

6 2015  
月刊

总第753期

零售价 ¥15  
(RMB)

邮发代号

12-367

国内统一刊号

CN22-1069/1

国际标准刊号

ISSN1008-8407

【1957年创刊】

国家文化类重点期刊

# 参花



SHEN HUA 心灵之花

报告文学：  
人参王国里的战神

金立华与人参花

短篇小说：  
参女红尘梦

百花诗苑：  
人参生北国



封面人物：金立华

参花

6月刊

总第753期





时任吉林省省委书记王儒林，省委常委 延边州委书记张安顺来华瑞参业调研

# 崛起的华瑞参业

珲春华瑞参业生物工程有限公司坐落在长白山东麓-吉林珲春边境经济合作区。公司成立于2006年7月，是一家集种植、研发、生产、销售于一体的现代化综合性实体企业。目前，公司拥有大型绿色无公害人参种植基地、林下参基地、西洋参基地、林蛙养殖基地及大型梅花鹿养殖场。自2004年经“国家参茸产品质量监督检验中心”检验，连年达到国家绿色环保标准，备受国内外市场青睐，2004年中央电视台《走遍中国》栏目曾做过大篇幅报道，2010年9月中央电视台《科技之光》节目“寻找野山参”就以本公司林下参种植基地为背景播出。

# 大文化 大基地 大产业 大品牌 大战略

## ——华瑞参业生物工程有限公司的运营模式

◎李世先



长白山既是一座物产丰富的自然资源宝库，也是一座底蕴丰厚的文化资源宝库。长白山文化是中华文化的组成部分，是长白山区各族人民在社会历史发展进程中所创造的物质财富和精神财富的总和。

说起长白山文化，首先要说的是，长白山文化的精粹——长白山诗词。古今中外，著名诗人李白等文人墨客写出了大量有关长白山的诗词。从《诗经》《楚辞》收起，共526人，所作诗词1145首。而且长白山诗词不仅限于写长白山主峰或天池等主要景观的诗词。还包括了描写长白山景物的旧体诗词。宋代大词人苏东坡在《小圃五咏》中，第一首便是咏《人参》，开篇即“上党天下脊，辽东真井底。”可见，在宋代，长白山的人参还不如太行山的人参名气大。而到清代，太行山的植被被破坏了，人参亦失去生存条件，长白山的人参便名贵起来。在乾隆笔下，则是：“即今上党成凡品，自昔天公葆异珍”。

长白山文化的本质是创业文化。研究长白山文化，旨在弘扬长白山精神。长白山是吉林的宝贵财富，是吉林的文化品牌。

华瑞参业生物工程有限公司董事长金立华先生始终把弘扬和光大长白山文化，特别是长白山人参文化作为己任，他认为，发展人参产业除了创新，还必须注重其中的文化精髓。现在许多企业只卖人参，不注重人参文化的宣传，这是一种不负责任的表现。只有宣传长白山人参文化，形成人参养生的文化氛围，人参产业才能够大有作为。人参文化的形成，也会使人参企业产生优胜劣汰的效应。通过宣传，让消费者知道什么是优质人参、什么是劣质人参，让劣质人参没有市场。这就是长白山人参文化的作用之一。

华瑞参业是这么说的，也是这么做的。公司成立伊始就把“做人参产业、创世界品牌、展人参魅力、铸长白山魂”作为自己的使命，致力于弘扬长白山传统养生文化，提高全民健康意识，倡导科学生活方式，为解决

