和本报记者聊起工作，余建强笑称，自己是一个例外。这个在越南出生长大的华二代，最初来到美国时，只是一个避难的难民，而如今，他一手创办的电子产品加工生产公司已在美国南加州地区同类企业中的翘楚，年产值千万美元，众多世界500强企业甚至美国军方，都是他的客户。

他是美国东亚集团总裁、美国艾利斯最高移民奖获得者、中国政协列席代表。在同胞甚少涉足的领域闯出立足之地，这位在美越华企业家中的佼佼者，用自己的经历证明，成功没有捷径，唯有依靠努力和诚信，才能赚得宝贵机遇。



图为余建强荣获美国艾利斯最高移民奖。照片由余建强本人提供。

## 从富二代到创一代

20岁以前，余建强是名副其实的富二代，他的父亲在越南拥有一家生意兴隆的钢铁进出口公司，生活安稳而富裕；20岁之后，他摘下这顶曾令他衣食无忧的“帽子”，成为自食其力的创一代。

那是1978年，外部环境的剧变让已在越南扎根的余家被迫辗转迁往遥远的美国，重谋生计。来到陌生的国度，从小没吃过太多苦的余建强作为长子，不得不担起家庭顶梁柱的重任，在一无所有中找寻生机。

“刚到的时候就是难民，真的很惨。”余建强经历的是从天上到地下的巨大落差。然而，这个有着一张典型闽粤人面孔的年轻人没有轻易向命运低头。“我从来没拿过美国政府一块钱的救济金，到这儿后的第二天就去打工了。”余建强说，这是至今为止最令他骄傲的一件事。

在工厂打工的最初10年，余建强几乎所有时间都在厂里待着。早上7时到下午3时半是规定的工作时间，下班之后，他就跑到采购部、工程部、品质部等其他部门继续帮忙。“没有加班费，也没有人教我，就是看看别人怎么做，然后自己悄悄学。”余建强笑称，后来自己办工厂的好多经验正是这样偷师学来的。

1988年，渐渐站稳脚跟之后，余建强和弟弟等几个合作伙伴共同创办东



图为美国国会议员参观余建强在美国的工厂。照片由余建强本人提供

亚电子公司，生产电线电缆。

一家华人创办的新公司要想在那时的美国赢得市场青睐和银行信任，必须冲破重重关卡。“刚开始非常辛苦。”聊起创业之初的日子，余建强感慨，自己就是“一个人戴着好几顶帽子”，生产、销售甚至是车夫，什么活儿都做，每天至少工作18个小时。

余建强还记得，最初公司没钱做原材料的采购，他们只能每天一大早去美国当地的工厂拿回材料，下午加工，第二天上午再送回去。而为了攻破销售这个最大的难关，他找到过去打工时认识的客户作为突破口，从一笔笔小订单做起，细细琢磨他们的需求，渐渐取得他们的信任。

“那时是加倍的辛苦，不是为了赚钱，而是为了赚取机遇。”余建强说。而机遇最终没有辜负这个努力的年轻人，不到1年，他就收到20多万美元的订单。此后，余建强创业的脚步越迈越大。

## 坚守诚信的红线

机遇需要争取，更需把握。在余建强看来，把握机遇没有什么窍门，就是最为简单的“诚信”二字，这也是在他的生意经中排在最前面的一条。

“我父亲常常告诉我，无论对员工还是对客户，一定要以诚相待。尤其是做生意，什么价钱做什么事，绝不能偷工减料。”父亲关于诚信的谆谆教诲，成为留给余建强的最大财富。

每次和客户谈生意，余建强都会把产品的材料费、加工费、利润等账目介绍得清清楚楚。在他看来，没有什么是不能给客户看的，因为双方本来就是“利益共享”。相比市场上惯常的低价竞争策略，他更愿以诚服人。

2000年，余建强回到家乡，在福建厦门开设了一家加工工厂，支持美国公司的生产。当时中国相对低廉的劳动力，让他减少了不少生产成本。然而，这个实惠，余建强没有独占。“一些产品在中国大陆生产，节省下来的费用我就告诉客户，和他们按比例分。”作为生意人，余建强当然明白，用美国市场的价格卖中国制造的产品能赚更多钱。但在在他看来，比钱更重要的，是诚信。“客户如果要的是急货，我就在美国工厂生产；如果要的货不急，我就在中国工厂生产，并且和他们说清情况。”

