

## 创富英雄

# 以爱的名义， 打造精美礼物

礼品订制商李勇的商业经

文/片 本报记者 曹剑 王颜

从按部就班的工作到迈出创业第一步，从以推销自己为主到为他人着想……泰安智达礼品店总经理李勇在短短几年内完成了很大转变。5月12日，在距离智达礼品店开业三周年之际，他向记者讲述了自己的创业故事。



李勇在欣赏一把紫砂壶

## 喝茶交出来的朋友，比喝酒交出的朋友好

12日上午，在位于擂鼓石大街中段南的智达礼品店二楼，记者见到了李勇。一见面，他就热情地伸出了右手，手掌浑厚而有力。李勇在一张茶艺桌前坐了下来，将茶叶缓缓地放入一个透明的玻璃杯中，并冲入开水。玻璃杯做工简单，显现出一份淡雅的感觉。李勇开口便说：“喝茶交出来的朋友，比喝酒交出来的朋友要好得多。”端起一只精巧的茶杯，他轻轻喝了一口茶水后，话题慢慢多了起来。他告诉记者，他所经历过的事情太多太多，也正是经历越多，才越知道自己最想要的东西。

李勇告诉记者，他曾经干过国有企业的地区经理，1998年，他又在外资企业从销售员一直干到了财务总监的位置，但后来由于企业的内部问题，李勇选择了离开。辞职以后，李勇在泰安一家传媒公司

当上了该公司第一任设计部主任。“这份工作非常辛苦，一个月的时间有12个晚上通宵，还有9次工作到夜间12点之后。一晚有10块钱加班费，那个月连工资领了910块钱。”李勇说，即便如此，他没有一点的悔意。“当时公司刚刚起步，还没有盈利，自己作为员工愿意跟经理共同承担。也是因为进入这家企业，我才有幸进入广告行业。”李勇说。

伴随着孩子的降临，每个月一千多元的收入远远不能养家，李勇再一次选择了离开。李勇告诉记者，他之后与朋友合作创办时空设计，并开创了山东第一家彩色印刷名片工艺。由于受经营思路的限制，李勇并没有赚很多钱，但那种模式的限制也给了李勇深刻的印象，促使他走向更广阔的合作之路。

## 绝对不为了现在的利益出卖将来

有一次，他的一个外地朋友看了他在空间的个性签名“绝对不为了现在的利益出卖将来”，问他：“如果连饭都吃不上了，怎么能谈将来呢？”李勇认为这是现在初出社会的年轻人普遍感到疑惑的一个问题，专门进行了详细的答复。

他告诉记者，在企业，工资仅仅是员工得到的最少的一部分，更多的则是自身能力的提升和老板的信任。“有些员工，往往在一些小事上追求现实的利益，但是失去了发展的机会。感觉一个领导值得追随，便会全心全意，但是如果感觉不合适，便会很快离开，寻找适合自己的岗位。”李勇说，也有员工分明不喜欢自己的工作，但是为了现在的一部分工资，而放弃了自己对未来的追求。

或者正是基于复杂的工作经历和这样的想法，李勇渐渐将目光抛向礼品业。

“送礼本来只是促销的一种手段，像买牛奶，送杯子等都是一样促销。一开始也是看中了利润，真正干起来才发现，其实自己很在乎到底给身边的人带来了哪些价值和优惠。”李勇说。

李勇向记者讲述了这样一段经历，他主持开发的一款获得全国大赛金奖的作品“泰山禅悦茶具”，一位顾客买了一套回家后发现上面有一个细纹，按照正常程序，可以不予退换。但是李勇想到，凡是买礼品的人，都是有品味的，不能让客户在享受的时候，感觉心里不舒服，瑕疵是客户不能接受的，于是给予了退换。

实践证明，李勇是正确的，一份原本只有888元的商品，争取了回头顾客，现在那位顾客已经累计买走了两万多元的产品，并且彼此成了很好的朋友。

## 把所有的员工打造成“船长”

李勇很看重自己的团队建设，希望将自己的团队按照“舰队式”管理来打造。在李勇的QQ空间里，有一篇题目为《智达的舰队》的日志，表述了李勇的初衷：“在我赢的同时，在我拥有了房子、车子的时候，我是否想到过企业的回报也让他们拥有？”

