



中国商业服务业改革开放30周年卓越人物

不断创新打造食品新航母



曹榭栋
上海立丰食品有限公司董事长总经理

第一名,成为上海休闲食品领域的领头羊。公司在2006年被商务部命名为首批“中华老字号”企业,今年6月被列入静安区第一批“非物质文化遗产”名录。

1996年10月4日,是立丰第一次动迁的日子。当时静安寺要建造地铁站,地处南京西路静安公园东侧的商店全部被迁。动迁,使企业失去了地段优势和零售优势,年销售锐减70%,60%的职工面临下岗。按照当时有关政策,企业可以将动迁费作为下岗职工的安置费,这就意味着立丰这家有着60年历史的老字号企业将由此消失。面对100多名职工殷切期待,面对立丰这块60年历史的品牌,对事业、对企业、对职工有着深厚感情的曹榭栋同志作出了三项承诺:“立丰的牌子不能倒,立丰的队伍不能散,立丰的员工一个不下岗”。为了实践这三项郑重的承诺,曹榭栋同志带领员工开始了第二次创业。

随着我国经济的快速发展,人们对物质生活的要求不断提高,休闲、旅游成为人们生活的重要组成部分。曹榭栋从中看到了巨大的商机。立丰产品由2001年的10多个品种,100多个规格迅速发展到了七大系列,几十个品种,300多个规格,逐步形成了产品系列化,生产规模化的新格局。

品牌战略确立以后,为了应对人世挑战,

参与市场竞争,曹榭栋在2000年初提出了“企业要入世,必须质量先入世”的指导思想,提出要建立ISO9002质量体系,同国际质量标准接轨的目标,彻底改变老字号企业管理落后的面貌。

通过建立ISO9002质量体系,产品从原料采购起,就建立批号,在生产加工、产品检验、包装储存、产品出售,每一个过程都有质量控制措施和跟踪记录。随着市场经济的不断完善和成熟,各种经营业态的不断创新,企业以往走过的以市场为导向,由产品、价格、渠道、促销等为主的经营方式逐步向以顾客为导向的经营方式转变,顾客成为市场的主体。研究顾客的需求,了解市场的变化,成为企业新一轮发展的关键。为此,曹榭栋把企业新一轮发展的目标建立在实行卓越绩效管理上,制订了“质量是生命,服务是宗旨,诚信是基础,为消费者提供优质的产品和满意的服务”的经营目标,通过卓越绩效管理,提高了企业的整体绩效和能力。

在曹榭栋改革,不断创新,追求卓越理念的影响下,立丰实现了跨越式的发展。由于曹榭栋同志在改革创新方面所取得的成就,他先后被评为全国内贸系统劳动模范、上海市劳动模范,上海市商业十佳优秀经营者、上海市质量金奖个人等一系列光荣称号。

致力让女性更美的人



浦雅玲
上海古今内衣有限公司董事长总经理

资产收益率为63.74%。产品销售和市场占有率连续多年居全国内衣行业前列,创造了国有商业自主品牌长盛不衰的奇迹,同时也获得了社会的公认与美誉:公司荣获“全国三八红旗集体”、“全国百货行业优秀企业”、“全国商务系统先进集体”、“全国守合同重信用企业”和“上海市文明单位”、“上海市服务诚信先进单位”等多项国家级、市级荣誉。

浦雅玲连续三次被评为“上海市劳动模范”,并获得“第六届全国巾帼建功标兵”、“中国百货商店优秀经理人”、“上海市创建卓越品牌特别贡献奖”、“上海市三八红旗手”、“上海市优秀共产党员”、“上海市(百家)优秀企业家”、“上海市优秀质量工作推进者”、“上海市服装行业创业优秀企业家”等荣誉称号。

2001年,公司在行业内率先引入了ISO9001质量体系管理标准,把“以质量求生存”贯穿于企业管理的全过程,将质量管理作为企业发展的核心要素。

无论对外形象,还是对内管理,浦雅玲始终倡导“以勤优质,以质见诚,以诚取信,以信立业”的企业理念。从两件事上就可以看出,只要女性消费者需要,为了她们心底里的美丽追求,古今人就不改初衷,坚持做下去。一是对于一人一式的病理式文胸,无论费多大的麻烦,古今一直坚持做了十七年;二是对传统的布制文胸,尽管市场需求量不大,但毕竟

