

《消费调查中国行(2016 年)优秀科技企业人物展示》专题报道之一

不惑之年 再创辉煌

——记北京德世久生物科技有限公司总裁宋德顺

宋德顺，北京人，1964 年生，北京德世久生物科技有限公司创始人，一吃黑生物科技专利持有者，世界中医药学会联合会亚健康专业委员会理事。

逐流溯源，宋德顺这种乐观的天性还要得益于属于他的那些鎏金岁月。宋德顺的童年在“大院”里度过，在那些和青春有关的日子里，他和“大院”的子弟们一起成长，二八单车穿梭在老北京的胡同儿大院间，活力十足的他在“大院”里度过了自己富足无忧的童年，燃烧的少年，造就了北京人特有的“局气”。也在潜移默化中培养他乐观、永不服输的心态，这也为不惑之年又创德世久辉煌的宋德顺埋下了伏笔和积淀。

“局气”的宋德顺

对于局气有自己的理解，他说局气是一种感觉，只有土生土长的北京人才知道这两个字的真正含义，解释出来未免苍白、不全面。但是相熟的人说他懂规矩、大方、豪爽、仗义、助人为乐、不要心眼儿、有正义感、舍己为人、能够反省……宋德顺把局气做了出来，正是这种局气，使宋德顺的朋友广泛，为公司的发展打下良好的人脉基础。

人生第一桶金

宋德顺说：“啃老”这两个字从来不会出现在自己的人生字典里，上世纪七十年代末八十年代初，中学成绩优异的他放弃了继续读高中的人生道路，不顾家人反对，加入了社会这所大学。改革开放的春风吹绿了中国大地，他只身前往深圳寻找商机，发现当时深圳很多时髦的年轻人都穿一种叫做牛仔褲的裤子，这让穿着中山装精心打扮的宋德顺深感另一种美带给

自己的震撼，他预计这种裤子带到北京将会热卖，仿佛看到北京的大街小巷热卖牛仔褲的盛况，而真正让这个年轻人感到兴奋的是他希望这些游走在大街小巷的牛仔褲都是经他之手传到北京。机会稍纵即逝，说干就干，他连夜联系北京亲朋好友筹得启动资金，找到厂商用最低的价格选择最流行款式制作出来，他坐 30 多个小时的火车从广州背回 200 多条牛仔褲。到了北京站，活力十足的他迫不及待地把自己的“洋玩意”带到了繁华的东三条，就往街边一放，这个豪爽大方的帅小伙一阵得体的张扬的吆喝，在那个人们物质文化生活的需求远远高于当时供给的矛盾下，宋德顺的牛仔褲为北京的年轻人打开了一扇时尚的窗户，加上宋德顺豪爽大气的风格，200 条牛仔褲一天就被抢购一空，除去路途费用，还给朋友本钱，自己还挣得一笔相当可观的收入。此后，他更是往来于大江南北，生意做得风声云起，为人生赚下第一桶金。

生意失败又回到原点

上世纪八十年代末九十年代初是个机会涌动的时代，随着生活水平的不断提高，消费者对生活质量和美的追求也提上了各个家庭的议题。一次偶然和朋友聊天中。宋德顺了解到有位女性朋友每个月用在化妆品的费用占到消费支出的 40%，这样一笔支出甚至高于吃喝的花费。灵敏的商业素养让宋德顺知道这是一个消费潮流带来的巨大商机，而且前景广阔。

说干就干，四处学习打听，学习化妆品知识和新的理念，宋德顺从代理商开始，一步步发展，并萌生了生产自己品牌的想法，加工产，展销会，投资商，宋德顺奔赴在自己事业的路上。北京人特有的那份局气帮他很快拿到 8000 万元的订单，有了资金，联系到了厂家生产，配方也是经过各路专家反复研究的，看似万事俱备，只欠东风，只要产品到位并发放到各级代理商手中，就有可能成就新的一个化妆品市场。

