



洪涛股份董事长刘年新： 精品意识成就装饰“大堂王”

证券时报记者 周少杰

刘年新有两重身份，一个是艺术家，深圳当年第一栋高楼“电子大厦”的题字就是他的墨宝；另一个是企业家，掌舵一家领跑高端建筑装饰行业和互联网职业教育行业的上市公司——洪涛股份。载誉32年，刘年新一直用艺术的眼光看待高端建筑装饰工程，注重质量管理，打造一系列精品工程，洪涛股份因而也获得了“大堂王”等一系列的美誉，享誉海内外。

公司刚完成改制之时，资本市场上装饰行业还是一片空白，刘年新就率先提出了上市目标，洪涛股份由此也成为了华南地区第一家、全国第二家登陆中小板的装饰装修公司。而如今，互联网浪潮席卷各行各业，洪涛股份主动拥抱互联网，收购中装新网等企业，成立电商平台，打造互联网职业教育云平台，提出“将职业教育打造为公司第二主业”的战略目标。

精品工程与“大堂王”

1985年，洪涛在深圳诞生；2003年进行改制时，刘年新就明确了企业的上市目标。

要实现登陆资本市场，刘年新认为要先做好品牌建设，因而率先在行业内提出打造“精品工程”的品牌战略，其中，北京长安街沿线的很多著名项目都是出自洪涛股份的手笔。刘年新表示，由于公司在高端建筑装饰领域有着品牌效应，因而上市过程比较顺利。

洪涛股份于2007年提交材料，2009年正式上市。

如果大堂不成功，整个建筑都不成功。“刘年新认为，大堂是整个建筑的灵魂，色彩、吊顶、灯光等方面都要兼顾，如果大堂设计不行、施工工艺不行、建筑材料质量不行，整个建筑就一塌糊涂。刘年新回忆，洪涛股份赢得“大堂王”美誉的精品工程是北京中银大厦。3400平方米、46米高的大堂举世闻名，是世界著名华裔建筑大师贝聿铭的经典之作。这个工程中，贝聿铭大师高度赞扬了洪涛股份工程质量，堪称“世界一流”。

截至2016年底，洪涛股份已在中国60多座城市参与完成了成百上千项精品工程，其中包括人民大会堂国宴厅、钓鱼台国宾馆、G20杭州西子宾馆、国家体育场（鸟巢）、深圳大运会会馆、上海世博会主题馆、上海大剧院、上海东方艺术中心、博鳌亚洲论坛永久会址（二期）等知名企业总部，共80余项大剧院、大会堂、600余项高端大堂，以及200余项五星级酒店项目。共斩获了鲁班奖32项、全国建筑工程装饰奖101项、国家优质工程11项、省市级优质工程奖200余项、国际级设计大奖30余项、国家级设计大奖300余项、中国建筑装饰行业三十年百项经典工程19项，共荣获各类奖项1200余项，奖项之多位居广东第一，领先全国。

凭借着在高端建筑装饰领域的领先优势和品牌效应，2015年，洪涛股份创建了专注于打造家装、家居、家饰垂直细分领域的综合电子商务平台——优装美家。刘年新认为，互联网家装的市场空间巨大，但当今互联网时代已经告别“烧钱时代”。时代变了，第一不能乱烧钱；第二成功与否，模式很重要。洪涛股份是从事装饰行业几十年的品牌企业，非常清楚老百姓的“痛点”，进入互联网家装领域要比互联网公司更有优势。

目前，优装美家已逐步完成一线城市的市场布局，积极向二线及众多区域重点城市的布局，持续扩大市场份额。

二次创业——互联网职业教育

近年来，互联网浪潮席卷各行各业，洪涛股份主动拥抱互联网时代。刘年新告诉记者，互联网已经成为人类必不可少的工具，作为企业，率先使用互联网工具，并探索出成功的运作模式，就能成为行业领跑者。

2014年3月，洪涛股份控股中装新网，积极开拓装饰从业者互联网职业教育业务；2014年6月22日，国务院发布《国务院关于加快发展现代职业教育的决定》，提出加快现代职业教育体系建设，深化产教融合、校企合作；2014年8月，洪涛股份在北京召开“电子商务及职业教育平台发布会”，由此开启了刘年新的“二次创业”征程。

