



中国商业服务业改革开放30周年卓越人物

一手铸就“中国黄金第一家”



赵志良
北京菜百口百货股份有限公司董事长

京最大的黄金珠宝特色专营公司。自赵志良同志担任总经理起，他就从未间断过改革。把一个名不见经传的中型企业发展为“中国黄金第一家”，这巨变的背后凝聚了赵志良无数的心血和汗水。在他的带领下，菜百公司从经营方向、人事制度、企业制度等多方面进行了一系列改革。

在1985年之前，菜百都以日用百货经营为主。当时，赵志良就认识到，企业要发展，必须有自己的经营特色。经过多方考察论证，菜百开始经营黄金珠宝。当时，为了丰富黄金饰品的种类，赵志良走南闯北，多方寻找货源，可谓历尽艰辛。后来，在赵志良的带领下，菜百公司的供货厂家由少变多。充足的货源为黄金珠宝特色经营的发展奠定了基础。

1994年6月，在赵志良的主持下，菜百公司依据产权清晰、权责明确、政企分开、管理科学的原则，通过吸纳社会法人和企业职工入股500万元，于年底成立了菜百口百货股份有限公司，依法建立了新的法人产权制度和法人治理机构，从此走上了建立现代企业制度之路。

1999年4月，菜百口百货有限责任公司向股份有限公司的改制开始运行。在赵志良的领导和带动下，菜百公司通过股权结构调整，增加了社会法人与自然人股，形成投资主体多元化，提高了国有资产的凝聚力和控能力，放

北京菜百口百货股份有限公司（以下简称菜百公司）位于北京市宣武区广安门内大街306号，面积8800平方米，是北京市最大的黄金珠宝特色专营公司，目前设有六家直营连锁店，北京市五家，外埠一家。1997年，菜百公司被北京市商委授予“京城黄金第一家”称号。2004年，又被中国商业企业管理协会授予“中国黄金第一家”称号。2007年，菜百公司全年销售额突破23.8亿元，连续18年蝉联北京市黄金珠宝销量第一，全国单店销量第一。2008年1月至6月，菜百公司销售额达22亿元，同比增长79.5%。正是在董事长赵志良的带领下，菜百公司才从昔日的一个区属日用百货商场，发展为今天北

大了国有资产的作用，实现了低成本扩张。菜百特色经营的形成、发展、完善从始至终都凝聚着赵志良的智慧、胆识和心血。在他的带领下，菜百公司干部职工同心同德，1992年商场年销售突破亿元。1994年实现全国第一个亿元专柜，创造了惊人的业绩。在黄金珠宝特色经营之初，他还打破业界选购黄金首饰收取押金的惯例，实行挑选黄金首饰不收押金，以及一个月内包换、包退的业务。在完善特色经营的过程中，他又以超前的意识和过人的胆识，大胆推出黄金首饰以旧换新业务。

1997年，北京市商委将“京城黄金第一家”称号授予菜百，这充分说明特色经营在菜百已经形成。但特色经营的成功没有使赵志良停止开拓进取的步伐。他在公司内部提出实施ISO9002国际质量标准，使企业质量管理纳入标准化、规范化、科学化的轨道，为菜百能在人世成功后与国际接轨奠定了坚实基础。随着市场竞争的加剧，他又主动提出完善和扩大售后服务功能，在全市成立了首家售后服务中心。

1999年，在赵志良的支持下，菜百公司与中国金币总公司合作，全国首发北京地区独家销售“千禧金条”。菜百还从2002年起连续6年发售“生肖贺岁”金条，取得了很好的社会效益和经济效益。这些在行业内都是绝无仅有的，因此成为了广为传诵的佳话。

“玩转老字号的金手指”



朱玉岭
北京华天饮食集团公司总经理

朱玉岭现任北京华天饮食集团公司党委书记、总经理和子公司聚德华天控股有限公司董事、总经理，工商管理硕士、北京市第十一、十二、十三届人大代表，西城区第十二、十三、十四届人大常委会。

多年来，朱玉岭作为华天集团的当家人，依托老字号的文化内涵，建立全新的现代企业制度，以一股不服输的劲头，带领3000余名华天人在激烈的市场竞争中与时俱进，开拓创新，使所属鸿宾楼、烤肉季、烤肉宛、砂锅居、柳泉居、同和居、峨嵋酒家、同春园、又一顺、曲园酒楼、延吉餐厅、西安饭庄、护国寺小吃、庆丰包子等20余家享誉京城的餐饮老字号创造