总还有一部分人需要,古今也一直坚持做了十七年。

浦雅玲主持编写的《营业员服务手册》,从“哪些人是顾客”、“招呼顾客的要领”、“对顾客群体的认识”讲起,娓娓道来,步步深入,要求每个古今营业员在面对任何一个顾客时,马上能在服务中体现出一种精确、到位的技能。作为社会的一分子,浦雅玲更以构建和谐和谐社会为己任,积极参与公益事业,她创立的以“古今”命名的妇女健康、儿童帮困基金,为需要帮助的人们送去健康和快乐。长期以来,她以个人名义帮助了8名困难学生,待他们大学毕业,新一轮帮困学生再从她开始。

四川汶川大地震后,她第一时间组织公司全体员工为受灾群众募捐,并及时了解在四川加盟连锁企业的受灾情况,送上慰问和救灾款。浦雅玲锐意进取、开拓创新,以其高尚的职业道德、强烈的事业心以及社会责任感,带领古今成为国内著名内衣专业公司、跻身世界内衣行业前列,并为社会公益事业做出应有的贡献。她带领下的古今公司将继续坚持自主创新,加快观念、人才、体制、机制的集成创新,坚定不移地走品牌发展之路,在创建中国名牌产品的基础上,进一步把古今品牌做大做强、做响、做优,努力成为世界知名品牌。

中国最牛的专家型营业员



王震
百联集团专家型营业员

相机柜台的营业员,有幸接触到大量来自国内外的先进技术与商品。为了了解和熟悉这些产品的特性,王震坚持每日阅读大量的专业书籍,浏览权威的摄影摄像技术网站,掌握市场最新动态,积淀了一整套相关的专业理论与拍摄经验。

1996年王震自费出版了第一本书《35毫米照相机世界》,成为了全国首个出书立著的营业员。随后的12年里,他又陆续出版了《数码相机操作指南》、《老数码相机》、《数码相机宝典》、《最新数码相机选购与操作手册》等七本专著。王震有关“带水平指示仪的照相机”与“带指南针的照相机”两款相机的发明,先后被国家专利局批准为专利产品。

专业、亲切、热情的服务特点为王震赢得了大量的老顾客,传统的微笑服务与内涵深厚的智能型服务的差距日益显著,王震的销售量与日俱增。1997年7月,柜台上醒目的挂上了“王震专柜”的指示牌,王震服务品牌初显端倪。

1999年12月,以王震名字命名的上海华联王震信息科技有限公司成立,这家为了探索新型专业零售商业技术应运而生的公司给王震提供了创新的实践舞台,并取得了诸多成果。

2000年8月28日,公司成功注册了全国首个以营业员名字命名并注册的商标“华联王震”服务商标,2004年与2007年,“华联

王震”服务品牌被二度认定为“上海市著名商标”,2007年更是获“上海最具特色的服务商标”殊荣。这时,“华联王震”已不仅指王震个人,而是“华联王震”品牌营销的整体,是整个公司经营的核心。

2000年,王震受邀请赴京出席国家主管部门会议,作为中国商业代表就创立与发扬全国首个服务品牌——“华联王震”服务品牌作报告发言,并赢得了中央有关部委领导的高度认可与赞许。此后,“华联王震”服务品牌作为全国首例服务品牌成功推出,并迅速在全国商业服务业中推广,掀起了全国窗口型服务行业的从业人员“争做知识型、技能型、专家型服务明星,各行各业争创服务品牌”的新热潮。取得了高级培训师、高级技师的资质后,2004年,王震又取得了高级职业教师资格,成为了由政府成立的校企合作专业委员会委员,为职业院校的大学生提供职业教育服务,提高从业人员职业素养,并作为职业考评专家参与了政府相关项目的评审。

如今,王震已不仅仅是在柜台上为顾客提供照相机专业知识的服务,为企业创造丰厚的经济效益,他还娴熟地运用各种方式和途径为顾客和社会奉献他的知识和智慧。14年来,他与多所高校以及社区街道合作开办多次摄影知识讲座。他还策划了多届摄影展,让更多的市民和普通顾客参与摄影比赛活动,延伸了服务的广度与深度……

