



中国商业服务业改革开放30周年功勋人物

造就零售业传奇的商业巨子

1996年,日本伊藤洋华堂集团成立中国室,三枝富博作为中国室的重要成员之一,首次来到中国西部,开始了他在四川成都长达12年的工作经历和人生传奇,在以他为主的管理团队领导下,成都伊藤洋华堂有限公司连续创造了中国西部零售业营销史上多项第一的惊人业绩。

1996年,伊藤洋华堂本来希望把店铺首先开在北京,并向国家提出连锁经营申请。但成都政府最先向伊藤发出了积极邀请,并在经营申请和手续办理上给予了莫大的支持和帮助。1996年12月,成都市人民政府和原国家对外经济贸易合作部批准成立了中外合作公司——成都伊藤洋华堂有限公司。公司注册资金为1730万美元,以日本株式会社伊藤洋华堂为主要股东,合作伙伴有中国华孚贸易发展集团公司、日本伊藤忠商事株式会社、伊藤忠(中国)集团有限公司及邱永汉集团中国永利(成都)房产开发有限公司。1997年11月,成都伊藤洋华堂在成都的著名商业街——春熙路开店。这也是伊藤洋华堂集团在海外第一家大型超级商场。同时,也是成都市第一家不强制顾客寄包的全开架大型商场。

三枝富博回忆:当初刚来到成都时,因为什么都不

熟悉,在前期筹备和组织经营方面遇到了很多困难。其中,第一个困难便是组织什么样的商品才能得到顾客的支持,这是我们完全不知道的,只有通过大量的调查工作才能获取这方面的信息,而在当时要进行调查工作也是非常困难的。紧接着,我们希望引进一些新商品来满足顾客的需要,哪一个地方才能买到这些新商品并把它们引进来,供应商在什么地方我们也不知道,在我们的商场中,仅仅是本地的商品是不够的,还必须要引进其他地方的新商品,这方面的信息也相当缺乏。第三个困难就是人的因素,由于中国经历过长期的计划经济分配模式,很多消费观念和购买模式还残存着计划经济的色彩,我们要让员工们真正理解:只有把顾客放在第一位来思考,我们这个店才能长期生存,顾客至上的服务理念和经营实践是伊藤洋华堂集团的最高经营宗旨,我们必须让每个员工以顾客为第一,在当时的情况下,我们要达到这一目标,需要花费很大的精力,并对全体员工进行大量思想教育和系统培训,这在当时的成都零售业是很困难的。但通过我们的努力,最后实现了这些目标,从而也带动了成都市在商业服务行业水平的巨大提高。

2002年,三枝富博任春熙店店长,其率领的春熙店创造出单日销售额超过1000万,成为成都首家单日销售过千万的商场,并且创造单年度迎接顾客超过千万人次的佳绩。

2003年,成都伊藤第二家店铺——双楠店(2号店)正式营业,标志着成都伊藤洋华堂开始多店铺经营,当时作为双楠店店长的三枝富博,亲自打造出“中国第一社区店”,创造了单日销售近千万的奇迹,再次刷新成都市零售业单日记录和伊藤洋华堂集团公司记录。

2007年12月22日,成都伊藤洋华堂第三家店铺——锦华店(3号店)顺利开张,与春熙店和双楠店一样均取得了辉煌的销售业绩。

在三枝富博总经理的全力经营下,双楠店2007年度销售总额突破10亿元,其营业收入居日本伊藤洋华堂集团第三位,利润居集团第一位。2008年,预计春熙店的营业业绩也将达到10亿元人民币,双楠店预计营业收入将达到15亿元人民币,开业仅一周年的锦华店销售突破6.5亿元人民币。

三枝富博在成都伊藤洋华堂取得巨大成功的同时,也为中国西部地区较为滞后的零售业带来了世界上先进的管理模式和经营理念,成为各个同类企业竞相学习的对象,有着丰富经营经验和营销知识的三枝富博,为整个西部商业服务业带来了各种耳目一新的销售模式,