了家家火、店店红的经营业绩。2007年实现收入3.8亿元，利润6437万元，上缴国家税收4000多万元。职工收入每年都以15%的幅度递增，其经济效益在京城餐饮业名列前茅。2006年，公司有11家企业被商务部首批重新认定为中华老字号。鸿宾楼的全羊席制作技艺、烤肉宛和烤肉季的北京烤肉技艺列入市级和国家级非物质文化遗产保护名录。鸿宾楼、砂锅居、烤肉季、同和居、峨嵋酒家五家老字号被评为北京市著名商标。公司连续多年进入全国餐饮百强，先后荣获五一劳动奖状、全国民族团结进步模范单位、全国商贸系统先进集体、全国商业信用企业等多项荣誉。

朱玉岭2000年被国务院授予全国劳动模范称号，2005年当选京城餐饮业十大影响力人物之一，2006年被国家商务部授予中国餐饮业十大优秀企业家之一，被首都新闻媒体誉为“玩转老字号的金手指”。

1998年至2002年期间，地处西单及其它繁华闹市的华天所属的鸿宾楼、烤肉宛、又一顺、曲园酒楼、玉华台、同春园、峨嵋酒家等十几家著名老字号因城市改造经营场所被拆除，而失去了最基本的生存条件。以朱玉岭为班长的华天领导班子带着对老字号的深厚感情和历史责任感，实施了抢救老字号工程，先后投资数千万元，通过租赁经营、合作经营、买断房产使用

权、翻扩建小型网点等多种方式，克服种种困难，使鸿宾楼、烤肉宛、同春园、峨嵋酒家、又一顺、曲园酒楼、玉华台等老字号在两年内异地重张。

在抢救老字号过程中，根据市场发展形势，朱玉岭又组织实施了华天良好形象塑造工程，包括统一形象和标识，实行“华天家家卖早点，户户为民送方便”的便民早点工程，举办菜品创新大赛，开放后厨欢迎参观，文化兴企和企业改制创新等。同时，为更新观念，提高管理素质，相继开展和举办了“学海尔、找差距、再创新华天”活动和中高级管理干部和骨干队伍的工商管理培训班。通过实施老字号抢救工程，华天不仅使被誉为“城市发展活化石”的老字号的饮食文化和烹饪技艺得以传承和延续，而且在日趋激烈的市场竞争中站稳了脚跟并不断发展壮大。实践证明了华天抢救和发展老字号的路子走对了。朱玉岭对继承和弘扬中华民族饮食文化做出了历史性贡献。

“打铁还需自身硬”，在搏击商海的二十多年中，朱玉岭积累了丰富的企业管理经验，练就了一身管理企业的本领。为保证顾客放心就餐，他提出要在“吃着放心”和“看着放心”两方面严细管理、不断创新，精心打造华天管理品牌和老字号特色品牌，把“食以洁为先，放心就餐到华天”的经营理念真正落到实处。

把舵北京零售传奇再起航



李燕川
北京超市发连锁股份有限公司总裁

位，李燕川也先后被中国物流协会评为“全国物流行业先进模范”、被中国商联会评选为“全国质量管理卓越领导者”、被中国商报评选为“中国零售业十年十大新闻人物”。

在市场竞争激烈，开店愈发困难的情况下，超市发三年来累计开店20家，发展加盟店3家，扩大了商圈，提高了市场占有率。超市发以经营为中心，调整商品结构，提高商品质量，通过系列营销活动，将“绿色营销，关爱健康”的理念注入百姓心中。在市场调研的基础上，先后投资3000多万元，对21家连锁店进行全面提升改造，拓展了生鲜经营面积，改善了购物环境，实现了资源的最大发挥和效益的快速增长，使“超市发”品牌价值获得了大幅提升。

在市场调研的基础上，超市发进行合理商品配置，落实新品引进、汰换工作流程；完成样板店品类结构的初步调整；降低进货成本，优化促销结构，运用品牌代理创造新的增长点；按计划完成各品类的推广工作，理顺品类推进环节，品类管理日趋深入，效益得到体现。

为尽快提升单店竞争能力和盈利能力，李燕川多次召开专项研讨会，就果菜经营技巧、应对竞争店、提高客单价等问题，进行深入研讨，统一认识，掌握经营技巧，增强总部对连锁店的指导作用。目前，超市发上亿元连锁店已达到了4家，销售