这么多年来，余建强一直坚持这样“不占便宜”的经营原则，而他的订单却越来越多。一些在他的工厂工作过的采购人员去了其他工厂，依然会再来找他合作代工，因为他们相信，余建强提供的产品，质量和价格都有保证。

如今，余建强的客户名单中，已有不少世界500强企业，他的公司也从最初起家时的一幢小小平房，发展为现在美国的4家工厂1.2万平方米厂房，业

务拓展到电线电缆、线路板、钣金加工等多个领域，每年总产值达到6000万美元。甚至，凭借过硬的口碑，余建强还拿下美国军方的多项订单。

而这背后，是余建强始终坚守的诚信红线，20多年来从未改变。

## 来中国“偷师”

虽然生在越南，但余建强却能说一口流利的中文，还带有明显的闽南口音。“我从小到大受到的都是中华文化的熏陶，流的是中国人的血。”余建强至今记得自己23岁那年第一次踏上中国土地的情景。“那是我回福建泉州老家看望祖父，一到中国我就哭了。”

那时的中国刚刚打开改革开放的大门，贫穷落后是余建强对故乡的第一印象。然而，这并没有阻止他回家的脚步。开始是每隔三四年回来探望亲人，之后则是越来越频繁地穿梭于中美之间，因为在中国，他发现了更多的机遇。

相比过去在中国简单的投资设厂，余建强最近两三年用了更多的心思，在生产自动化和产品多元化等方面下功夫。而让他迈开企业转型步伐的，正是他在中国的所见所闻。

“我看到在东莞、深圳等城市，过去的劳动密集型企业倒闭之后，政府又将这里改建为高科技研发中心，让这些城市重新活起来，这让我学到很多。”于是，余建强向中国优秀的企业学习，在美国的几家工厂引进自动化生产设备，成为他所在的圣地亚哥地区同类企业中最先启动自动化的先行者。同时，他还跳出代工的范畴，开始参与产品开发。

“效果很好，不仅减少了人力成本，而且能很好地把握质量，准时交货，吸引了很多新客户主动找上门来。”余建强说，现在自己一年得来自中国八九趟，每次来他都会在深圳等前沿城市住上一星期。“其实中国的一些工厂比美国的先进多了，我就是来偷师的。”余建强笑称。

在中国，余建强收获的不仅是生产技术和发展理念。最近，他还打算在越南再建一个工厂，将中国的干电池、路灯等产品在那里组装贴牌，销往越南及其他东盟国家。而促使他作出这一决定的，是中国近几年来正如如火如荼推动的“一带一路”建设。

“就是因为有了‘一带一路’这个后盾，我才想到去越南。”余建强说，过去想进入越南市场并不容易。如今，在“一带一路”的大背景下，中国有过剩产能和优质产品，越南等国家则在城市基础设施建设中存在大量需求，这对于像他这样在越南出生长大的华商来说，正是利用优势开拓事业的新机遇。“这是一次对中国、对越南、对我个人都有利的机会。”谈到即将实现的多赢，余建强充满兴奋与期待。

# 门老爷：开启杭州国际博览中心之门 书写民族品牌走向世界的传奇



金秋9月，世界的目光聚焦在中国杭州，2016年G20峰会就在这里举行。4日下午，G20峰会的主场馆——杭州国际博览中心打开大门，迎来了与会各国和相关国际组织的领导人，他们群龙聚首，擘画世界经济大格局。

这扇门，是世界各国政要风云际会之门，举世瞩目；

这扇门，是中国面向世界互联互通的开放之门，意义深远；

这扇门，是展示中国综合实力与历史文化之门，意蕴悠长。

这扇门，为杭州国际博览中心作为承办G20主会场的升级改造起到了“画龙点睛”的作用，把泱泱大中华的气派展现得淋漓尽致。其提供方正是2014年北京APEC会议场馆门面提供者，中国原创的民族品牌——门老爷。

