



# 中国商业服务业改革开放30周年功勋人物

## “中国第一餐饮”的领路人



姜俊贤  
中国全聚德(集团)股份有限公司董事长

作为国有企业的法人代表,全聚德的当家人,二十年来,姜俊贤兢兢业业,恪尽职守,为国有老字号餐饮企业的改革和发展做出了突出的贡献。自全聚德集团成立后,他以高度的事业心和责任感投身全聚德事业,以骄人的工作业绩和高尚的人格魅力展现出一位当代优秀企业家卓越不凡的判断力与决策力。

姜俊贤致力于弘扬中华传统饮食文化精神,传播“全聚德”百年品牌形象,实施精品战略;他遵循毛泽东主席“全聚德要永远保存下去”的指示,按照周恩来总理对全聚德“全而无缺,聚而不散,仁德至上”的精辟解释,总结和倡导全聚德“想事、干事、干成事,创业、创新、创一流”的企业精神,制定了“中国第一餐饮,世界一流美食,国际知名品牌”的愿景目标,并结合全聚德的实际,扎扎实实地在集团内从体制、机制、管理、营销、科技、文化、精神文明建设等方面开展创新活动,带领公司始终走在了中国餐饮业发展的前列。

始建于1864年(清同治三年)的中华著名老字号全聚德,在经历了130年分散经营历史的情况下,于1993年被北京市政府批准正式组建全聚德集团。1993年5

月,时任北京市饮食服务总公司副总经理的姜俊贤被任命为中国北京全聚德烤鸭集团公司副董事长、常务副总经理,直接主持了集团公司的筹建工作,在原来分属于北京市饮食服务总公司和北京市旅游局的和平门店、王府井店和前门店三大核心企业的基础上,组建了北京全聚德烤鸭集团公司。

在这段时间里,他和集团总部的同志们一起夜以继日不停地工作,加班加点,废寝忘食,很快地理顺了关系,建立起一套正规的工作和生活秩序。他作为常务副总经理主持日常工作,为集团的发展和长远规划费尽了心机。集团成立后,他不失时机,抓住机遇,按照“产权明晰,政企分开,权责明确,管理科学”的总体要求,大力推进集团内部改革,使集团奠定了现代企业制度要求的“权责明确,管理科学”的基础。

2004年4月17日,全聚德集团和首都旅游集团、新燕莎集团实现战略重组。2004年11月5日,在北京全聚德烤鸭股份有限公司的基础上,组建了北京全聚德(集团)股份有限公司,2005年1月21日,仿膳饭庄、丰泽园饭店、四川饭店等老字号进入全聚德集团,从此,全

聚德已不仅仅是一个烤鸭品牌,而是成为了拥有丰泽园、仿膳、四川饭店等优秀老字号餐饮品牌企业组成的首都餐饮联合舰队,姜俊贤再次受命,出任餐饮联合舰队的“总指挥”。

针对“全聚德”的发展趋势,姜俊贤创造性地提出经营权、所有权“两权分离”,有形资产、无形资产“两线运营”的连锁经营发展思路。集团成立十五年来,全聚德连锁经营事业取得快速发展,形成了具有自己特点的《连锁经营管理手册》和CIS系统等一整套管理体系。全聚德集团已发展成为跨地区、跨行业、跨所有制、跨国经营的大型餐饮集团之一。

在夯实企业基础之后,姜俊贤与时俱进,以科学发展观为统领,坚定不移地实施“品牌”加“资本”的发展战略,不断加快餐饮服务业的发展,推动老字号企业向资本市场迈进。2007年初他敏锐地认识到形势的发展变化,迅即启动了全聚德上市工作,抓住了国内资本市场迅猛发展的历史机遇。在他的直接领导和指挥下,在经历了近一年的夜以继日的工作后,2007年11月20日,全聚德股票在深圳证券交易所成功挂牌上市,实现了中华老字号企业在资本市场上零的突破。此次发行,全聚德共募集资金净额3.88亿元。全聚德一开市立刻受到了市场的追捧,开市前竞价踊跃,高开于36.81元/股,比发行价11.39元/股飙升223.18%。在全聚德上市过程