2004年8月，李燕川被任命为超市发危难之时。四年后，在李燕川带领超市发全体员工的励精图治、真抓实干之下，超市发实现凤凰涅槃，超市发这个昔日的北京零售传奇再度起航。

面对企业因为重组所造成的重重困难，李燕川沉着冷静，勇敢面对，使公司在两年的时间内重返了全国连锁超市行业百强企业行业。目前，超市发的销售业绩逐年提升，税前净收益连续三年创出历史新高，2005年、2006年、2007年三年累计实现销售50.8亿元；上缴国家税金1.25亿元；资产保值增值率为109.9%，确保了国有资产的增值。2006年超市发被评为连锁百强第83位，2007年连锁百强排名第75

8000万的连锁店有1家，创5000万纪录的连锁店4家，新增1家。单店的竞争力和盈利能力明显增强。

立足海淀，辐射北京，在新开发社区，成熟社区建店布点，采取加盟输出管理、区域性以大带小等多种形式，探索发展新模式，扩大市场规模。2007年新开店14家，其中加盟店3家，签约2家。新开店实现销售3881万元（不含加盟店），占全年销售任务的2.2%。2007年，北京放开鞭炮销售市场，经过多方面努力，超市发共有6家店得到经营许可，并成为春节市场销售的一大亮点，仅21天就实现销售105万元，毛利率达25%。

为降低物流成本，提高商品配送水平，李燕川始终把超市发物流中心的发展和建设作为公司的重点工作来抓。近年来，超市发投入近亿元，扩建改造库房和冷库，增加了商品储存能力；配备车辆百余部，提高运输配送能力；完成信息系统建设，提升商品管理水平。目前超市发物流中心全部采用现代化物流配送系统，信息化仓储管理，商品库存量30万件，冷冻食品530个品种，日平均吞吐量约3万件，果菜配送30余万件。

随着北京零售市场的快速发展，国内外各种新型业态不断涌入，为应对竞争环境，李燕川以加强企业自身管理，苦练内功入手，实施全面预算管理。

让传统老字号香飘千万家



毕国才
北京稻香村食品有限责任公司董事长兼总经理

毕国才，现任北京稻香村食品有限责任公司党总支书记、董事长兼总经理。同时兼任中国食品工业协会副会长、北京老字号协会副会长、北京市商业联合会副会长等职。

1983年5月24日，正值改革开放大潮风起云涌之时，原国家副主席王震在民主建国会中央常务委员会和全国工商联会召开的关于传统食品咨询工作座谈会上发表讲话，号召民主建国会与全国工商联行动起来，调动原食品工业工商商业者的积极性，“要恢复、发展名厂、名店、名特产品。”这次会议，对北京稻香村来说，具有划时代意义，从此揭开了稻香村第二次创业后波澜壮阔的发展序幕。1984年1月，在政府有关部门的大力支持下，北京稻香村（时称“北京稻香村南味食

品店”）正式成立。

次年，中医出身的毕国才改行入职北京稻香村，先后担任营业员、营业部经理、副总经理、总经理、党总支书记、董事长兼总经理。二十多年来，怀着对传统食品事业的赤诚之心，爱岗敬业，恪尽职守，努力学习，潜心钻研。特别是接任全面工作后，事业成为他生活中的全部。在企业管理上他勇于开拓、大胆创新，积极引进新思想、新思路，改善经营管理，促进节能降耗和安全生产，在短短几年里，使北京稻香村发展成为全国传统糕点行业中的领军企业，企业产品成为中国名牌和北京名牌。

毕国才先后提出“企业先做强，再做大，后做大”、“老字号企业有所为，有所不为”、“以贤度人，德字为先”、“以心铸诚，以诚铸信，以信取义，以义取利”等富有哲理的观点，并带领企业苦练内功、完善机制；坚守主业、关联拓展，重信无欺、诚信经营；厚德载物、稳健发展，赢得了社会各界和广大消费者的高度信赖。

“对于食品企业来说，质量重于泰山。”这是毕国才几乎每次中层干部会上必讲的话题。2000年初，他提出并带领一班人开始实施品牌提升战略，指导方针是：“从传统经验的质量管理，转向建立完善的质量管理体系和严格的品质监控机制，构筑现代化质量管理平台。”2000年底的质量工作研讨会上，他又在微观上提出：“左手抓原料，右手抓工艺，脑袋想问题”的指导意义。

