



1967年12月生,北京眉州酒店管理有限公司董事长。四川眉山市政协常委;眉山市工商联(总商会)副会长;眉山北京商会会长;北京美食联盟轮值主席。先后被评为“全国优秀餐饮企业家”、“优秀进京创业青年”、“2005年度京城最具影响力十大人物”,获得“弘扬川菜文化突出贡献奖”,是餐饮界少有的学者型经理人、投资人之一。

1996年6月6日,创建北京眉州东坡酒楼,现已在全国开办了30余家连锁店,成立了集团总部、物流中心、研究中心、中央厨房。为国内运行最稳定的大型餐饮企业之一。个人先后学习了《OEC管理》、《A模式管理》;2001年在北京大学进修《高级职业经理人》课程;2003年10月被聘为清华大学MBA案例眉州东坡首席分析师,企业也被清华大学经管学院选为中国餐饮首例跟踪案例。

他研制出一套以“东坡菜”为核心的川菜系列菜品。他胸怀“为全世界人民做饭”的雄心壮志,倡导“智慧经营、人性服务”,提出“高档菜品平民化,平民菜品精细化”的川菜发展方向。他还提出“餐饮即艺术”的观点,对中国餐饮向现代餐饮的发展起了开创性的作用。从眉州东坡酒楼创立之初到现在,10多年过去了,“商场如战场”,这10多年间的风雨变幻、潮起云涌,没有比这支队伍的领军人王刚看得更清楚的了。他有着从学徒到企业老板的传奇故事,更经历了从传统经验式经营到现代标准化、产业化经营的思想蜕变。追寻他的职业生涯,一路勤奋,一路精彩,王刚用执着与智慧开辟了一条将传统做菜经验和现代商业模式相结合的现代餐饮之路。

这一路走来很不易——既要夯实长久基业,又要保持青春活力;既要体现集团总体路线,又要凸显个性发展;既要严格制度管理,又要诉诸情感路线。但是王刚从未畏惧过,反倒乐在其中。走过的路不再回头,“在路上”的他要凭着自己的真心、信心、慧心、细心、雄心为世界人民做饭。

孙国升

——质量就是良心



据孙国升介绍,2000年成立真心食品,并在合肥投资建厂,现任安徽真心食品有限公司总裁。孙国升说:“我们企业,叫真心企业。我的第一个公司,1990年创业的时候是一家商店,那时候叫都友,就是大家都是朋友,还有一种意思,就是希望大家都有。当时我没钱,靠父亲借别人的800块钱开始起步,卖一些香烟、针线什么的。”其先后荣获“中国食品行业优秀企业家”、“中国十大瓜子品牌企业领导人”等称号。

1995年,孙国升办了今生缘商贸公司。“2000年9月办真心企业的时候,觉得不但要有缘,对大家还要真心相待。所以我们不管企业将来怎么发展,对社会都要关心。汶川地震时,一天不到,公司员工就捐了14万元。加上公司后来又拿出来一部分钱,捐给了汶川地震灾区。另外,很早的时候公司就赞助一些农村的小孩上学,支持一些孤儿。包括春节的时候,把空巢老人请到晚会现场,老人们都很感动。”据孙国升介绍,真心公司在内蒙古有一个帮扶的计划,在当地做市场,把工厂开到田间地头,在附近设厂。就在当地生产,然后销往全国。这样农民就给产品找到了

一个很好的买家,卖的时候也很放心。真心食品品牌最具竞争力的地方,一个是员工比较齐心协力,人才这块有很好的优势。第二个是质量把得比较紧。第三个,产品的口味老少咸宜。第四个,经销商和公司合作都非常愉快。还有就是研发一些适合消费者的产品。

安徽真心食品有限公司成立于2000年9月,主要从事食品炒货的加工与销售。公司成立10年来,已陆续建立安徽、内蒙古、黑龙江三座生产基地,同时在北京、重庆、合肥、广东建立了四个分装厂。公司在全国所有省份建立了分公司(子公司)或办事处,销售网络遍布全国城乡各个角落;公司拥有自营进出口权,产品自行出口东南亚、中欧、北美等20多个国家和地区。公司先后荣获中国农业银行安徽省分行AAA级企业信用等级证书、安徽省国家税务局A级纳税信用单位、合肥市工商联等十家单位评选的合肥市民营企业纳税额10强企业及合肥市民营企业收入50强企业、“中国民营企业500强”、“中国驰名商标”等称号。