中,全聚德品牌得到了极大的发展与提升,公司法人治理结构进一步完善,内控制度进一步健全,特别是为新连锁店和食品加工配送产业升级提供了充分的资金保证。全聚德股份公司的成功上市,为中华老字号企业进行自身机制转换,利用资本市场加快发展进行了有益的探索,提供了成功的案例。

姜俊贤十分重视企业文化建设,根据各企业所处环境的不同,确立了“老店文化”、“名人文化”、“王府文化”以及“奥运文化”等不同企业的文化风格。组织编写出版了《全聚德今昔》、《全聚德的故事》、《品味全聚德》、《媒体话说全聚德》等书籍。先后赞助北京人艺复排了反映全聚德历史风貌的话剧《天下第一楼》;与影视界合作,投资拍摄了32集电视连续剧《天下第一楼》,拍摄了专题文献片《百年全聚德》和《永远的全聚德》;铸造了“全聚德鼎”;建立了全聚德展览馆,从而展现了全聚德的百年辉煌,诠释了全聚德的文化内涵,弘扬了全聚德的品牌文化。全聚德品牌无形资产价值从1994年的2.69亿元增长到2007年的110.19亿元,增长41倍。

在姜俊贤带领下,全聚德从一家百年老店转变成了建成完备的产业链,采取集团化经营模式,拥有雄厚资本的现代上市公司,成为了中国餐饮业的龙头企业,百年老字号重又焕发出新的生机与活力。

## 民营企业家的楷模



王健林  
大连万达集团董事长

32岁之前的王健林,是一个优秀的军人。今天的王健林,声望来自他一手创办的万达集团,一个成功而具有责任心的企业。

王健林创业伊始时,房地产行业市场秩序混乱,开发商在住宅建造过程中偷工减料,房屋销售面积短缺的现象很普遍。王健林首先把诚信经营和狠抓工程质量作为开创事业的立足点。1991年,王健林带领大连西岗区住宅开发公司(万达集团前身)开发的大连市民政街小区成为全东北第一个住宅工程质量全优小区,被首届“中国质量万里行”活动组委会授予当年全国唯一一块“优质住宅工程”奖牌。1995年,王健林在全国房地产行业率先提出“消灭合格工程,争创全优工程”。当时全国的住宅工程,分为合格、优良、市优、省优等质量等级,最低的要求是合格。王健林决定自己给自己加压,规定凡是万达集团开发的工程,取消合格这个等级,至少做到优良等级以上,因而万达开发建设的项目中曾有三个获得了建设系统国家级奖励“鲁班奖”。

王健林具有强烈的创新和开拓精神,通过创新,万达集团获得了快速的发展,同时也推动了行业的进步。

他带领万达集团率先在全国进行大规模旧城改造,早在1989年就进行了大连市北京街旧城改造;1993年,他带领万达承担了大连市新开路的旧城改造项目,一次性动迁居民4800多户,建筑面积80万平方米,创造了当时全国旧城改造规模之最。

万达集团是国内最早实施跨区域发展的企业,1992年就走出大连南下广州开发房地产。从1998年起,万达开始了大规模的跨区域扩张,目前已发展成为中国跨区域城市最多、年开发规模最大的房地产企业之一,为全国房地产企业跨区域经营、做大做强提供了经验。

2001年,王健林在全国房企中率先提出“建设百年企业”的思想,带领万达集团进军商业地产领域,从传统的房地产开发企业向现代的不动产企业成功转型,为国内房地产企业建设百年老店开辟了一条新路。面对新的挑战,王健林独辟蹊径,变中求胜,在全国首创了“订单地产”商业模式,即通过与世界及国内领先零售企业签订联合发展协议,采用先租后建的方式,为零售企业量身订建商场,一举成为国内商业地产开发的典范模式。2006年,王健林以首创万达“订单地产”商业模式荣获

由北京大学等高等学府联合评选的首届“中国管理学院奖”。

在王健林的推动下,万达不断创新,成立了目前全国唯一的商业规划研究院,组建了80余人的专业规划设计团队;成立了中国目前唯一一家以商业管理名称、跨区域进行连锁商业广场管理的万达商业管理公司。目前,万达商业管理公司拥有员工3000余人,管理范围覆盖全国20多个万达广场项目,总管理面积逾300万平方米,在中国创造了连续多年租金收缴率99%以上、物业管理收费率99%以上的商业管理纪录。