也许太顺利的人生不会体会到惊涛骇浪的激情和峰回路转的欣喜。古人说，千里之堤毁于蚁穴，环环相扣的生产链也是一个整体，这次的短板是致命的——生产厂家的质量出现问题，含量超标，8000 万元的产品面临的是不能面市的现状。不顾广大消费者的安全，在大量催单的形势下下单发货？宋德顺陷入了深深的纠结之中，产品出还是不出，一边是八千万，一边是倾家荡产；一边是消费者的谴责，一边是心安理得。宋德顺一夜没合眼。第二天，他一个电话宣告破产。这个局气的代价是卖了自己在北京的所有房产和宝马、奔驰汽车，还向亲朋好友四处筹钱还债。北京人的“局气”让宋德顺一无所有的又回了那个北京的胡同儿，这里是亲切的，胡同口儿那个奶奶像看自己孙子一样拉着他喊：小顺子，你回来啦？听到那份久违的亲切，宋德顺感到一股特有的莫名的踏实，这就是家，心里莫名间释然而且又一次的充满希望，他要整装等待下一次的出发，但决不会太久。

回到北京胡同的宋德顺，有父母的照顾，衣食无忧，找份适当的工作，也可以安稳的过日子。但是随遇而安不是他的人生目标。

闲赋在家的宋德顺和大院里的老人们钓鱼，下下棋，听他们谈谈家国大事，对直爽仗义的小顺子他们都喜欢带在身边，在这个北京大院里，谈笑无鸿儒，往来无白丁潜移默化中，宋德顺学习到的一种更宽广的人生格局，也慢慢体会到与自然和谐相处，把生活养生看得更重，他知道了人生真正的意义，健康才是最重要

的。看多了周围的老人们在各种病患前无力回天，宋德顺明白未来真正有意义产业是健康行业，在心里也为自己以后事业扬帆定下了航向。这一次他要飞的更加平稳更加接地气。

立体公关销售模式的创立

上世纪 90 年代，改革开放深入开展，这让在家养精蓄锐的宋德顺感受到了商业春天的气息，正好此时有一家新产品的企业，创始人是宋德顺以前的朋友，看重宋德顺的人品和管理才能，高薪聘请宋德顺出任该企业的运营总裁，主打产品是某种美容口服液，这是一款内服加外用的美容产品，宋德顺没有立刻答应，而是向顾问他于茅庐的老总要来 10 套产品，1 套自己来用，9 套分给自己周边爱美的女士们，半个月的体验期，宋德顺第一次认真的用上了美容产品，他实行半边脸原则，具体操作就是左边脸每天早晚坚持用美容液，右边边脸则什么都不用，朋友看到他这样，都笑问：“你这又是闹哪出啊？”宋德顺说：“做产品要讲究良心，我要做运营总监目的是把他公司的产品尽可能多的销售出去，那么应用人群是我们普通老百姓，既然这样我要亲自体验，真正有效果，消费者花了钱之后能够得到切实的好处，皮肤真的好了，身体真的健康了，这样我才能心安理得的去销售，去帮他运营，正所谓君子爱财，取之有道，这是我的原则。”朋友们听后都说：够局气！

就这样，半个月后，宋德顺看着镜子里自己的“阴阳脸”，一边细嫩白皙，正是用了美容液的一边，于是第二天他便出现在该公司运营总裁的办公室里。在其位，谋其职，既然揽下了这个瓷器活，就要拿出自己特有的实力来，而此时经过半个月的运筹期，宋德顺已经有了自己的销售策略，在北京东四隆福寺大商场，宋德顺在商场门口举办了一场体验活动，挑选公司形象气质俱佳的女孩子们，把产品按照“半脸原则”，让每个女孩在观众和路过的人们面前现场演示，并对比使用前后的效果，这样独到的销售模式在当时可以算得上是第一家，被活动引来的年轻男女们纷纷购买而且口口相传，回头客也迅速增加，短短一个月的销售额就超过了公司一年的数量，宋德顺在营销界火了，而他首创的这种销售模式，被销售界的同行们称为立体式公关促销，并很快被各大品牌公司采纳，宋德顺也被邀请到各企业做销售理念演讲培训，当时一家很火的科技有限公司董事长是宋德顺生意场上的好友，在向宋德顺取得真经以后把这套立体公关销售模

式应用到了自己的公司，同样取得了很好的效果。也正是这一促销理念为德世久打开了发展的大门，为日后一日千里的黑老宋发展埋下大的伏笔。

德世久的创立

一个偶尔的机会，宋德顺得到一剂乌发黑发生配方，一开始宋德顺并没有把这个配方联想到商机，只是给自己的家人朋友送去当过节时候的礼物，但没想到自己亲朋好友吃完之后，每个人都会来要第二次，还会介绍给自己的朋友亲人，这样宋德顺知道这个真的是一个很大的健康产业市场，而且消费人群特别广阔，这次他要面对广大民众，不走高端化，而是每个人都能吃得起的健康营养产品，一吃黑，黑老宋便诞生了。