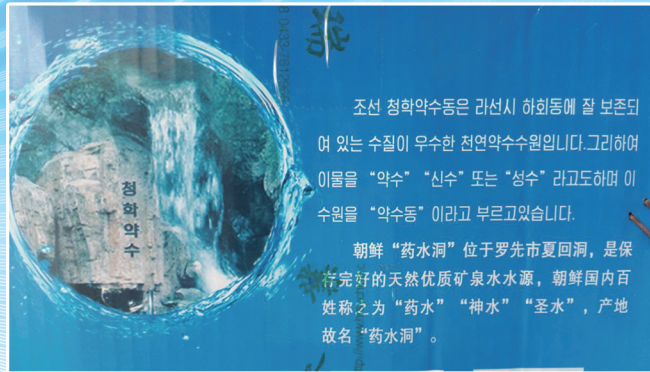
人类的亚健康服务。金立华每年将公司纯收入的10%—20%投入到企业的文化建设中，常年在《中国食品报》《中国新闻网》《中国人参》《功能食品》等刊物上宣传人参的保健功能，人参的服用方法。并印刷上百万册人参文化手册，发放给广大消费者。特别是华瑞参业生物工程有限公司作为首批获准使用“长白山人参”品牌标志及“中国地理标志”后，华瑞参业花大气力对“长白山人参”和“金立华”品牌在多方媒体进行广泛宣传。把长白山人参文化做大做强。

2015年5月初，华瑞参业还和具有深厚文化底蕴、创刊58年、国内外公开发行、全国知名的大众核心期刊《参花》杂志社结成战略合作伙伴。为弘扬长白山人参文化，光大“金立华”品牌又添加了一个重要的窗口。

同时，华瑞参业生物工程有限公司还成立了“华瑞参业艺术团”、“延边华瑞金达莱歌舞团”2个艺术团体，先后创作出舞蹈《参花开放幸福来》《华瑞参业谱新篇》《华瑞参业中国梦》、歌剧表演《华瑞参业总是春》、歌舞小品《江山无限》等一批宣传人参及人参企业的优秀节目，在吉林省各地演出。“延边华瑞金达莱歌舞团”还代表珲春市参加了2015年延边电视台“庆祝三八妇女节”文艺晚会，深受广大观众的好评和热烈欢迎。董事长金立华先生和李世先先生创作的《人参花开》在珲春市热烈庆祝《吉林省人参产业条例》颁布实施文艺晚会上隆重推出后，深受与会市领导和广大观众的好评和热烈欢迎。



女生独唱：《人参花开》



### 朝鲜“药水洞简介”

朝鲜“药水洞”位于朝鲜罗先市夏回洞，是保存完好的天然优质矿泉水水源，朝鲜国内百姓称之为“药水”、“神水”、“圣水”据说能治百病，故称为“药水洞”

PH值在8.2—9.2之间。

三是“走进”朝鲜。朝鲜是中国的邻居，对多数中国人来说，却显得无比的神秘。在经济方面，朝鲜作为新兴的市场，国内经济处于计划经济和市场经济共存的状态。计划经济是历史的产物，是由社会体制决定的；而市场经济是“新兴”的，是社会发展的产物。一个国家的经济水平要发展、提高，一是内部的调整、改革，二是对外的合作、“开放”。华瑞参业借着朝鲜已经出台一系列发展经济强国的重大举措，在对外促进合作方面开始逐步调整、出台一系列优惠政策的机遇。2013年华瑞参业带着增进朝中传统友谊，繁荣双边贸易，促进双方经济发展的愿望，接受朝鲜有关企业的邀请，进入了朝鲜罗先市。先后同朝鲜青鹤开发会社、朝鲜木兰会社、朝鲜罗先制药厂签订了“药水洞”天然弱碱矿泉水项目、《万亩农副土特产品经济园区》项目、《人参及生物制药》项目、《亚麻产品生产销售》项目、《人参食品在朝鲜销售》等项目。

目前投资建设的天然“药水洞”弱碱矿泉水项目已经投产运行，产品在除在朝鲜本地销售外，大部分返回国内销售，由于含碱性比较高，深受消费者欢迎。《万亩农副土特产品经济园区》项目，一期工程已经栽培人参、吉梗等中药材450余亩，二期工程300亩；另有1500亩林地使用指标已经落实到位；《人参食品在朝鲜销售》项目，已经在朝鲜销售人参米100吨。《人参及生物制药》项目、《亚麻产品生产销售》项目已经签署协议，华瑞参业投资设备、原材料、技术，朝方投入土地、劳力共同开发建设。

