

朱鼎健 朱鼎耀 合力揮桿 拓休閒產業



商界菁英

高爾夫球是世界上規則最複雜、場地要求最高的運動之一，亦是商界人士青睞的社交語言。對觀瀾湖集團掌舵人朱鼎健、朱鼎耀兩兄弟來說，高球早已超過體育層面，成為他們的終生使命。在繼承了父親朱樹豪事業的同時，二人協力開拓出多元化的休閒產業體系，用明星效應讓更多人接觸到高球運動，也使中國與世界的溝通更加緊密。現在，觀瀾湖集團在「大灣區青年就業計劃」(GBAYES)中招募的50名年輕菁英全部到崗就位，正躍躍欲試。朱氏兄弟合力打出的這一桿好球，清脆響亮，令人期待。

香港商報記者 傅之欣

觀水有術 必觀其瀾

在創立觀瀾湖集團之前，朱氏兄弟的父親朱樹豪已是成功的企業家，1978年就到珠三角投資設廠，是改革開放以來到內地最早投資的港商之一。在同外資往來的過程中，他察覺到高爾夫球在內地擁有廣闊的前景，這個跨越種族和語言的運動，能將不同國家的合作夥伴連接到一起，把不可能變為可能。1992年，朱樹豪力排眾議，選擇了東莞與深圳之間向處貧困的觀瀾鎮建造球場。這個決定凸顯了朱樹豪超人的前瞻理念，彼時還無人想到，這片荒山野嶺，日後能成為世界最大的高爾夫球會。

1995年，觀瀾湖球場成功舉行第41屆高爾夫球世界盃比賽。自此，觀瀾湖在承辦高球專業賽事的路上一路狂奔，名氣響徹國際。經過20多年的發展，觀瀾湖已經形成多個產業為一體的綜合休閒旅遊區，並兼具「健力士世界紀錄」(世界第一大球會)和「國家5A級旅遊景區」兩大榮譽。

《孟子·盡心上》中寫道：觀水有術，必觀其瀾。寓意追本溯源，獲知行方式，從而解決問題的一種「君子之道」。觀瀾湖之所以成功，在於朱樹豪不囿於表面的運動，而是將其產業化，打造成休閒產業鏈。2011年，朱樹豪因病去世，管理集團的重任落到了才30歲歲的朱鼎健和朱鼎耀身上。他們一脈相承了其父的經營思路，結合趨勢「產業升級 創新驅動」，將原有的三個產業擴充到八大產業，繼續發展和完善着觀瀾湖的休閒版圖。

做知行合一的決策者

談及接班感受，朱鼎健笑稱從未因職業選擇而迷茫過，一切都是順理成章。「接班是壓力，亦是動力。記得6歲的時候，我坐上家裏買的第一輛小轎車。當時探頭出天窗的感覺特別好，於是跟爸爸拉勾，將來要幫手他(生意)。很自豪，這些年自己一直在履行這個約定。」這番異於常人的「霸氣宣言」確實和朱鼎健的做事風格十分匹配。身為家中長子，他從小比別人多一分責任心。其自信、健談、當機立斷的性格讓人驚歎父子二人的相像。作為集團決策者，「知易

份禮物，就是觀瀾湖的「五五規劃」。朱鼎健受中央政策的啟發，將這種制定發展遠景和目標的策略運用到集團中。想要實現目標絕不取決於一時的決心，而是對目標清晰的長遠規劃。在他的推動下，觀瀾湖定期調整發展方向，預先進行人才儲備，用優勢產業帶動相關板塊，彼此扶持，保障了產業不斷升級的可持續性。

興趣事業結合「玩出圈」

正如「打虎親兄弟」一般，弟弟朱鼎耀與哥哥相得益彰。在他儒雅謙和的外表下，是變革中國高爾夫球的雄心壯志。他延續了朱樹豪對高爾夫球的熱愛，將其發揮到極致。除去高球技術達到運動員水平，他還特意到美國攻讀高球管理課程，可謂「文武雙全」。正當他在家族事業和專業選手之間猶豫不決時，父親

觀瀾湖點路成金

當朗拿度、朗拿甸奴、史高斯及古烈治出現在一起，人們可能會認為這是發生在歐洲的某個足球活動，加上姚明、高比、拜仁、「老虎」活士也現身，好吧，體育明星秀。可還有周杰倫、孫楠、肯·尼基，以及摩根、費曼、馮小剛……能聚集不同業界明星的場合屈指可數，加碼到如此重量，恐怕就只有「觀瀾湖世界明星賽」能夠做到。

大明星意味着大流量，一次次成功的吸晴活動為觀瀾湖帶來不少關注。「聚光」背後，是觀瀾湖的引路之道。朱鼎健說：「路通人才到，當初正是因為有深圳觀瀾湖的規劃，才得以修建梅觀高速公路，將深圳北、羅湖再到皇崗口岸的車程，從4個小時壓縮到半個小時。」深諳區域發展共生共存的觀瀾湖，早已把共贏的理念寫入企業宗旨中。20幾年來，觀瀾湖的每次選址，無不為先，在向未開發的郊外「闢地」。可當球場建成後，卻總能讓「鐵樹開花」，促進當地經濟發展。