黑老宋企业文化

“人与企业共发展”文化是企业的灵魂，是推动企业持续发展的内在动力。“人与企业共发展”是不变的核心文化理念，更是公司成功的基石。唱响一种旋律：做黑老宋人，想黑老宋事，开创黑老宋新伟业！我为企业献青春，企业为我写明天！我们每名员工，都是黑老宋发展的见证！倡导一种精神：艰苦奋斗，不断创新，以司为家讲奉献！公司是员工第二个家，与每名员工的切身利益息息相关，需要集体的奉献与呵护，积极工作，爱司如家，自觉奉献，不仅是为了公司的发展，同时也是为了员工自己的未来。营造一种氛围：打造舞台，构筑高地，人与企业共发展！以人为本的管理理念，就是既要尊重员工劳动，保障员工权益，又要为每名员工搭建好适合自身发展的平台。企业进步的过程，也是员工提高的过程！人与企业鱼水相处，与时俱进，和谐共赢。形成一种效益：公司发展，员工受益，双重效益最大化。员工是企业创业的主体，企业也要让员工共享发展成果！不仅包括工资待遇、经济收入等，同时也包含了个人素养的提高和社会的认可与尊重。企业的最大效益在于保障经济收入的前提下，能实现员工精神的富足与充盈。

黑老宋企业诚信

北京德世久生物科技有限公司，经过短期的市场拓展，在全体员工的努力下，赢得了市场赞许与荣誉；

在今年 8 月份 CCTV 央视网表彰盛典中荣获 cectv 央视网商城优选品牌的荣誉，公司副总裁王晓飞表示，黑老宋秉承产品是企业之源、产品过硬才是发展的硬道理的产品理念，成为国内首家致力于白发变黑发的营养粉的研发企业。

公司拥有自主知识产权的独家秘方产品，品牌名为《黑黑黑·黑老宋》，是一款国家知识产权局专利认可产品，又名“一吃黑”黑发营养粉；德世久董事长宋德顺曾荣获“促进经济建设单位”称号。

2016 年 8 月，德世久生物科技有限公司董事长宋德顺在人民大会堂参加会议，并获得荣誉。此次荣誉的获得，标志着“黑老宋”企业及产品的实力。

送出的辉煌

宋德顺常常和身边的人笑谈：宋德顺，宋得顺，送出去就得到顺利了，黑老宋一吃黑营养粉的运营模式的出发点，融合了自己创立的立体公关促销模式，让消费者先去体验，第一次消费全部免费，真正的让消费者自己去体验，让他们切身的感觉到食用一段时间之后在自己身上的一系列变化，去真正的爱上这款产品，基于这样的初衷和营销理念，宋德顺依靠行业内的信誉和自己多年积攒的雄厚的财力支撑，对每一个慕名而来的消费者见面就送，几万盒产品免费赠送出去，而这些可都是白花花银子啊，客户反馈还要一段时间，这个风险都压在他的肩上，但是宋德顺很镇定，他断定第二次的有偿消费必然会更加汹涌。“黑老宋，白送”人们奔走相告，采用独特销售模式的黑老宋迅速集聚了大批人气。

每个前来的顾客都会获赠公司产品，一吃黑黑老宋一袋，这种用产品说话的自信和实力，让消费者趋之若鹜。产量的倍增和免费试用，使成本开支巨增。于是生产部门提出建议：能否能否掺杂些许价格稍微便宜的藕粉，和可以让产品口感更好的香精添加剂，替代现行的优质选材减少支出？宋德顺生气的拒绝了这个看似好心的提议：胡扯！一定按质按量保证产品高质量生产。接到硬性指标，黑老宋这款产品以高质量免费赠送中开启进程。

让每个普通消费者都能吃得起

德世久科技有限公司在天时地利人和中顺势成立，作为德世久公司的创始人兼董事长，宋德顺不忘初心，着力打造让每个普通消费者都能吃得起的黑发产品。公司采用独有的运营模式，让产品更加经济实惠的送到消费者的手中。德世久这个刚刚成立的企业还是一个孩子，作为孩子的“父亲”，宋德顺倾注了所有的心血，这个孩子还在成长，而宋得顺唯一的心愿就是希望这个孩子长大以后可以帮助更多的人，造福这个社会，让更多消费者都能从中切实的受益。

（策划 王守友）