2010年中国职业经理人年会暨全国年度优秀职业经理人颁奖盛典在沈阳举行,安踏集团荣获“2010年度中国最受职业经理人推崇的十佳企业奖”等两项大奖。

2010中国职业经理人年会暨全国

ZHIYEJINGLIREN

职业经理人

职业转型 | Zhiye Zhuaxing

钟利

原本可以在飞利浦安稳做到退休,但2000年与台湾明基创始人李耀的一席谈话,让郭特利彻底修正了自己的职场规划——他希望有朝一日像李一样去开创或者参与建设一家新公司,与其共同成长,从而实现自己的职业理想。他意识到,外商企业虽然起点高,但你只能当人的手脚,却做不了头脑。于是,郭特利接受中强光电集团的邀约,加入其旗下奥图码科技公司的创业团队。

2003年,郭特利为奥图码设定了一个5年进入全球投影机行业前三位的发展目标,为达到这个目标,奥图码要在前三年每年业绩增长300%,最后两年每年业绩增长200%,而当时投影机市场的行业增长率仅为20%。无疑,这是一个狂妄的目标,是近乎不可能实现的任务,但郭特利并不认为其遥不可及。

2001年,郭特利加入全球最大的投影机制造商中强光电集团,并于2003年接手中强光电集团下属的品牌公司奥图码在亚洲区的业务。当时奥图码处于艰苦创业阶段,郭特利为了推广品牌,在台湾一家五星级酒店首次举办媒体发布会。但是当天邀请的20多家媒

哪里好就往哪里奔

家居业 职业经理人跳槽频繁

吴厚斌 王格

2010年已过去,家居这个大舞台真个是“铁打的老板,流水的将”,在这个“老板换一个,职位跳几级,收入升几档”的时代,跳槽成为家常便饭,职业经理人是哪里更好就往哪里奔,只是一些重要的人物留在人们心中的记忆太深刻,难以一下子完全抹去。谁是家居业2010年最值得记忆的跳槽人物,不妨看看以下几位。

跳槽人物之一: 张志良
原职: 居然之家运营总监
现职: 华耐立家副总裁

在居然之家运营总监任上干了5年,有着“海归”身份,上述董事长张学武、总裁汪林朋,下接各地店长诸侯,在外界看来是居然之家的“三把手”,张志良可谓举足轻重。2010年4月,张志良低调离职,没有媒体哗然,没有团队跟随,他一个人静静地走了。至于离职原因,据说是因为收入太低和提升无望,他要到外面的世界追求更加美好的前程。

数月之后,人们发现张志良成为贾锋的副手,出任华耐立家副总裁,很快帮华耐立家在张家口开出了一家新卖场。他与过去的朋友交往甚密,但每次提起居然之家,都是一脸的敬意,不会说一句居然之家的不是。他在华耐立家的业绩则证明了一个真理:是金子,到哪里都会发光。

跳槽人物之二: 栾熙忠
原职: 东方家园首席运营官
现职: 利郎男装首席运营官

2010年1月,东方家园首席运营官(COO)栾熙忠发布宏大的“新五年规划”,豪情满怀地宣称要“在5年内开店160家、营业额突破100亿元”。仅仅3个月,以调养2009年刚到东方家园不久遭遇车祸落下的伤病为由,他淡出了东方家园的决策层,再也没有归来,至于东方家园的“新五年计划”,也与他不再有关。

2010年8月,栾熙忠再次公开亮相时,身份已经变成了利郎男装首席运营官,告别了东方家园,也告别了家居业。这位有着沃尔玛、国美两个著名企业高管经历的商场老手,加盟东方家园时,与李凤江都是资本方的代表。然而,在建材超市集体走下坡路的今天,栾熙忠想有作为并非易事,身病加上心病,一走了之,未必不是最佳选择,至少他如今服务的利郎是个初升的太阳,他能寄托更多的希望。