在毕国才的质量管理思想指导下，企业从硬件到软件的质量管理体系逐步形成。现在，北京稻香村的产品不仅完全达到了国家标准，还在此基础上进行高于国家标准的企产品质内部质量控制标准。

毕国才不仅是质量管理的组织者，而且还是监督者和执行者，他每月除了听取一次质量工作汇报外，还亲自对重点环节进行一次质量检查。十年来，北京稻香村的产品在国家抽检中均无不合格记录，受到各级质检部门的多次嘉奖。2004年北京稻香村被评为“诚信建设示范单位”。2006年，三禾牌月饼先后荣获“中国名牌”、“北京名牌”产品称号。

北京稻香村的南味食品工艺和优良商业传统是前人留下的宝贵遗产和财富。毕国才指出，老祖宗留下的宝贵财富绝对不能丢，否则我们将会成为历史的罪人。所以，北京稻香村至今仍以加工销售传统糕点特别是南味糕点为主，将许多老祖宗留下来的好的产品、工艺保持下来。

同时，毕国才强调，老字号企业光有继承是远远不够的，要把中国传统食品继续发扬光大就必须坚持继承下的创新，创新发展是根本出路。为此，北京稻香村在传承和挖掘老字号的品牌文化、食品文化基础上，不断用现代科学技术加以改造，使其成为适合现代人的文明食品。

零售培训咨询业的“小诸葛”



李生
北京烽雅精英企业管理顾问有限公司董事长总裁

展提供了巨大的技术、人才支持。截至目前，北京烽雅精英公司在国内服务的零售企业超过6000家，包括中国零售百强中的90家企业，培训学员超过5万人，成为零售咨询培训行业内当之无愧的第一品牌，被称为“中国中小零售企业黄埔军校的创始人”。

在企业的发展过程中，他创造出零售培训咨询业“培训+项目+现金流+团购”的行业生存发展模式，积极参与并指导众多企业规模扩张、开店选址、业绩提升等企业的实操运作。他出版的零售行业各种操作、管理手册、专业书籍、系列光盘，就有200多种，包括连锁超市业态、百货购物中心业态、家居建材业态、家电业态等；涉及门店管理、采购管理、促销、开店实务、财务管理、物流管理、领导能力、人力资源、品类管理、企业发展战略及节能减排等，共计16大类，覆盖零售企业管理的方方面面，成为众多零售企业日常管理和企业提升的指南。他还投资赞助了行业知名会员杂志《零售商学院》的出版发行工作，为行业交流提供了很好的信息平台。

他还积极推动我国零售行业自愿连锁事业的发展，在外资不断进驻三四线城市、本土零售企业规模、资金、资源都不占优势的形势下，他借鉴欧美成功模式，综合国内行业发展实际，并通过多年的研究、思考，探索出“摩尔大通”这一集资产租赁、门店托管、集量采购、品牌整合于一体的全新商业模式，开启了

李生，北京烽雅精英企业管理顾问有限公司“超市人”创始人，董事长、总裁，中国商业联合会专家工作委员会委员、专家委员，曾任美国沃尔玛（中国）、北京华联集团、北京首创集团等企业高层管理人员，16年零售行业从业经历，国内知名零售专家，对中国零售企业的战略定位、发展模式、技术创新等有深刻见解。

自成立北京烽雅精英企业管理顾问有限公司以来，李生始终致力于中国零售行业的未来发展，创立并打造出中国中小零售企业的黄埔军校。在行业发展的不同时期，他带领的团队提出多种理念，超前研发出几百种零售培训课程，为我国本土中小零售企业的发

我国中小零售企业自愿连锁的新篇章，并计划打造既有直营连锁店群又有加盟店的中小零售企业联盟组织，为多年来一直发展缓慢的中国自愿连锁事业注入新的动力。

与此同时，李生还主动承担自身社会责任，为行业、国家、社会的进步添砖加瓦。自成立以来他们始终对部分老少边穷地区的中小零售企业进行服务赞助、免费推广，使零售理念在经济欠发达地区也得到同样的推广。2007年底，我国南方遭遇的冰雪灾害中，在李生的带动下，公司所有员工积极捐款捐物，同时还积极协调南北方供货商支援雪灾灾区，并通过自身的专业技术帮助当地零售企业完成本土采购，为部分二三线城市中小零售企业的商品及时、充分、众多中小城市门店正常运营作出了巨大贡献。2008年的汶川大地震中，他们同样捐钱捐物，同时还派出部分零售专家对四川部分中小零售企业客户进行了义务的帮扶服务，主动帮助他们灾后重建、利用自身资源组织其他省份学员单位进行对口扶助，受到当地广大中小零售商家的一致好评。