刘年新表示，深耕建筑装饰行业多年，他感受到了我国建筑装饰行业的教育水平仍较落后，能工巧匠太少，优秀的教育机构较少。而洪涛股份在行业中具有一定地位，发展建工类培训、设计类培训可以起到带头作用。

此后，洪涛股份又提出“将职业教育打造为公司第二主业”的战略目标，先后收购了跨考教育、学尔森，参股金英杰等专业职业教育平台，职业教育涵盖了考研培训、建工类培训、医学培训及设计类培训等业务类型。为了管理好职业教育业务，洪涛股份专门成立了深圳市前海洪涛教育科技有限公司，组建了一支由国内外互联网和职业教育领域资深专业人才构成的团队，将其作为公司发展互联网职业教育的重要平台与核心力量。

洪涛股份旗下各职业教育子公司凭借完善的人才培养激励机制和丰富的管理培训经验，吸引、保留、激励优秀人才，聚集了一批批优秀教师、业务骨干和管理人才。同时，洪涛股份还完成了12亿元的可转债融资，使用募集资金对洪涛教育公司增资，用于在线智能学习平台及教育网点、职业教育云平台及大数据中心、研发中心及教师培训中心等建设项目。

上市公司发展职业教育具有资金和人才优势，再加上国家政策支持，这是利国利民利企业的事，要大胆地做。所以，我对职业教育充满信心，觉得未来的发展一定很广阔。”刘年新说，去年，洪涛股份职业教育业务的营业收入接近3亿元。

国元证券董事长蔡咏： 证券业的创业本质就是创新

证券时报记者 李东亮

在证券时报举办的“第十一届中国上市公司价值评选”中，国元证券董事长蔡咏获选“十大创业领袖人物”。

蔡咏在接受证券时报记者专访时称，证券业的创业，实际上是指不断创新、不断进步。中国资本市场初至今仅三十多年的时间，却走完了西方发达国家两百多年走的路程，所有参与其中的人都贡献了自己的聪明才智，对中国社会经济发展做出了应有贡献。

蔡咏坦言，在资本市场发展过程中，也存在着这样和那样的“疾病”，积淀了一定的风险，这仍要靠所有从事证券的人从中吸取经验教训、稳健经营、不忘初心，这个市场才能够走得更远、更稳、更好。

从教书育人到证券业

作为一个年轻的行业，国内证券业的掌舵人大多人生经历丰富，多数都是从银行、国企、政府转型而来。而在从事证券业之前，蔡咏从事的是更为高尚的行业——教书育人。

谈到证券业的从业经历，蔡咏称，他于1982年大学毕业后就留校教书。因为当年执教了一门课叫“西方资本主义企业会计”，接触到西方国家的股份制和证券方面的知识。90年代初，他加入了处在初创期的证券业。

截至目前，他在国元证券已经工作了25年，几乎做过证券行业中的各项业务。凭借精湛的业务、超凡的能力、务实的作风，于2012年在担任了十二年总裁之后出任国元证券董事长，开始执掌国元证券至今，将国元证券一步一步打造成服务实体经济、有效防控风险的一家综合类上市证券公司。国元证券已连续近十年被评为A类A级证券公司，连续十年获深交所信息披露A级殊荣，仅有4家上市公司如此。

蔡咏表示，在证券行业工作了二十多年，最大的感受有两个：第一，在业务过程中，要进行深入地调研、了解情况，为每一个客户做服务方案时要能真正了解客户的实际情况，以及他们在资本市场中需要什么，要对客户的需求进行深入的研究。

其次，证券的各项业务虽然相对比较“独立”，但都不是靠一个人单打匹马去做的，而是要靠团队之间的充分合作。同时，要及时研究国家宏观和微观经济面，对客户多样化的项目、所依赖的环境进行深入研究。只有这样，才能对客户的项目做好配套服务。同时，在公司的内部管理上要做好制度、流程的建设。