诚信维修还您家电新面貌



汪伯申
上海华联家电维修服务有限公司总经理

成销售业绩9600万,2007年完成主营业务收入1.36亿(行业内第三方服务市场上处于领头羊地位),组织指挥公司的日常经营管理工作,建立健全公司统一、高效组织体系和作业体系,促进了企业的发展与行业的进步。

目前社会承担家电维修业务的主要有三支力量:一是生产企业自己的售后服务部门,二是原来的国有家电维修企业,三是众多的个体(民营)家电维修店。由于行业的不规范,服务人员的专业化水平参差不齐,维修质量差、投诉率高;维修配件“猫腻大”,以次充好,谋取暴利;乱收费,不明码标价。这些都是家电维修业面临的现状和需要逐步解决的问题。而当前后续的有力力量极其缺乏,愿意从事该行业的人是少之又少,大家都普遍认为这是个受气多、收入少、工作多、休息少的行业。就是在这样一个外部环境下,汪伯申在这个行业奋斗了30余年,正是有了这样的坚持才能促使他不断地创新和突破。2007年,汪伯申参与了家用电器维修服务经营者权益保护办法(征求意见稿)的修订,发表了看法及建议;应上海家电维修行业协会要求,在自己从事的专业维修技术委员会职责范围内,组织并制定了“平板电视的机架安装标准”,该标准已上报政府相关部门。

汪伯申从事行业工作30余年,用其话而

言就是“学习了30余年”,期间经历了专业学习、学历进修、教育培训等多渠道的学习,他从大专进修到研究生,从外语学习到管理学研修,他是一个重视学习的人。他从30年前的一个维修工逐步走上领导岗位,从2000年担任华联家电维修总经理至今。同时,汪伯申不但对自身严格要求,还要求公司内的青年员工要不断学习,鼓励大家学习、鼓励员工掌握新知识、新技能。为此公司开拓了员工教育培训项目,设立学习基金,定期培训干部、员工。

2007年,汪伯申组织筹备“上海家电维修服务热线”项目,“热线”配备完善而及时的信息处理系统,以呼叫中心的模式服务广大消费者,让消费者能便捷地找到规范、专业的服务企业。今年9月18日该热线平台(号码:962512)正式启动,开创了行业内服务的先河。除此之外,汪伯申还推进行业内的明码标价诚信活动,其所在的企业做到明码标识,价格公示,结合企业内持之以恒的“还您家电一个新面貌活动”,公示在每个维修服务网点,让客户来监督明码标价承诺和服务承诺。

这些年以来,汪伯申与管理团队共同前行,华联家电维修亦荣获了“上海市文明单位”、“上海市著名商标”、“全国十大优秀服务企业”、“上海家电维修业优秀服务品牌”、“中国消费者最信赖家电维修服务品牌”、“长三角服务企业”等一系列荣誉称号。

十年努力铸就洗衣品牌



黄进能
上海象王洗衣有限公司董事长

跑遍了嘉义县的大街小巷,却没有一个人愿意买哪怕一小瓶他做的洗涤剂。年轻倔强的黄进能不甘心就这么放弃,他把自己的产品挨家送上门,免费给人试用,并且不厌其烦地演示产品不同于其他洗涤剂的地方。在坚持了一年时间后,黄进能终于等来了第一笔生意。接下来,又有好几种新产品问世,这一年,黄进能的生意有了很大起色,他雇佣了工人,成立了自己的洗化公司。

此时的黄进能在台湾已经站稳了脚跟,成为一个家喻户晓的人物。黄进能为自己的洗涤剂起了一名响亮的名字——象王。

1997年,黄进能来到上海参加两岸同行交流活动。之后,他就决定一定要到大陆开始他的第二次创业。为了这个计划,黄进能投下了他在台湾所有可以找到的资金。

不久,价值一百多万的洗涤产品,就从台湾运到了上海。看着码放整齐的货物,黄进能踌躇满志,准备着大干一场。

三个月过去了,黄进能跑遍了上海所有的洗衣店和酒店,不断地为客户讲解演示自己的洗涤剂。一次次充满信心地走进,又一次次失望地走出来。

每天早上六点钟,天还没亮,黄进能就骑着自行车四处推销他的洗涤剂,但是由于象王的产品在大陆没有知名度,黄进能常常是一句话都没说完就被顾客拒之门外。他甚至怀疑自己是不是选错了行,根本不是搞洗涤