商战无疆,王健林审时度势,带领万达作为全国民营企业的先锋率先进军电影院线等文化产业,连续多年成为在中国文化产业投资最多的企业。到2008年底,万达院线将开业300块银幕,占据全国15%的市场份额。中共中央政治局常委李长春同志在视察万达南宁影城时,对万达投资文化产业所取得的成绩给予了充分肯定。

王健林始终倡导和推进企业管理的现代化,追求卓越,并以身作则,反对家族式管理。迄今为止,他没有一个亲属在万达工作。他带领万达建立了300万字且操作性极强的企业经营管理规章制度,其中绝大部分是万达拥有自主知识产权的独创制度。万达集团在每年的第一季度都要对制度进行专门研讨、修订,推行新版制度。万

达集团制度修订活动已经成为房地产行业乃至全国企业界比较关注的话题。王健林在全国房地产业界首创了财务和成本两个系统的垂直管理制度,有效地防范了财务风险,提高了运营效率。同时,推行材料集中采购方式,大大降低了采购成本。由于制度建设抓得好,万达的工程质量和管理在业界有口皆碑,同时保持了比同行业平均水平低10%-20%的成本优势。

针对中国房地产企业至今为止没有统一的信息化管理系统的现状,王健林做出决定,万达投入1000多万元,建设全国首个房地产ERP系统,致力于优化业务管理流程,建设共享的知识体系,提高沟通与决策效率,保证了万达集团在信息时代的企业管理优势。

王健林带领万达集团在积累财富数量的同时,更加注重财富的品质,他是全国企业家中最早提出企业必须承担社会责任并积极身体力行的企业家。20年来,王健林领导企业对于社会的各项慈善捐助累计超过12亿元人民币,是中国慈善捐助最多的民营企业之一。王健林和万达集团连续两届获得“中华慈善奖”。

2008年5月,全国政协专门为万达集团举办向四川地震灾区捐款仪式,中共中央政治局常委、全国政协主席贾庆林,中共中央政治局委员、全国政协副主席王刚出席仪式,贾庆林主席称赞王健林是民营企业家的优秀代表,号召全国民营企业向他学习。

## 现代商业的探路者



丁同欣  
北京新燕莎控股(集团)有限责任公司董事长

他是京城商业联合舰队的舵手,国际化民族品牌是他航行的方向,锐意改革是他的标签,业务整合是他的特长。他就是首旅集团副总裁、新燕莎集团党委书记、董事长丁同欣。

丁同欣带领的北京新燕莎控股(集团)有限责任公司(简称新燕莎集团)作为首旅集团旗下的新型旅游商业集团,拥有燕莎友谊商城、贵友大厦、燕莎奥特莱斯购物中心、新燕莎铜锣湾商业公司、燕莎中心等多家子公司。

自2000年成立至今,在短短的八年时间里,新燕莎集团先后经历了两次大重组、大变革和大发展。特别是2004年与首旅集团第二次合并重组以来,新燕莎集团按照专业化集团发展战略规划的要求,进一步明确了自身的发展方向,大刀阔斧地进行经营结构调整,集团主业优势更加突出,综合效益持续稳步提高,专业化集团建设不断深化,实现了国有企业整合重组“1+1>2”的目标。2007年,集团全面完成各项经营指标,并提前超额完成集团三年发展规划确定的主要发展目标,实现了销售收入、利润总额和经营规模“三个翻番”。

把大胆创新,锐意改革看作丁同欣的标签并不为过。早在1987年,丁同欣担任北京市崇文门饭店副总经理兼北京巴黎马西姆餐厅中方总经理期间,充分利用改革开放的好政策,大胆创新,开拓市场,积极与法国著名餐饮企业合作,引进先进的管理经验和人才,创造了我国改革开放以来国内第一家中外合资餐饮企业成功运营的范例。担任北京饮食服务集团公司副总经理期间,丁同欣积极参与了集团大餐饮发展战略的制定和实施,推动了“丰泽园”、“仿膳”等一批老字号餐饮企业发展,为促进北京饮食服务业的发展发挥了重要作用。

2000年,经市政府批准由原北京饮食服务集团有限责任公司与原北京燕莎集团有限责任公司重组建立新燕莎集团。丁同欣作为领导班子的主要成员,积极推动“战略整合、文化整合、制度整合”的集团重组工作,形成了国有企业改革重组的成功经验,实现了两大国有企业集团食、住、行、游、购多元化经营结构组合和跨越式发展。