据悉，国元证券一直有一个坚守的“惯例”，一项新业务开展之前，一定要制度、流程先行。当制度、流程运行一段时间以后，还要根据业务开展过程中所发现的问题，不断地对制度、流程进行修订和完善。凭借严格的风控合规和稳健经营，国元证券已

从一个区域性券商，逐步走向全国和境外。目前，旗下已拥有一百四十多家分支机构，并分别控股公募基金、期货、股权直投、产业基金、区域股权交易市场和香港公司，成为名副其实的证券控股集团。

教师出身的蔡咏一直保持着读书、写书、研究和撰写文章的职业习惯。蔡咏表示，在科研活动中会有两方面“受益”，一是培养了团队的科学严谨态度，只有经过大量的调查研究，才能对行业中所关注的新问题有更深层次的独立见解，而不是人云亦云；二是可以将科研成果及方法运用到业务中去，设计业务解决方案，起到事半功倍的效果。

蔡咏举例称，近期他带领投行团队对省国企改革进行了深入研究，对省属国企改革的模式进行了梳理和总结，并在国企改革的有关会议上进行宣讲和解读，同时对国元证券的投行服务项目进行重点推介。这项工作产生了一定效果，目前安徽省内大多数省属国企的“混改”和整体上市基本上都是由国元证券来“操刀”的。

2020年进TOP20

去年国元证券召开的党代会制定了公司“十三五”战略规划，即到2020年，公司各项指标全部进入行业前20位，这无异于是国元证券的“二次创业”。

蔡咏称，为统筹规划未来五年的工作，公司借鉴行业中领先券商的经验和案例，提出“十三五”期间围绕“一个中心、两大市场、三项目标、四项策略、五大板块”的总体战略目标，把公司打造成为国内一流的综合性现代投资银行，2020年主要指标进入行业前20位。

一个中心是以客户为中心；两大市场是国内、国际两个市场；三项目标是公司主要经营指标，即总资产、净资产和净利润三大目标都要大幅上台阶；四项策略是争先进位、协同联动、创新驱动和人才为本；五大板块是零售经纪、投资银行、财富管理、投融资、场外业务共同发力、齐头并进。

采访结束时，蔡咏又补充道，不久前召开的中央金融工作会议，为未来国内金融业的改革发展指明了方向，明确了“三大任务”，服务实体经济、防控金融风险、深化金融改革，这为证券行业指明了今后若干年的努力方向，国元证券也一定会在中央经济工作会议精神的指引下奋力拼搏，发挥投资银行的功能作用，以服务实体经济为抓手，扎实做好各项工作，努力建设“百年老店”和“长寿公司”，向投资者交上一份满意的答卷。

和而泰董事长刘建伟： 做大数据时代的引领者

证券时报记者 周少杰

提到欧美家电巨头，伊莱克斯、惠而浦、西门子等品牌几乎家喻户晓，它们占据了全球市场的半壁江山，但很少有人知道，这些品牌背后，是一家中国企业正在为他们生产核心部件——智能控制器，而这个部件正是家用电器的“大脑”。

这家“背后的企业”，就是刘建伟17年前从大学教授岗位“下海”所创办的和而泰。如今，刘建伟又准备把和而泰带到一个新的领地，以智能控制器为基础，搭建一个物联网时代的大数据服务平台。

智能控制器全球龙头

2000年，哈工大教授出身的刘建伟联合清华大学共同成立了和而泰，并坚持17年来只做一个产品——智能控制器。对于家用电器来说，智能控制器扮演着心脏和大脑的角色，决定着家电整机的先进程度。

当时，绝大多数中国企业都聚焦在家电整机产品的制造，搞科研出身的刘建伟却看到了另外的“商机”——家电行业规模不断扩大，市场份额逐年增加，而控制器生产的细分领域当时还无人涉足，并且当时愿意为此投入技术研发的企业也很少。

看准了机会，于是刘建伟“下海”经商，选择做家电行业的智能控制系统，他的定位很清晰，就是做家电行业的“英特尔”。经过多年发展，和而泰已经从当初仅有60余位研发工程师的公司，发展到了今天拥有800多位研发工程师、700多项知识产权、300项发明专利的上市公司，在业内遥遥领先。