成为业界推崇的经营偶像。

在日本伊藤洋华堂有三个重要的经营理念:第一要做忠诚于我们的顾客的诚实企业;第二忠诚于我们的供应商、地区社会和政府的诚实企业;第三忠诚于员工的诚实企业。

在满足顾客购买需要方面,根据顾客的消费习惯,三枝富博率先推出了早市、晚市、各种节日和DM单的促销模式。三枝富博介绍说,比如很多老年人,他们都喜欢早起,然后去自由市场买一点肉、水果、蔬菜之类的生活品,长期以来他们形成这样的习惯,但是我更相信任何人都希望能在一个更干净、更整洁,而且又是一个销售新鲜商品的地方去买这些东西。还有一些上班族,希望晚上下班后也能在商场买到一些东西,这种需求实际上很大,所以我就想到,在店内单是做早市的话,可能是满足不了这些人的需求,那么我们就晚上再来一次像早市那样鲜活的开店,顾客就会感觉到他任何时间段来,都能够满足他的购买要求。但是作为员工,如果你不告诉他顾客的每一个时间段的真正需求,时间就这么白白过去了,所以说,为了抓住每一个时间段的销售,满足顾客的要求,要给我们员工制定每一个时间段的目标,这样他就会努力达到这个目标。

此外,三枝富博身为来华投资经营者,同时肩负强烈的社会责任,坚持在经营的每时每刻都要重视对地区社会的贡献、对环境的保护、对能源的节约。

励精图志意不在酒的“东北酒王”

1990年,他出任白山市亏损大户江江糖酒公司(现方大糖酒站)总经理。10年后,糖酒站销售国酒100多万箱,没有一瓶假酒,未发生一起消费者投诉现象。企业累计实现销售收入6亿多元,年销售额由当初的不足900万元增至1.8亿元。糖酒站成为白山市乃至吉林省商业流通领域的一面旗帜,他也因此在圈内被人亲切的称为“东北酒王”。

他就是全国劳动模范、省人大代表、吉林省白山市方大商贸有限公司董事长、党委书记、总经理宁凤莲。一个从大年初一到次年的腊月三十,只要不出差,就一直在办公室忙到最后的东北汉子。

当时的糖酒站,经营状况陷入低谷,仅企业亏损挂账就达796.3万元。有的人劝说,糖酒站是个火坑。但宁凤莲却以他敢为人先的勇气和事实作出了响亮的回答。

上任伊始,宁凤莲就是从劳动纪律、环境卫生、精减机构上“三管”齐下,使得企业精神面貌焕然一新。在那段日子里,白天,宁凤莲身穿工作服与员工们一起挥汗大干,晚上与干部员工谈问题、谈发展。几个月后,除了与员工打成一片外,更重要的是一套创新的经营发展思

路逐渐成熟。

针对当时全市经济状况和地处偏远山区,交通不便,信息闭塞的客观条件,宁凤莲提出了“实施名牌战略,搞活特色经营,依靠国酒带动企业经济效益快速提升”的发展思路,推行了“走向大市场,做活大买卖”的经营理念,确立了“立足白山,辐射周边,抢占全国”的工作方向。宁凤莲乘坐一辆破旧的吉普车,半个月访遍了国内22个市县的30多个糖酒公司,把一车车国酒从辽宁、山西、河北、四川等地运入糖酒站。突然间,沉默了多年的糖酒站迸发出了活力,省内外的好多经销商纷纷来抢购国酒,白山市(当时的浑江市)由不生产国名酒的偏远山区,一举成为东北三省最大的国名酒集散地。

在经营销售过程中,宁凤莲始终把商业的基本准则——诚信,作为企业经营发展的头等大事来抓。商品采购实行了总经理审批制度,从源头上杜绝了假、冒、伪、劣商品流入站内。售后服务按照“送货上门、负责装卸、免收运费、承担损耗”的承诺认真履行。

2000年,原白山市糖酒副食品采购供应站,白山市五金交电化工物资采购供应站,白山市百合商厦三户企

业资产重组,成立白山市方大商业有限公司,宁凤莲当选为公司董事长、党委书记、总经理。

公司成立后,宁凤莲就以惊人的胆略提出:立足市中心,成立全市规模最大的方大家超市,面向社区,筹建方大超市便民连锁店,以满足市民日益增长的消费需求。

为了让新的经营格局尽早问世,从开始筹建方大家超市到首批12家方大超市连锁店的开业仅用了118天,平均9天建一个店,速度十分惊人。一夜之间,方大超市连锁店由南到北,从东到西,遍布整个市区,成为深受市民欢迎和信赖的理想购物场所,同时,也在白山地区迅速刮起了一场“连锁飓风”。