的料。回台湾的想法不断地在他心里闪过。

万般无奈之下,他想到不如干脆自己开办一家洗衣店,使用自己的产品为客户洗衣服,让大家亲身体会到象王洗涤产品一流品质。1998年11月,黄进能的第一家洗衣店在上海法华镇路正式开业。

象王洗衣是国内率先推广“绿色环保洗衣”的连锁企业。“象王”环保干洗剂是通过ISO14025环境质量管理体系和国际环境标准认证的干洗剂,能保护面料,保护皮肤,保护环境,是名副其实的环保产品。

黄进能先生进驻大陆后,在努力倡导大陆环保洗衣的同时,还潜心开发研究部分洗涤设备和用品,他开发的产品中至今已申请国家专利的有黄斑处理机、衣架架、裤板条等7项。

象王洗衣连锁在企业发展的同时,不忘回报社会,身为中国光彩事业促进会台湾副会长的黄进能董事长始终为祖国的经济建设在不懈努力和无私奉献着。

为了积极响应党中央提出的“振兴东北老工业基地”的战略,黄进能于2004年在中国光彩事业促进会的组织中,联络了一百多位台商赴东北认购了100万亩荒漠土地,进行生态建设和科学治理,解决了大量农牧民的生活问题,开展了一项利国利民的公益事业,并获得了由国土资源部颁发的第0000001号国有草原使用证。

扛起亿万农民的奋斗旗帜



吴恩福
上海九星实业有限公司董事长

恩福接下的是一穷二白的家底,背负的是巨大的债务,挑起来的则是一份沉甸甸的责任。

当时,吴恩福认识到,地处大都市近郊的九星村,要发展村级集体经济,就必须跳出传统的农村经济发展模式,结合自身区位优势,走自主创新的路子,开发具有高度成长性、抗风险能力较强,又便于自我积累和自我发展的项目,通过更新产业结构,充分挖掘和提升土地的单位产出价值,在极其有限的非农用地上,满足村民日益增长的物质、文化和精神需求。

吴恩福注意到九星村周边正在成为房地产开发的重点区域,上海城市中心的向外扩展和城郊人口的大量导入,也使九星村处在一个便利的交通节点和一个商业需求集聚的中心地带,这使他下决心实施以“市场兴村”为核心内容的富民强村战略,大刀阔斧地进行产业结构调整。经过十多年的辛勤耕耘,在昔日的农田上建起了车水马龙、红红火火的大市场。

九星实业有限公司的主营业务是经营以建材装潢材料为主的大型综合批发市场,市场占地1.06平方公里,经营面积70万平方米,聚集了6000多户经营户,2万多名务工人员,2007年商品成交额150多亿元,成为一个闻名全国的大型建材、家居复合型批发市场,是上海乃至周边地区的一个重要的商品交易集散中心。特别是近两年,市场在市区、

镇各级领导的关心支持下,不断地创新管理制度,提升业态档次,提高商品质量和管理水平,将先进的电子、信息科技运用于市场管理之中,市场规范化管理和诚信经营得到了显著提升。

上海九星实业有限公司,建立十多年来,企业始终走在一条稳定、健康、科学的可持续发展的道路上。在市场的不断发展过程中,吴恩福始终遵循实事求是、因地制宜的原则,坚持循序渐进,滚动发展,从量变开始,先求量的增加,再求质的提升;坚持低成本投入,渐进式开发,以较低的租价吸引经营者;坚持错位经营,避开了和同类市场的恶性竞争,找到了自己生存和发展的空间;坚持在注重管理的同时,放水养鱼,让经营者先赚钱,培养出500多户千万富翁;坚持“重商轻辅”,注重商业氛围的形成,注重商业人气的聚集,使小村庄变成一个繁荣兴旺的大市场。以上这一切,正是九星实业公司发展的根本所在。

九星实业有限公司现有800多名员工,过去他们是上海近郊农村的农民。这些朴实勤劳的农民,如今成了九星批发市场的管理者,不懂就学,笨鸟先飞,从管理层到全体员工,日夜辛勤耕耘,取得了一年又一年的好成绩。2007年收益突破5.3亿元,净利润2.2亿元,上缴国家税收达1.2亿元。九星人通过自己十多年的努力成就了今日的辉煌,为全中国九亿农民举起了一面奋斗的旗帜。