刘建伟认为，技术优势这完全得益于“高校基因”，但弱项也比较明显。原来在学校的时候，我们看长远的，看新方向看得挺准的，做了很多研发，但“市场感”比较弱，对于产品的可靠性、成本这些细节问题往往不太关注。但办了企业后，要想着产品如何落地，这些问题都要考虑到，这样做事情就比较踏实了。

据刘建伟回忆，创业之初，和而泰注册资本只有500万元，也没有工厂，不懂销售，第一单生意来自海尔，很大程度上还是出于对哈工大、清华大学两所高校的信任。后来才逐渐拓展了科龙、美的等客户。

但令刘建伟头疼的是，当时的国内客户在产品方面调整变化频繁，导致生产过程中经常出现意外情况，甚至赖账情况时有发生。因而，和而泰转向开拓国外品牌客户市场，一举就拿下了伊莱克斯、惠而浦、西门子等高端客户。

最近，和而泰还获得了行业内少见的BSH（博世-西门子子公司）超级大项目和订单，该单一型号项目订单规模超过13亿元人民币。

BSH是德国企业，经营上有一点保守，跟我们打交道已经超过了15年，但跟中国公司合作还是最近几年

的事。不仅是BSH，最近这几年在惠而浦、伊莱克斯等大客户中，我们也陆续取得了一些在行业内具有影响力的大项目。”谈起这笔大订单，刘建伟充满自豪感，中国企业能进入这个圈子是不容易的，这也意味着中国企业在行业中的竞争能力、竞争优势已经充分地显现出来。

大数据时代领跑者

随着人工智能、云计算、物联网的迅速发展，大数据成了新的交互媒介。作为深耕智能控制器行业多年的和而泰，自然也看到了时代的变化，并将自身智能控制器业务进行延伸和拓展。

我们现在处于一个大变革时代，大数据时代的到来，对于人类社会，不管是家电行业、还是工业、服务业等领域的冲击，可能比蒸汽机对当时社会带来的影响还大。”刘建伟说，大数据将成为全社会全交互的媒介，人和人、人和物、物和物，包括所有产业之间的边界，因为大数据的到来而不复存在。

我们做智能控制器的，几乎可以和所有的行业进行交互、服务或者发生相互协作的关系。”刘建伟认为，任何家电、家具、家居产品只要加上智能控制器，就会产生、收集、传输数据，连接到云上，整个家庭大数据和工业大数据都可以实现智能化。

眼下家里的东西都智能化，这些跨了很多品牌，也跨了很多行业，但是谁能把这些产品真正整合到一起？”刘建伟认为，包括美的、海尔等有影响力的家电企业都在做智能家居产品，但从大数据角度来看，这些企业尽管体量很大，但其产品在普通家庭中的占比最高也不会超过10%，难以实现“全屋覆盖”，而且每个品牌都要和竞争对手实现数据互通互联也有一定难度。

由此，刘建伟看到了机会，他认为和而泰作为第三方平台建大数据服务平台最合适，因为和而泰的智能控制器产品是支撑客户终端产品的，从家电、家纺到各行各业都是扮演“服务者”的角色。由此，和而泰从2014年推出了大数据服务平台C-Life，去年更新迭代到C-Life3.0，它以大数据为媒介，连接一切价值单元，以家庭大数据为核心，并且辐射到整个产业链。

刘建伟介绍，目前C-Life平台已经实现了智慧睡眠场景方案，可联动打通睡眠监测和智能助眠等多类型睡眠设备，实时监控分析使用者心率、呼吸率、翻身、打呼、咳嗽等睡眠数据，并通过C-Life云端上传、分析，配合医疗专家评估，形成睡眠监测报告及睡眠提供改善方案。

大家知道，腾讯是互联网时代一个平台型企业，在人和人的交互连接方面，腾讯做得很成功。而在大数据时代，人和物、物和物之间进行交互连接，在这样一个全交互的时代需要新的平台，我们的C-Life平台就是这样的定位。”刘建伟说，和而泰有对标腾讯的野心。