在以宁凤莲总经理为代表的方大人“团结奋斗,事在人为”的企业精神的鼓舞下,方大糖酒站在巩固10多年的经营成果的基础上,继续凭借“东北酒王”之美誉,加强了与茅台、五粮液、剑南春等名酒厂的合作,先后在临江、长白、抚松、靖宇、松江河、江源、通化、集安、辉南等地建起了22家五粮液、茅台、剑南春等名酒专卖连锁店,在市内又建成了方大糖酒站名酒名烟连锁总店,形成了品牌与市场互动,批发与零售互补的经营格局。

方大家超市中,先后引进了海尔、海信、王牌、创维、三星、康佳等国内外知名品牌厂家的合作,在厂家的大力支持下,组建了方大“海尔”、“海信”、“王牌”、“创

维”旗舰店,以良好的商誉和完善的售后服务,在长白、江源等地成立了方大家超市直营店,以70%以上的市场占有率,主导白山家电市场。

方大超市连锁店也由当初的12家发展到了22家,并取得了多个国内畅销商品的白山地区总代理,以亲情化的服务赢得了社区居民的欢迎和认可,在消费者心中树立起了“诚实守信、文明经商”的良好形象。

2001年7月,以实施长白山生态经济发展战略,合理开发利用长白山野生绿色资源为主的方大酒业公司成立,这标志着方大集团已经走上了集工、商、贸为一体的多元化发展之路。为了抓住振兴东北老工业基地给商业企业带来的难得发展机遇,宁凤莲审时度势,精心谋划,树立科学的发展观,把经营机制的调整与体制创新相结合,把生产链与市场链相结合,以集团公司现有的品牌、网络和信誉优势,大力发展国名酒的专卖连锁店和终端市场,并把目光投向长春、四平、辽源、公主岭等省内大中城市。自2006年以来,已在长春等地买断15个大型商超的名酒专柜经营权,实现了企业由边远山区“走出去”的发展战略。

而今,在科学发展观的指引下,白山方大集团已顺利完成了民营化的改制任务,管理水平稳步提升,经营成果日益明显,企业已驶入了快车道,正朝着下一个五年发展规划目标阔步前进。

铸造“重庆火锅”的新文化旗手

被称为“中国火锅皇后”的何永智女士在铸造“重庆火锅”成为重庆城市“名片”上贡献特别巨大,她先后在“重庆火锅”餐饮行业进行了多项创新,特别是引进了世界最成功的特许经营模式,推动了重庆火锅的连锁扩张,打开了重庆通往全国及世界的大门,堪称是对重庆火锅这张重庆城市名片的重大革命。据统计,重庆火锅年营业额已达到150亿元,并且重庆火锅餐饮业增加值每年以15%速度增长,对全市GDP增量的贡献率保持12%以上,为巩固商贸餐饮业在全市第三产业中的龙头地位,推动重庆商贸流通业的大发展做出了不可磨灭的贡献。

何永智女士还牵头组建了重庆市火锅协会,严格加强行业规范管理,在央视开展行业危机公关、整顿清理行风,提升行业形象,推动重庆火锅产业化运作,维护广大消费者利益等方面做了大量的工作。对维护重庆火锅声誉,保护广大消费者利益,为重庆荣获“中国火锅之都”创下了不朽业绩。

如今“重庆火锅”已成为重庆市对外无可争议的城市“名片”,其“名片”的代表人物就是何永智,因而她被

海内外权威媒体誉为“中国阿信”、“中国的火锅皇后”。

近期,何永智又引进美国红杉、海纳国际风险投资基金,拟将重庆火锅产业打造为民族餐饮业的中坚力量,并成功进军国际市场,实现资本多元化的转型和国际化扩张,打造中国的“肯德基”、“麦当劳”,圆一个中华民族的餐饮梦。

除了圆民族餐饮梦之外,传承巴渝传统历史文化、复原重庆民俗建筑、为重庆市民奉献一张新的城市名片的强烈愿望,使得何永智全身心投入到洪崖洞民俗风貌区开发。

何永智女士努力打造洪崖洞景区,使之与三峡库区经济社会发展相协调,与旅游产业地位和经营规模相适应。在洪崖洞景区市场开发与经营上坚持按照“合理布局、结构优化、功能完善、突出特色、提高质量”的发展思路,努力促进游览、餐饮、购物、娱乐、住宿相关行业的协调、沟通和融合,使之成为重庆人和外来游客游历群楼、观洪崖洞、赏巴渝文化、逛山城火锅、看两江汇流、览库区风貌、品天下美食、购土特商品、玩不夜风情、宿民俗客栈的三峡库区休闲娱乐新天地。