双方合作项目发展势头很好，前景非常可观。

四是“进军”股市，迈进资本市场。2014年12月17日11点30分，华瑞参与安信证券新三板挂牌签约仪式正式启动，对于华瑞公司来说，这是一个新的里程碑，它标志着华瑞参业正式迈进资本市场，插上了腾飞的翅膀；也是一个华瑞公司又一个新起点、新动力。金立华董事长说：我们将牢牢紧抓这一宝贵机遇，一如既往，继续努力，凭借优越的地理位置、丰富的资源、领先的技术及经验丰富的管理团队，专注于长白山人参资源的开发和推广，提升优势产品的持续开发和升级能力，实现业绩快速增长，最大限度地实现客户、员工、社会与股东的共赢，以持续、稳定、健康发展的企业来回报股东、回报客户、回报社会。

五是“抢占”休闲农业高地。“农村是一个广阔的天地、在那里是可以大有作为的”这不！华瑞参业又把公司的发展瞄准了休闲农业，“抢占”这块高地。这还得从五年前说起。

2011年社会主义新农村建设的轰轰烈烈，政府各部门和各大企业也纷纷投入到社会主义新农村建设中。珲春市食品药品监督管理局和华瑞参业包保杨泡乡庙岭村。华瑞参业先后投入10万余元，帮助庙岭村修路、植树栽花、安装太阳能路灯、清理多年垃圾，为庙岭村村民解决了多年的出行、人居环境等问题，深受农民的欢迎。

2015年华瑞又出“大手笔”，每年以几千元/公顷的价格，租赁农民的土地，让农民成为“地主”。每年坐收“租子”还可以到公司打工，挣双份钱。同时，还把村里空闲的农民住宅租下来，开发“休闲养生居”为城里的居民提供一个体验农家生活、回顾下乡经历、娱乐休闲养生的好去处。

为了充分利用庙岭村农业资源和农业生产条件，调整农业结构，改善农村环境，增加农民收入，华瑞参业还将把庙岭村打造成为“东方生态第一村”，来发展集观光、休闲、旅游为一体的新型休闲观光农业。深度开发庙岭村的农业资源潜力，为农民创造新的增收途径。也为珲春市民和外地游客提供一个休闲娱乐场所和绿色、有机大基地！

东方生态第一村，  
青山绿水环境美。  
休闲养生来此地，  
种瓜种豆品人参。  
华瑞参业无限好，  
敢叫日月尽朝晖！

(责任编辑 姜伟)

## 二、建设人参大基地

随着人民生活水平的提高和健康饮食观念的确立，广大消费者更倾向于“天然、营养、无公害、绿色”的消费理念，长白山人参自然成为消费者首选。华瑞参业董事长金立华说：“长白山自然条件优越，是国内外不可多得的优质人参培育基地，某些外地、外国的人参生长现状都无法与长白山生态环境孕育的人参相媲美。受地域资源的限制，长白山人参难有突破性地发展，所以发展人参产业，必须从基础抓起，大文化必须有大基地。”

公司现有大型无公害、绿色人参种植基地、西洋参基地和林下参基地，为长白山人参的大产业奠定了坚实的基础。



华瑞参业的无公害、绿色人参基地



华瑞参业的无公害、绿色人参基地

## 三、发展人参大产业

“抓住人参进入新资源食品的契机，人参产业振兴工程取得重大进展。”这是吉林省省委书记巴音朝鲁在2014年作为吉林省省长时在吉林省政府工作报告中指出的。

作为中国人参产业的龙头企业，华瑞参业一直走在行业的最前端，不仅实现了人参的产业化发展，更构建起人参产业的发展体系。多年来致力于发展无公害人参的种植和销售，同时也在人参产业的体系构建方面有着重大突破，逐步形成了以种植、研发、生产、销售为一体的中国有机人参产业集团。