在公司员工的管理上，李勇有自己的想法。“无论我们经营一个企业还是经营一个朋友圈，都有自己的想法。我们交朋友到底是为了什么，是为了到60岁以后还能一起钓鱼，还是只为了短期内从他身上吸取什么？”李勇说。

现在智达礼品公司有8名正式员工，

分别负责财务、保管、业务、营业员等。在管理中，李勇采用了“舰队理论”，如果说智达礼品是一艘船，我是船长，员工就可以是舵手。但如果我将管理模式改一下，让所有员工都可以当船长，就可以组成一只舰队。我们在一块会有力量，大家可以一块去学，提升。”李勇笑着说。

李勇说，员工与老板之间有多种合作模式。在他的店里，员工可以投资，每年他都会稀释一部分股份，逐步形成大家共有的企业。

“努力，让我身边每一个人，每一份付出有超值的回报。”李勇坚定的目光，表达了他的承诺。

## 每一件礼品都是爱的礼物

在整个采访过程中，李勇并没有透露他现在资产多少。但是李勇幽默地说，最重要的是父母、爱人、孩子、朋友，自己何止是千万富翁。

谈及未来礼品业的发展趋势，李勇预测礼品业将是智商和情商的竞技场。他现有的主打品牌是源自台湾的品牌“百姓坊”系列，从2005年到现在，这一靠姓氏文化而走红的订制礼品，在全国都没有一家能与其相媲美。

李勇告诉记者，一位艺术系老师，非常想给自己曾经的两位导师送一份礼物以表示感谢。而两位导师的专业都跟音乐有关，在智达团队的精心策划之后，礼物选定为两把紫砂壶，一把上印了一个“风”字，一把上印着“颂”字，并分别加盖了导师的姓名印章。

然而，智商、情商的融入还需要心态

上的转变。李勇说，曾经在一些礼品的下面打上了“智达礼品”字样，更多的是推销自己，现在则要转变为考虑顾客。李勇递给记者一个小调料盒，盒子低端设计非常精巧，一只弹簧将一个小勺推进推出。“科学用盐量是每人每天六克盐，一顿饭两克，小勺子的容量正好是两克。这东西总共不到20元钱，但对改变我们的生活质量来说，有很大好处。”李勇说，如果母亲节送给妈妈，则更能表达出一份心意。

“我们不是搬运工，礼品可以打一打智商、情商和爱的旗子。每一个产品都是我们的宣传品，要把每次产品运作当成一次营销。同时，我们的标准一定要超过顾客的标准，如果顾客只是随便选择一个，我们一定要选一个更好的，这样才能赢得顾客和市场。”李勇说。

# 齐鲁晚报招募泰安地区 2011 年“校园记者”

报名热线：0538-6982107 6982128

面向大中小学生，  
定期免费组织各类体验、培训及采访活动

亲爱的同学，你想参加社会实践，丰富课余生活吗？你想提高写作水平，开拓视野吗？快加入齐鲁晚报校园记者队伍吧。齐鲁晚报现面向泰安地区广大学生招募2011年“校园记者”，“校园记者”将定期参加培训学习、生活体验等活动，其写作的优秀作品将在齐鲁晚报刊登。

本次招募采取自愿报名的方式，只要学生本人或家长是齐鲁晚报订户（已经订报的，可凭2011年订报凭据报名；没有订报的，可拨打0538-6982107联系订报并报名），报名的学生需爱好写作，有一定的写作基础，如上述条件完全符合，齐鲁晚报将择优录取为校园记者，颁发校园记者证。

本报将邀请专家为校园记者进行采访和写作培训，校园记者可以参加各种参观学习、生活体验、作文比赛、摄影比赛活动。对于本报一年一度的品牌活动——“报童营销秀”，校园记者拥有优先报名权。

在各种策划采访活动中，齐鲁晚报将安排专业记者，对校园记者的现场采访进行指导。校园记者采访结束后，齐鲁晚报将选出优秀作品刊登在本报。

除了上述活动，齐鲁晚报还将定期在校园记者中开展“齐鲁晚报校园优秀记者”、“十佳校园记者”等评选活动，根据每位校园记者的稿件质量和数量对其进行奖励，并颁发荣誉证书。