跳槽人物之三: 全国珊
原职: 家得宝中国区总裁
现职: 台湾顶好超市董事长

2010年6月,家得宝中国区总裁全国珊扔下伤痕累累的家得宝,跨过台湾海峡,挂靴而去。2008年11月,为收拾陈耀东留下的烂摊子,全国珊从百安居采购副总裁任上官升一级,火线出任家得宝中国区总裁。掌舵家得宝中国将近两年,家得宝这个烂摊子没见好转,他的主要业绩只有两个字——关店,先后关闭了沈阳、青岛和北京分钟寺3家店,而家得宝与物业的纠纷一个接一个,每天他都像坐在炸药包上。此次离去,难得一身轻松。

全国珊的新职是接替卸任的蔡裕

运输工程管理专业毕业,却常戏称自己主修体育;虽近视1000度以上,体量为丙等,却苦练成为跆拳道黑带高手。飞利浦十年,几乎每年都晋升,在34岁时成为飞利浦最年轻的业务副总,在最忙的时候,郭特利曾经同时兼三份差,管理三个业务完全不同的部门——

郭特利:笑傲“5年100倍经理人”



体竟然无一人到场。为了打破市场冷遇,郭特利苦思冥想,灵机一动召开了场以跆拳道为主题的新闻发布会,引起当地很多媒体关注。郭特利曾身着跆拳道服,连续用回旋踢和手刀击破写着竞争对手名字的木板。奥图码因此成功亮相。

“如果把目标对准月亮,那么你至少能射到老鹰。”也许,郭特利在博客中说的这句话,可以为他的目标设定做一个恰当的注解。

随后,郭特利带领奥图码进入中国内地。资源、预算不足是职场常态,为了让奥图码每块钱的投资都能创造更多的成长,郭特利确定奥图码要专注,只做一件事。在经费不足的情况下,尽可能将经费及资源的80%-90%投入关键环节,剩下的10%-20%则应付主要产品的外围开发和推广,以经营专卖店的方式,打败竞争者。

同时,精简经销层级,加快投入回报速度。传统的通路经营模式,都是通过总代理形成层层经销体系,绝少直接与零售通路接触。但是奥图码却采取多元化经营,直接与专业投影机通路、非专业零售通路接触,同时构建虚拟通路及直销营销业务。因为没有总代理,减少了中间营运成本,让产品更具价格优势,可以将省下来的费用直接回馈消费者,同时与通路的联系更快速,维修更便捷。

对于高层次的职业经理人来说,时间是最宝贵的资源,但他们的很多时间往往不是花在开会就是花在出差等候转机上,而造成决策延宕。郭特利更善于通过时间管理提高工作效率,并集众人之智,生发出新的构想。他认为,与员工通力合作发现及遇到的问题,注

重合作的必要性,不但可以让众人之智倍增,进而产生正面又有创意的能量,最重要的是也可以缩短一个人苦思的时间,确保讯息统一。

郭特利很爱讲生活中的小故事,因为他认为有价值的构想有时就潜藏在故事之中,可以帮助营销人员加以发掘并运用于企业或产品推广。

一年后,奥图码果然实现了自己设定的销售目标。第二年,业绩是上一年的300%;第三年,300%;第四年,200%;第五年,200%。5年增长了108倍,奥图码提前两年成为台湾投影机第一品牌,并且在连续4年里位居DLP投影机市场全球销量第一。连续几年业绩均以倍数增长,奥图码连续两年成为全球DLP投影机品牌第一名。奥图码于2007年获选中华征信“十大金砖企业”第4名,并被勤业众信评选为“台湾高科技FAST 50”,得到了“德勤亚太地区高科技FAST 500”的肯定。2009年第四季度奥图码在台湾首次击败盘踞业界龙头的日本品牌,成为市场占有率第一的品牌。