从成立之初，华瑞参业就采取五项措施，确保华瑞人参产业快速发展。一是以集约化管理为中心。努力提高人参栽培的集约化水平，稳定发展无公害、绿色人参、大力发展林下参、西洋参。按照“无公害、绿色”的标准执行。二是以产品质量安全为核心。对人参从栽培到加工、包装各道工序实行全程监管，全力抓好人参质量和人参食品的卫生安全。三是强化科技支撑，大力发展“科技人参”。在继承发扬中医优势特色基础上，充分利用现代科学技术，采用“真空冷冻干燥、微粉”等世界高新技术，生产出具有高活性的“金立华”牌活性人参胶囊、活性西洋参胶囊等活性人参系列功能性食品，提高了人参产品的技术含量，逐步将人参产业做大做强。四是销售方式向品牌战略和科学营销转变。依托“长白山人参”国家地理标志品牌和“金立华”国家驰名商标，使华瑞产品在人参产业中的竞争力显著提升、销售模式也从传统营销转变为传统营销、专卖店营销、互联网营销“三驾马车”并驾齐驱，销售量不断创出新高。五是生产方式由传统模式向标准化和规范化转变，作为国家高新技术企业和人参食品深加工领军企业，公司始终把产品质量和产品的科技创新放在首位。按照标准化和规范化严把质量关，并新建了高标准化的GMP生产车间，产品质量显著提升。



公司的GMP生产线

2015年4月1日《吉林省人参产业条例》正式颁布实施，为了庆祝《吉林省人参产业条例》的实施，由珲春农业局主办、珲春华瑞参业生物工程有限公司承办的庆祝《吉林省人参产业条例》颁布实施主题文艺汇演，在2015年4月9日举行。华瑞参业董事长金立华说，条例的颁布实施，让我省人参产业有了新的发展契机，也使人参产业走上了规范化、标准化、法制化的轨道。通过文艺汇演的形式就是要让更多的人了解《吉林省人参产业条例》，让人参企业知道《吉林省人参产业条例》，就是为了吉林省人参产业的发展保驾护航；促进我省人参产业大发展、快发展。

#### 四、壮大“金立华”大品牌

大产业必须有大品牌，华瑞参业生物工程有限公司作为农业产业化省级重点龙头企业，近年来，在吉林省《关于振兴吉林人参产业》政策指导下，致力于打造长白山人参品牌。以“金立华”为商标，自主种植、自行研发、自己生产，先后推出6大系列近200款人参系列产品。尤其在人参进入国家新食品资源以后，华瑞参业在人参食品研发方面，先试先行，在全国率先研发生产出活性人参糖、人参米、人参锅巴、人参豆脯、人参茶、人参咖啡、人参月饼、人参蜂蜜等十几款人参系列食品。这些人参系列食品得到了省、州领导的认可和广大消费者的喜爱。

2010年华瑞参业生产的活性人参系列功能性食品成功走进上海“世博会”，活性林蛙油软胶囊荣获吉林省名牌产品。“金立华”商标荣膺吉林省著名商标，并成功荣获中国驰名商标。同时，华瑞参业在山西、江西、贵州、四川、辽宁、吉林等全国各地多次举办人参文化研讨会数百场；并成功开拓了俄罗斯、朝鲜、韩国等国际市场，有力地宣传了“长白山人参”品牌，增强了我国人参在国际市场上的竞争力，有效提高了“长白山人参”在国内、国际市场上的占有率。为振兴吉林人参产业做出了巨大的贡献。

2014年末，华瑞参业生产的人参系列食品通过竞标，成功走进沈铁列车，这也标志着华瑞参业人参食品，成为国内首家通过铁路客运列车、动车、高铁将长白山人参系列产品走向全国、走向世界的人参深加工企业。



“金立华”牌人参米系列产品



“金立华”牌人参锅巴、人参蜜、人参酒

#### 五、实施创新大战略

一个好的企业家，就是一个军事家。善于运筹帷幄、敢于开拓创新、精于排兵布阵，谋划致胜的战略战术。金立华就是一个这样的企业家。在华瑞参业九年的创业历程中，经历过重重困难，就是靠着敢于开拓创新的精神，运筹帷幄参界，排兵布阵商海，展开了“金立华”商界的“战略、战术”。

一是兼并重组战略。人参产业是一个很大的产业，有着很长的产业链条。特别是在人参的深加工方面，华瑞参业还有许多的“瓶颈”问题制约着企业的发展。2010年《国务院关于促进企业兼并重组的意见》发布后，华瑞参业认真地学习、贯彻国家的政策，立即推进企业兼并重组工作。积极寻找经营不善、负债亏损、设备厂房完好、职工改制心切的企业沟通洽谈，通过反复多次谈判，多家企业接受了华瑞参业的兼并重组提议，先后将珲春市神州药业、江苏省宿迁保健食品厂、白山保健食品厂、靖宇县日用化工厂、珲春市食品厂等国企、民企纳入华瑞参业生物工程有限公司麾下。