2004年,新燕莎集团与首旅集团等五大集团实施合

并重组,成为首旅集团旗下主要从事商业运营管理的二级专业化集团。重组后,丁同欣担任了新燕莎集团的主要领导。新燕莎集团在首旅集团层面重新进行经营业务整合,明确提出了集团发展战略,即以新型旅游商业为发展方向,以都市高端百货零售为核心业务,主打“燕莎”品牌,提升“贵友”品牌,采取三大业态(高档都市百货店、奥特莱斯店和大型购物中心)形式。

截止到2007年底,集团营业收入比2003年增长136.85%,年平均增长24.12%;实现利润比2003年增长175.69%,年平均增长29.28%;主业经营面积由21万平方米扩大到55.5万平方米,增幅达264.29%,提前超额完成集团三年发展规划确定的主要发展目标。七年间新燕莎集团在全国零售百强企业中的名次提升了10位。

更值得注意的是,2004年,新燕莎人以“第一个敢吃螃蟹”的勇气,仅用391天时间就打造出了中国第一、世界最大的单体Shopping Mall——新燕莎Mall,创造了北京商业历史的新奇迹。新燕莎Mall以“创造都市新生活”为经营理念,以“体验、创新生活方式”为经营思路,创新商业运营管理模式,形成了国内超大型“一站式”服务的现代化Shopping Mall,成为名副其实的“现代都市生活新舞台”。

经过几代新燕莎人的不懈拼搏,新燕莎集团已成为

了国内创造零售业企业“第一”最多的企业之一;创建了中国第一家开业的中外合资零售企业——燕莎友谊商城;创建了中国第一家“购物零风险管理体系”经营模式的企业——贵友大厦;创建了中国第一家借鉴国际商务旅游中心、HOPESCAR经营模式的企业——燕莎中心;创建了中国第一家大型名品直销店——燕莎奥特莱斯购物中心。目前,新燕莎集团已基本完成了都市高端百货店、奥特莱斯名品折扣店、区域百货店和大型综合购物中心四大核心业态经营结构的专业化集团运营发展体系建设,实现了主业发展的新突破。

目前,由于美国次贷危机引发金融危机,导致全球经济下滑所产生的影响波及范围之大前所未有。丁同欣认为,走国际化道路是新燕莎集团加速发展的必由之路。新燕莎集团打造国际化民族企业品牌的“三步曲”是:首先是创新发展。创办具有国际水平的新型零售百货业,夺取国内市场竞争的先机优势,成为行业的领军企业。其次,全面与国际化接轨,占领国内市场竞争的制高点。更重要的是,要在竞争中成长,逐步成为国际化品牌企业。实施品牌核心发展战略,扩大品牌企业经营优势,加强与国际知名品牌的战略联盟关系,立足中国,走向世界,最终把新燕莎集团打造成为中国最具影响力的行业品牌企业,世界最知名的中国民族企业品牌。

## 中国式的阿甘传奇



马云  
阿里巴巴(中国)有限公司集团主席首席执行官

从小到大,马云不仅没有上过一流的大学,而且连小学、中学都是三四流的。初中考高中考了两次,高中考大学考了三次,其中第一次高考,数学只考了1分。甚至在他第三次参加高考前,他的老师说:“你要是考上的话,我的名字倒过来写。”

1995年,30岁的马云凭着出色的工作表现被评为杭州10大杰出青年教师之一。然而,在那个知识分子急需重新证明自身价值的年代,马云放弃了教师的坦途,随着当时的“下海”大潮往一个全新的方向走去。

而立之年的马云,已经开始显现“敢为天下先”的气魄。在成立海博翻译社之初面临很多困难,虽然很多场合都需要翻译,精通英语的人也确实有限,但却并没有迅速为市场所接受。就在很多人开始举棋不定的时候,马云竟然独自一人背着大麻袋去义乌贩卖小商品、卖书、卖衣服,他要用这些收入来缓解翻译社入不敷出的艰难状况。在他的坚持下,海博活过来了,如今还成了杭州最大的翻译社。