何永智实现了由火锅产业到建筑、文化产业的成功转型,这个洪崖洞的缔造者也成为了缔造重庆市容市貌和建筑美学的新文化旗手。

如今的洪崖洞不仅充分展示了巴渝传统民俗文化,还成为了重庆城市的新地标、新名片,它所创造的经济效益和社会效益也逐渐得到体现,年营业收入6亿元,还解决了3千余人的社会就业问题,鉴于何永智在重庆直辖十年的建设发展过程中所做出重大贡献,2007年她被授予“重庆直辖10年建设功臣”的光荣称号。

参与城乡统筹发展,关心新农村建设的何永智还积极投身城乡统筹发展和新农村建设,率领重庆火锅品牌企业为广大贫困山区输入“造血功能”。

何永智首先投资2600余万元在石柱县建立了火锅原辅料加工基地,坚持按照以“市场+龙头企业+种植基地+农户”的经营发展模式,通过3000余亩辣椒种植示范基地,带动了当地600余户土家族贫困户农业生产致富。

她还带领新组建的重庆火锅集团赴巴南区拟投资3亿元在3000亩山林荒地上打造七彩南湖,开发观光农业,让当地农民通过土地流转,发家致富,实现就地市民化。

何永智在参与城乡统筹发展和新农村建设中特别

关心农民工权益,近期他主动邀请美国长好公司董事长等人赴渝考察,拟与其引入国际先进的经营管理模式,在巴南、九龙坡等地联合建设廉租房,解决大量涌入城市的农民工住廉租房事宜,受到市委汪书记的高度重视和赞扬,已指派市政府主管领导和职能部门衔接该项工作。

支持公益事业,致富不忘回报社会。在何永智女士的领导下,重庆火锅集团不断发展壮大,经济效益不断得到提高,自己也随之进入富裕阶层,但她致富不忘回报社会,长期以来一直热衷社会公益事业,她总是伸出援助之手去帮助贫困山区的乡亲,解救被拐卖、受虐待的妇女和儿童,资助特困企业的下岗职工等。多年来,她利用劳动密集型行业特点,针对城市下岗职工、待业青年多,再就业困难的问题,想政府之所想,急社会之所急,积极解决下岗职工和待业青年就业。

何永智长期关心大学生的成长与创业,作为众多大学聘任的大学生创业导师,多次到北大、清华、西南大学、邮电大学和工商大学等校授课,深受学生的欢迎和爱戴;何永智还多次向老少边贫困山区、特大洪水灾区、特困企业、敬老院捐款捐物;长年坚持举办慰问驻渝部队的“爱我长城”拥军活动;发起救助贫困子女上大学的“爱心火车”行动;以及保护大自然、领养动物等活动。她已先后向社会捐款捐物总计达1000余万元。

让老字号的“美丽”重新焕发光彩

与“美丽”有着不解之缘的唐德高,1980年进入理发行业,转战当时的“建新”、“彩云”、“御河”、“立新”理发门市,随着对行业的深入,唐德高对美发产生了深深的眷恋,凭着这份热情,他勤奋学习,反复实践,不断创新,成为一级美发师、市劳动模范,之后又先后担任了5家国营理发店经理。

唐德高还被众多“美丽的光环”萦绕:“20世纪末影响中国美容美发业30人”、“四川省十大杰出青年企业家”、“中国优秀青年企业家”、“四川省政协委员”、“四川美发美容协会执行会长”、“成都市劳动模范”、“成都市美发美容协会会长”,成都市美琪美容美发公司董事长兼总经理。

值得一提的是,伴随着改革开放,唐德高探索出如何将美容美发行业发扬光大的新的经营理念。1986年,唐德高被调任新开业的当时成都三家特级美发厅之一的美琪美发厅任经理。由于看好改革开放的大好环境,他开始认真研究美发市场发展动向,不断寻求海外合作者,引进最先进的技术,加快拓展业务,选派技师赴国内外各地区学习,并邀请国内外名师交流,多次派送选手