## 点睛G20主会场 恢宏“门面”彰显大国风范

G20是今年中国最重要的主场外交，也是从各个角

度展示中国综合实力和灿烂人文传统的舞台。峰会首次在中国举办就选址杭州，杭州国际博览中心被确定为G20主场馆，便立即成为杭州市改建的重点工程。

“门面”是建筑的“脸面”，也是建筑艺术的“点睛之笔”，对提升建筑品质和价值的效果最直接、最明显。

在主入口门面的设计上，门老爷本着“仰望大国风范、彰显国门气度”的设计理念，以紫铜为框架，庄重、稳健；以特制玻璃为主材，通透而富于现代感；以铜方格玻璃幕墙为背景，端庄、大气；头顶条条柱状雨棚装饰线，清晰而利落；左右两侧各三对白色的弧形石柱，展示圆满和谐的意向；再铺上一席红毯，整个大门就宛如一幅美轮美奂的画面。各国领导人步入主会场，仿佛行走于画中，大中华的风范、门面建筑艺术的魅力逼人而来。

展现“门面”的雄伟，非“高大”无以直观。杭州国际博览中心改建设计之初，就根据门与墙体、大堂的高度比例，以及领导人步入主会场的仪仗需求，将门体高度由原来的3.4米加高到5米，通行宽度增加到15米，并以“双层‘特制重型平滑门+超高移轴平衡门’组合”的方案加以实施，通过采用多项门老爷的专利技术，不仅解决了超高、超重带来的一系列问题，还可轻松实现

自动开启“行云流水”，手动开启“稳如泰山”，手动、自动随意选择，做到了门面与建筑和谐统一，改建后的杭州国际博览中心，甫一亮相，就惊艳了世界。

## 厚积薄发 成长为“地标建筑”的“门面”必选

在建筑业内，门老爷是一个异军突起的传奇，一夜之间，各“地标建筑”纷纷选择门老爷作为主入口门面建筑艺术的独家提供方，而且越是品质追求高、越是难度系数高、越是科技含量高、越是艺术效果要求高的建筑，越成为门老爷精彩呈现的舞台。

北京雁栖湖国际会都——2014年APEC会议的举办地，是中国规格最高的世界顶级综合性会都，核心岛67.8万平方米，包括会议中心、会展中心、雁栖酒店、12座总统别墅，所有的门面都是门老爷的作品。针对每座建筑的特殊功能需求和不同风格，实施专属的门面整体解决方案。门老爷开创了为一个建筑群提供门面整体解决方案的先例。

深圳平安国际金融中心——位于深圳中心区CBD，高600米，是深圳市已建和在建的最高楼宇，是跻身世界500强的“中国平安”总部大楼，也是深圳金融业发展和城市建设新的里程碑。从一楼到顶层，所有外装门面全部由门老爷提供，门老爷将为这座新的摩天大楼增添异彩。

迄今，门老爷还塑造了中国园林博物馆——世界园林的典范、中国园林的标本，北京望海楼——什刹海边

上的古典风格别墅区，深圳证券交易所营运中心——中国大陆两大证券交易所之一，深圳机场T3航站楼——被誉为“世界最美机场”，SCC中洲控股中心——300.8米，湾区地标，南山区第一高楼等一系列代表中国新形象的标志性建筑门面，门老爷品牌已成为高端建筑的重要标志之一。

## 民族品牌 阔步走在引领世界“门面”建筑的大路上

门老爷，中国原创的民族品牌，从成立之初确立了“国际一流品牌、全球顶尖品质、百年长青基业”的战略目标。从建筑出现的那一天开始，门就伴随着它一路走来。门，不仅仅是单纯作为出入口使用的“物质之门”，同时也是充满人文精神的“文化之门”。门面，蕴含着中华文化社会心理的深层意象。

20世纪后，现代主义建筑风格兴起，众多现代建筑的门在现实的产业模式下，逐渐淡化了艺术性和美学价值，甚至埋下了一些安全隐患。这是历史的机遇与挑战，门老爷当仁不让、挺立潮头，主动肩负起“门面革命”的使命，创造性地提出“门面建筑艺术”的核心理念，以“门面整体解决方案”重塑全新的产业模式。

七年纯投入，默默耕耘，沉淀了自主核心技术、自主研发能力、自主知识产权。全国建筑设计大师黄兴元在一次交流会上说过，“门老爷正在走的，是一条创造百年老店的品牌之路，无论宏观经济处于低谷或是高峰，都不受影响，不图一时的经济利益，自己跟自己死磕，把工匠精神发挥到极致”。的确，门老爷始终不忘初心，目标始终只有一个：“门老爷民族品牌走向世界”！

伴随着APEC峰会、G20峰会的举行，门老爷已在世界政要面前大放异彩，以G20杭州峰会为新起点，风华正茂的门老爷民族品牌，正阔步走在引领世界“门面”建筑艺术的大路上！