1995年4月,马云垫付7000元,联合亲戚朋友凑了2万元,创建了中国最早的互联网公司之一“海博网络”,并启

动了“Chinapage”项目——日后著名的中国黄页。

在成功地发布了无锡小天鹅、北京国安足球俱乐部等中国第一批互联网客户的主页后,中国黄页开始在圈子里小有名气。就在1997年年底,网站的营业额不可思议地做到了700万元。

1996年互联网在中国升温,马云带着5个创业人员远走当时的外经贸部,继续开发网上贸易网站。15个月,不仅让外经贸部成为了中国第一个上网的部级单位,而且将净利润做到了287万元。

与此同时,马云敏锐地觉察到:中国的网络形势正在发生变化,全世界互联网高潮马上就要到来。自己必须将这千载难逢的良机紧紧地抓住。于是,马云作出了他人生中颇具里程碑意义的决定:南归,重新创业。

1999年1月15日,马云和他的团队悄然南归。从北京回到杭州,他成了一位名副其实的“无业游民”。然而,此后的两个偶然事件,让他开始酝酿心目中网络帝国的雏形——马云团队离开北京前,游长城时发现很多石砖上都刻着“×××到此一游”,他从中隐约看到了BBS的影子;在亚洲电子商务大会上他又发现,所谓的“亚

洲”电子商务大会,其实是金发碧眼的欧美人占绝大多数,亚洲市场上并没有适合自身特点的电子商业模式。

有一段录像忠实地记录了阿里巴巴最初启动时的场景:1999年2月21日,杭州湖畔花园马云家,马云妻子、同事、学生、朋友共18个人围着马云,他猛一挥手,“从现在起,我们要做一件伟大的事情。我们的B2B将为互联网服务模式带来一次革命!”在场的人一共凑了50万元本金,阿里巴巴横空出世。

2000年,马云登上《福布斯》杂志的封面,杂志对马云的评语是:有着拿破仑一样的身材,更有拿破仑一样的伟大志向!很快,马云和阿里巴巴在欧美名声大噪,来自国外的点击率和会员陡增!阿里巴巴也在这一年被选为全球最佳B2B网站之一。

上年“只赚一块钱”的口号还音绕耳,马云又在2003年立马提出“每天营收一百万”的目标,并且在所有人都认为阿里巴巴将在B2B领域深度拓进的时候,突然决定创建淘宝网,正面挑战全球C2C领域的老大eBay。后者当时是年营收已达到70亿美元的美国公司,年收入只有10亿元人民币的阿里巴巴要与其对阵,岂非天方夜谭!

就在淘宝处于eBay的四面夹攻之时,eBay易趣开始对会员收取费用。这恰好给了淘宝一个绝地反攻的契机。马云立刻宣布:“淘宝在未来3年都将免费”这个消

息顿时让eBay辛苦搭建的“城池”土崩瓦解,最终将易趣出售给Tom在线而匆匆退出了中国市场。

2003年10月,阿里巴巴网上支付平台——支付宝投入使用,为网上交易进一步提供了信用保障。

2005年8月,一则有关阿里巴巴的新闻让媒体雀跃,让分析师兴奋起来。这则新闻就是,阿里巴巴全面收购雅虎中国的所有资产,包括雅虎门户、雅虎一搜、雅虎IM(即时通讯)、3721,以及雅虎在一拍网上所有的资产,雅虎则将近10亿美元获得阿里巴巴40%的股权。

面对亲手打下的王国,马云曾经这样描绘他理想中的电子商务世界:“雅虎利用自己的内容去影响用户的消费倾向和习惯,然后有了需求之后的用户就可以在淘宝上交易,而他们的货源可以从阿里巴巴上获得。搜索是这些用户通向淘宝和阿里巴巴的通路,而支付宝则是一切交易的支付平台。”正是因为涉足互联网所有的领域,阿里巴巴几乎成为所有互联网公司的竞争对手。

人们可以对淘宝的三年免费模式保持质疑,也可以对大病初愈的雅虎品头论足,还可以对阿里巴巴大把的竞争对手逐个分析,但任何人都无法否认,阿里巴巴的电子商务王国已经出现,它成了全世界最专注于电子商务的公司。

都说马云“傻”,像“阿甘”一样地傻,简单的生活,简单的经历。而这简单中却透露出不凡!