参加国际国内大赛,赢得各项奖杯奖牌。1993年该企业便荣获了“重信誉、服务质量好单位”称号,1995年“美琪”品牌被中华人民共和国商务部授予“中华老字号”称号,1998年被评为“美容美发诚信企业”。此外,“全国十佳美容美发院”、“中国美容名校”、“新丝路国宝杯模特大赛特别赞助奖”等荣誉也被美琪尽收囊中。1998年,国有制成都市理发美容服务公司改制为股份制成都市美琪美容美发有限责任公司,唐德高先生担任董事长兼总经理。在日益激烈竞争中,他重视吸收国内外先进的经营管理理论和专业技术技艺,在实践中推行有效的管理手段和科学决策;在经营中开拓进取,推出新项目,引进新设备,占据了市场先机,使企业不断发展壮大。

其实,美琪现在的“美丽光彩”来之不易。成都市美琪美容美发有限责任公司,其前身为国有企业成都市理发美容服务公司,于1998年开始进行企业改制,此时正值成都美容美发行业风起云涌竞争激烈之际,唐德高在各级主管部门和公司班子的支持下,利用美琪公司的品牌优势和原有企业的人员资源优势,在激烈竞争的美容美发市场生存和发展,并于2005年底基本完成美琪公

司体制改革,使美琪品牌延续并发扬光大。在此期间,美琪于2003年建成美琪公司旗舰店——美琪魔术空间,迅速在成都的美容美发行业占据一席之地。2007年,又在城南商圈成立了以创立中国现代美容美发第一品牌为战略目标的尊尚柏丽美容美发有限公司,继续创造又一次辉煌。

美琪这个国营企业在经历了改制的阵痛后,使有着六十多年历史的老字号店重获新生,在全国同行的国企改革中成为标杆,而且是唯一获得成功,并保持至今的。唐德高最早在成都的富人区棕北高档社区开了“爱知柏丽”店,后来在春熙路开了针对时尚年轻派的“美琪—魔术空间”,至2007年初,新开业的柏丽公司新店——“尊尚柏丽SPA会所”,更以投资近600万元开行业先河,中国美发美容协会会长闫秀珍日前在成都参观并考察美发美容行业现状,专门参观了尊尚柏丽美容会所,给予高度评价。尊尚柏丽开业以来接待的全国各地行业人士观摩,都受到了强烈震撼,一致认为除了富丽豪华的装修外,唐德高和他的团队更把美发美容作为一种中国传统的独特文化发扬光大,成为中国美发美容行业的骄傲和旗帜。

除了美琪掌门人这一角色,2004年,唐德高还被推选为成都市美发美容协会会长。他致力于提升行业整体形象和关注从业人员综合素质的培养,积极推动行业规

范自律、诚信经营,促进了行业团结,增强了协会凝聚力,在行业中享有很高威望。2006年3月,成都市美容美发协会召开年会,与蓉新闻媒体共同呼吁成都业界人士共同创建“美容第一城”,作为“中国美发第一人”的协会会长唐德高,号召到会的几十家美容美发协会会员单位共同努力打造“风尚成都”这张美容牌,将成都打造成时尚的“美容之都”。

此外,令人感动的是,制造美丽的行业人更有着美丽的爱心。2008年5月12日,“汶川大地震”牵动着每一个人的心,作为成都市美发美容协会会长的唐德高,迅速组织成都同行业人士募捐,并个人捐款30000元。在他的带领下,成都美发美容协会共向灾区捐款133000元以及30000余元的救灾物资。唐德高还亲自率协会会员单位负责人赶往灾区,他说:“平时,是广大消费者成就了我们的事业,现在正是我们回报社会的时候。”

经历行业变迁,关注行业成长,唐德高逐渐从市场的竞争和变革中悟出道理,走向成熟和理性。从当初美琪的改制到兼并、安置、重组、连锁,到走出去,引进来,又到个性化消费的分流。唐德高和他的团队把美发美容作为一种中国传统的独特文化发扬光大,让老字号的美丽在新时代重新焕发光彩,成为中国美发美容行业的骄傲和旗帜。



三枝富博
成都伊藤洋华堂有限公司总经理



宁凤莲
吉林省白山市方大商贸有限公司董事长总经理



何永智
重庆小天鹅投资控股集团有限公司总裁



唐德高
成都市美琪美容美发有限公司董事长总经理