聯名跨界打造「首店」矩陣

觀瀾湖「引路人」的角色還在繼續，2010年，海南省海口市的一片火山熔岩石漠地上，

海口觀瀾湖度假區拔地而起，形成大型休閒產業群。除去核心產業高爾夫，觀瀾湖還聯合華誼建立觀瀾湖華誼馮小剛電影公社，籌建狂歡水世界主題公園，打造當地旅遊新地標。不難看出，在競爭激烈的大環境下，觀瀾湖勢要助海南成為內地旅遊最佳地。尤其在旅遊消費市場，觀瀾湖四處出擊，大膽嘗試，先後與美國NBA、巴塞隆俱樂部達成戰略合作，創建了唯一一家可以互動的NBA互動體驗館以及海口巴塞世界展覽中心。巴塞隆不僅在當地設立青訓基地，其展覽中心及專賣店佔地面積更達到驚人的7000平方米，就連該俱樂部人員也形容是「想都不敢想的創意」。

朱鼎耀表示，「走出去，引進來」正是觀瀾湖作為超級聯繫人所發揮的作用，接手集團時，觀瀾湖一年的接客量為100萬人次，如今已增長到2000萬人次。產業升級給觀瀾湖帶來巨大的收益，也奠定了打造國際綜合旅遊品牌的路線。未來，觀瀾湖將繼續在「Bring China to the world and world to China」的理念下努力。



朱鼎健(左)、朱鼎耀兄弟合力開拓多元化的休閒產業體系，前景令人期待。記者 馮俊文攝

的一席話開啓了他人生的新目標：「做選手，只能你一個人得意；來集團，你可以讓更多人和你一樣愛上這個運動。」

2011年，朱鼎耀進入觀瀾湖，振臂揮桿，把小小的高爾夫球打出核彈級效果。為了推廣高球的普及，觀瀾湖積極與各方面社會團體合作，體育資源和品牌資源不斷整合，打造出一系列口碑炸裂的拳頭項目。如「觀瀾湖世界明星賽」的模式，較傳統募捐活動，透過高球來籌措捐款顯然更有意思。備受好評的形式紛紛吸引各路明星、球員「跨界」站台。吸引觀衆好奇心的同時，迅速形成「虹吸效應」，捐款屢破紀錄。隨後，觀瀾湖下沉眾，參與支持各類青少年賽事，涵蓋200多種運動，其文化、體育慈善事業累計捐款突破5億元人民幣。回饋社會的同時，既培養用戶，又推廣高球運動，達成1+1>2的效果。難怪朱鼎耀驕傲地說：「我感到很幸福，能將興趣與事業相結合，這種狀態不是人人都能有的。」

灣區可助青年激發潛能

年初，港府推出「大灣區青年就業計劃」，吸引370多家企業參與。截至7月，該計劃總共到崗400餘人，僅觀瀾湖一家就佔50個，可見其支持力度。此次招聘包含文創、酒店管理、市場推廣等多個崗位，從本港及外地等28間不同院校的應屆畢業生吸納。朱氏兄弟回憶青年時光，自覺幸運同時，亦不忘創造更多平等機會予香港青年。朱鼎耀認為，大灣區的潛力巨大，發展勢頭迅猛，是激發潛力的好平台。「新冠疫情讓全球高爾夫球用戶激增30%。隨着國家愈注重內需市場，休閒旅遊的市場就有機會不斷擴大。我們都認為這不只是觀瀾湖的機會，亦是香港年輕人施展拳腳的機會。」他解釋，相較內地青年，香港青年的國際視野更加寬闊，加之「兩文三語」，更利於講好「中國故事」，這些都和觀瀾湖打造世界級休閒產業鏈的人才需求相匹配。

「力不到，不為財」，而朱鼎健的認識則

是「力不到，不為(人)才」。他表示，目前直接受聘於觀瀾湖集團的員工逾9000人，間接提供的就業崗位超過8000個，總數達到17000多個就業機會。「企業促進區域的發展，不是慈善活動，而是社會責任。」對內地與香港之間融合的問題，他指出：「中央出台了許多對港人有利的政策，像「惠港16條」、「CEPA」等，但宣傳上略有不足，導致很少人知道。」為了幫助青年突破瓶頸，觀瀾湖今年還與香港中文大學逸夫書院合作，為該院提供為期7周的中港兩地實習機會，共30個名額，讓學生投身職場前作更好的準備。朱鼎健冀以此促進港澳青年了解內地，激發他們認同感和愛國情懷，吸引更多優秀青年扎根灣區，大展身手。他強調說：「香港要真正融入灣區發展，青年群體的參與不可或缺。」



透過計劃招聘的20位青年入職後，於海口觀瀾湖與朱鼎健交流。



朱鼎耀與中大實習生參觀建黨百周年展覽，並現場向大家介紹五四運動的有關內容。

受聘港青盼成優秀團隊管理人

畢業於公開大學的梁同學是本次計劃受聘者之一。他表示，封關之前常赴深圳遊玩，十多年來眼見內地發展迅速，社會安全得到保障。尤其是科技應用方面，基本達到一個手機走天下。在網上獲悉「GBAYES」有關資訊後，經過與家長及朋友的溝通，決定應聘觀瀾湖集團，經過層層面試，最終從700多位競爭者中脫穎而出。他說，自己在校專業是體育運動與休閒管理，如今來到觀瀾湖集團能夠從事相關工作，學以致用，十分開心。

入職後的工作經歷亦讓梁同學印象深刻。培訓期間，他參觀了黨慶百年展覽、瓊港澳足球友誼賽等，從中不僅增加了對國家民族歷史的了解，也由衷欽佩集團主席朱鼎健的公益之心。此外，集團部門的同事們樂於助人，讓他迅速融入團隊。他希望通過積累工作經驗，獨當一面，成長為一個優秀的團隊管理者，將知識和技術分享給其他年輕人。



海口巴塞世界。



海口觀瀾湖的NBA體驗館。



深圳觀瀾湖俯瞰。