如今，在他领导下的北京烽雅精英企业管理顾问有限公司已成为一个集培训、咨询、传媒等于一体、全方位、多角度为中国零售业服务的大型企业集团，成为业内公认的零售培训咨询龙头企业，成为地区中小企业抵抗外资、融入国际市场的信心来源和智慧宝库。

白酒行业创新营销第一人



吴向东
华泽集团有限公司董事长

率先推出星级概念来区别产品档次，率先采用品牌宣传员的方式推销，吴向东十年来在白酒行业里雕刻下的都是开创性的巨大变革。而吴向东策划的金六福奥运营销、春节回家·金六福酒案例等金六福酒案例更是成为多种营销教科书的经典案例。

从白手起家到把华泽集团创建成国内一流民营企业，兼具良好的经济效益和社会效益，企业连续10年保持两位数增长，金六福酒连续8年保持两位数增长，金六福品牌销售额进入行业前三名，企业每年为社会创造2万多人次的就业机会，为国家创造税收10多亿元。这一系列的成绩在见证着吴向东十余年来的拼搏与贡献的同时，也见证着改革

开放三十年国家对民营企业的支持。

正是在国家促进民营企业发展产业政策的引导下，吴向东积极参与民营经济发展建设，不断加强管理内部管理，完善现代企业制度，倡导诚信、速度、执行力、创新及快乐工作等企业文化，凭借先进的营销模式，使华泽集团成为民营企业里具有明确企业目标、独特企业文化、专业化程度高的行业著名企业。目前，华泽集团旗下拥有金六福、华致酒行、六福人家、福星、香格里拉、大藏秘、湘窖、开口笑、邵阳大曲、临水、玉泉、五粮液陈酿年份酒、古越龙山陈酿年份酒等10余个全国及地方品牌。随着华泽的发展壮大，税收贡献逐年迅速增长，十年来，为国家的商业繁荣和经济发展做出突出贡献。华泽集团曾荣获中国优秀企业、全国消费者用户满意企业等荣誉。

金六福已被国家工商总局评为中国驰名商标，品牌价值达到49.58亿，单品牌销售量位于全国第一。吴向东也获得亚洲品牌创新十大杰出人物、第二届营销金鼎奖获得者、中国十大杰出CEO、中国酒业十大杰出营销经理、中国快速增长企业十大杰出经理人、中国品牌建设十大杰出企业家、中国诚信企业家、中国白酒十大品牌领袖、中国酒界十大渠道领军人物等殊荣。

吴向东积极响应政府号召，积极参与国有企业改制，为振兴地方经济做出突出的贡献。自2001年，华泽集团成功改制原湖南省邵阳市酒厂，短短几年时间，该企业已经成为湖南省内白酒产量第一的企业，改制后的邵阳酒厂每年纳税以25%以上的速度递增，2006年达到5000余万元。由于产销持续增长，企业安置下岗职工和社会就业达2000人。2007年9月，在邵阳市投资5.5亿元，被列入湖南省和湘西重点开发项目的邵阳湘窖新基地竣工投产，建成华中地区最大的白酒生产基地。

吴向东积极响应政府号召，参与国企改革，华泽集团还整合安徽临水酒业（原安徽中华玉泉酒厂）、广东德庆无比养生酒业有限公司（德庆县首乌酒厂）、四川金六福酒业有限公司（中恒华醇酒厂）、云南香格里拉酒业股份有限公司、山东滕州今缘春酒业有限公司（原滕州荆河酒业有限公司）、湖南雁峰酒业有限公司（原衡阳市回雁峰酒总厂）、黑龙江玉泉酒业等多家已经破产或者濒临破产的地方酒厂。华泽集团在保留改制企业传统工艺、原有品牌的基础上，通过转换企业经营机制、导入先进企业文化、重新打造品牌优势，完善产品结构，狠抓产品质量、执行6S管理体系等有力举措，将这些地方品牌重焕生机，通过强大的品牌打造能力和销售策划能力，实现集团化规模经营，使地方企业步入高速发展的新阶段，有力地促进当地经济的发展，提高当地财政收入，带动地方关联产业发展和扩大劳动就业，实现多方共赢的局面。