二是强强联合战略。企业的快速发展源于开拓创新和企业家的战略，金立华和他的华瑞参业自成立以来从未停止过开拓创新的脚步。近年来逐步将眼光放到了境外和海外。

2014年5月，澳门永安制药厂有限公司董事长沈雪根、副董事长田连英、董事总经理沈国标等领导一行莅临华瑞参业考察交流，并就人参产业发展的相关项目，双方形成合作意向，一致决定斥巨资在国家战略新区“粤澳合作中医药科技产业园”设立“珠海永安制药有限公司”。

2015年1月5日金立华董事长受邀前往澳门永安制药厂有限公司参观考察，受到澳门永安制药厂有限公司董事长沈雪根、副董事长田连英、总经理沈国标等领导们的热烈欢迎。期间，中华人民共和国澳门特别行政区何永安审计长等领导热情接待了金立华董事长一行，并设宴欢迎，同时诚挚邀请金立华董事长能同澳商共同投资开发健康产业，并将拥有五千年历史的中华民族文化、长白山人参文化和人参产业带到澳门。当下澳门永安制药厂有限公司和华瑞参业生物工程有限公司决定在澳门注册成立了“长白山人参研究院”

近年来，一些国内外一些名企、大企业纷纷来到华瑞参业，考察研究加盟合作事宜，华瑞参业的强强联合战略正在逐步实施，步步推进。

# 参花

2015年第6期

社长/总编辑 葛利民  
副总编辑/主编 徐文  
副总编辑 肖英奎  
副总编辑 高燕  
主编助理 刘冬杨  
策划总监 姜伟 李世先(特约)  
编辑部副主任 刘月娇  
组稿编辑 侯雅晴 武原竹 王曦 刘月娇 刘佳玲  
梁辰 葛星星 薛雨 高升荣  
编委(按拼音姓氏排序)  
金立华 葛利民 徐文 顾文显 吕明臣  
孟广顺 马大勇 天界 田茫茫 王长元  
谷大川 王怀宇 袁炳发 赵欣 张顺富  
月娇 郑太春  
美编 0431-81686158 0431-81686948  
电话 0431-81630218  
投稿邮箱 shenhua617617@163.com

参花网站 <http://www.shenhua1957.com/>  
参花文学QQ群 218809187 251690746  
参花文学博客 <http://blog.sina.com.cn/u/1077606473>  
主管单位 吉林省文化厅  
主办单位 吉林省群众艺术馆  
编辑出版 吉林省参花杂志社  
地址 长春市浦东路22号  
邮政编码 130033  
广告许可证 220124420129  
出版时间 每月15日  
战略合作伙伴 珲春华瑞参业生物工程有限公司  
理事单位 中铁21局 参花书画院  
吉林大学文学院青年作家辅导中心  
腾讯微博

网络协作单位 中国知网 万方数据库 龙源期刊网  
集速网 淘宝电子书城 作家网  
全国各地邮局  
发行 12-367  
邮发代号 CN22-1069/I  
国内统一刊号 ISSN1008-8407  
国际标准刊号 15.00元  
邮发定价 长春市新世纪印业有限公司  
印刷

## 目录 CONTENTS

### 【卷首语】

愿做人参文化的“把头” 徐文 01

### 【报告文学】

人参王国里的战神 姜伟 05

金立华与人参花 李世先 09

比《参花》杂志小3岁的人参酒柜“嫁入”

新婆家 曹云鹏 11

长白山有个老“参仙” 吴明 13

参乡泥塑家的斑驳片段 阚世钧 15

### 【短篇小说】

参女红尘梦 顾文显 22

人参情缘 于变玲 30

参花 徐舟 38

人参缘 吕丰平 45

神草 明安然 49

参之悔 武原竹 52

傻子九参 琥珀泪 54

救命的人参 桂林 56

迟来的道歉 罗小叶 58

十年 墨陌 59

家·春·秋 马秀霞 64

### 【中篇小说】

人参之恋 向前 65

落草 孟晓冬 王明君 90

柳条边的爱情 充满野性的壮美

——长篇小说《我的土匪爷爷》张扬私奔的美学观 董宏达 102

### 【民间故事】

老张的参园梦 彭曙辉 105

人参的灵性 晁一民 107

抢参 叶敬之 109

刘泉挖参记 许雁 111

### 【散文天地】

山神老把头 王德富 113

采参传说 王晓云 115

行走中的风景 许路明 116

人参情义 浩宇 121

## 【百花诗苑】

山参娃娃	张良友	122
参园小屋	白鹭	122
林中的野参	罗滨滨	123
咏参	佚名	123
人参生北国	王海儒	124
梦中的仙草	侯雅晴	124
依恋	修豪华	125
东北土地的“一宝”	张嘉睿	125
人参的心事	李治杰	126
参隐于林，慕名者觑	洪芜	126
走进斗室的人参神话	相思豹	127
黑土地上的奇珍（外一首）	苏巧兰	128
人参，大地之魂（外一首）	孙宏瑞	129

## 【动态资讯】

华瑞参业人参种植基地		
——朝鲜见闻	曹艳鹏	130
华瑞参业同朝鲜罗先特别市先锋制药厂正式签订合作协议	曹艳鹏	130
华瑞参业掘金“互联网+?”		
	刘元勋	131
2015年“参之恋”春游活动		
	曹艳鹏	132
吉林省商界精英走进华瑞参业		132
蛟河市东北货推介会暨农产品供需对接会在北京召开		133
吉林省功能食品协会及功能性食品		135
长白山保护区食健客投资股份有限公司		136

## 【作品专栏】

### 中铁 21 局作品专栏

清明忆母	丁小军	138
给妻子点个赞	夏文斌	139
做一株坚忍不拔的戈壁之花	曹军	140
繁星	曲虹	141
三月的丽江	孙臣领	141
我与企业共成长	王雪莲	142
成长	张琪	143
女性的精彩	徐卫红	144
美的瞬间	王红	144
梦想之路	杜晓宏	145
清明怀故	马娟妮	145

雕刻幸福	魏慈	146
女工赞歌	王淑英	146

## 【文化视界】

谈张爱玲小说中的女性人物角色形象	赵笑雷	147
浅析《卖花女》中伊莉莎新女性思想的升华	逢勃	149
论中国传记电影——新世纪中国传记电影的新发展	华金香	151
文学阅读对高职学生的影响力	刁晓丹	153
新农村建设中如何开发农村文化	方海华	155
意象油画及油画民族化思考	周末	156
《走出非洲》的生态女性主义意识	杨苗	157
古筝演奏中音乐表现的三要素分析	陈香莲	158
作品的形成与创作理念的辩证关系	申湘君	159
钢琴演奏者心理素质的培养	黄倩倩	160
封面人物：金立华		
封二：崛起的华瑞参业		
封三：跨越·腾飞		
封底：人参花开		
内彩：大文化 大基地 大产业 大品牌 大战略		

### 稿约说明：

凡在本刊发表的作品，均为没有正式发表过的原创作品，除见习及协约的作品以外均付稿酬。本刊与作者共同拥有平面、网络与影视改编权，作者半年后方可将作品发布到自己的微博或社区，不允许发布到商业网站。本刊协约网络合作出版及平面再出版不另付稿费。

来稿凡涉及史料、人名、地名、计量单位或者专业术语等，请作者自行校对，文责自负，切忌抄袭及一稿多投。如有侵犯他人作品权利的行为，本刊不负连带责任。作者投稿后，两个月内未有用稿通知可另投他处，来稿一律不退。作者可以登录本刊官方网站查询相关信息。凡转载本刊作品须经本刊确认，并致稿酬。

本刊同时进行数字发行。作者如无特殊声明，即视作同意授予我刊及我刊合作网站信息网络传播权；本刊支付的金额已包括此项授权的收入。