如果将奥图码5年的业绩增长用数字换算,总体增长竟然高达108倍。因此,郭特利被业内人士誉为“5年100倍的经理人”。

重合作的必要性,不但可以让众人之智倍增,进而产生正面又有创意的能量,最重要的是也可以缩短一个人苦思的时间,确保讯息统一。

郭特利很爱讲生活中的小故事,因为他认为有价值的构想有时就潜藏在故事之中,可以帮助营销人员加以发掘并运用于企业或产品推广。

一年后,奥图码果然实现了自己设定的销售目标。第二年,业绩是上一年的300%;第三年,300%;第四年,200%;第五年,200%。5年增长了108倍,奥图码提前两年成为台湾投影机第一品牌,并且在连续4年里位居DLP投影机市场全球销量第一。连续几年业绩均以倍数增长,奥图码连续两年成为全球DLP投影机品牌第一名。奥图码于2007年获选中华征信“十大金砖企业”第4名,并被勤业众信评选为“台湾高科技FAST 50”,得到了“德勤亚太地区高科技FAST 500”的肯定。2009年第四季度奥图码在台湾首次击败盘踞业界龙头的日本品牌,成为市场占有率第一的品牌。

如果将奥图码5年的业绩增长用数字换算,总体增长竟然高达108倍。因此,郭特利被业内人士誉为“5年100倍的经理人”。

如果将奥图码5年的业绩增长用数字换算,总体增长竟然高达108倍。因此,郭特利被业内人士誉为“5年100倍的经理人”。

如果将奥图码5年的业绩增长用数字换算,总体增长竟然高达108倍。因此,郭特利被业内人士誉为“5年100倍的经理人”。

如果将奥图码5年的业绩增长用数字换算,总体增长竟然高达108倍。因此,郭特利被业内人士誉为“5年100倍的经理人”。

如果将奥图码5年的业绩增长用数字换算,总体增长竟然高达108倍。因此,郭特利被业内人士誉为“5年100倍的经理人”。

如果将奥图码5年的业绩增长用数字换算,总体增长竟然高达108倍。因此,郭特利被业内人士誉为“5年100倍的经理人”。

如果将奥图码5年的业绩增长用数字换算,总体增长竟然高达108倍。因此,郭特利被业内人士誉为“5年100倍的经理人”。

如果将奥图码5年的业绩增长用数字换算,总体增长竟然高达108倍。因此,郭特利被业内人士誉为“5年100倍的经理人”。

如果将奥图码5年的业绩增长用数字换算,总体增长竟然高达108倍。因此,郭特利被业内人士誉为“5年100倍的经理人”。

如果将奥图码5年的业绩增长用数字换算,总体增长竟然高达108倍。因此,郭特利被业内人士誉为“5年100倍的经理人”。

如果将奥图码5年的业绩增长用数字换算,总体增长竟然高达108倍。因此,郭特利被业内人士誉为“5年100倍的经理人”。

如果将奥图码5年的业绩增长用数字换算,总体增长竟然高达108倍。因此,郭特利被业内人士誉为“5年100倍的经理人”。

如果将奥图码5年的业绩增长用数字换算,总体增长竟然高达108倍。因此,郭特利被业内人士誉为“5年100倍的经理人”。

如果将奥图码5年的业绩增长用数字换算,总体增长竟然高达108倍。因此,郭特利被业内人士誉为“5年100倍的经理人”。

如果将奥图码5年的业绩增长用数字换算,总体增长竟然高达108倍。因此,郭特利被业内人士誉为“5年100倍的经理人”。

如果将奥图码5年的业绩增长用数字换算,总体增长竟然高达108倍。因此,郭特利被业内人士誉为“5年100倍的经理人”。

如果将奥图码5年的业绩增长用数字换算,总体增长竟然高达108倍。因此,郭特利被业内人士誉为“5年100倍的经理人”。

如果将奥图码5年的业绩增长用数字换算,总体增长竟然高达108倍。因此,郭特利被业内人士誉为“5年100倍的经理人”。

如果将奥图码5年的业绩增长用数字换算,总体增长竟然高达108倍。因此,郭特利被业内人士誉为“5年100倍的经理人”。

如果将奥图码5年的业绩增长用数字换算,总体增长竟然高达108倍。因此,郭特利被业内人士誉为“5年100倍的经理人”。

如果将奥图码5年的业绩增长用数字换算,总体增长竟然高达108倍。因此,郭特利被业内人士誉为“5年100倍的经理人”。

如果将奥图码5年的业绩增长用数字换算,总体增长竟然高达108倍。因此,郭特利被业内人士誉为“5年100倍的经理人”。

如果将奥图码5年的业绩增长用数字换算,总体增长竟然高达108倍。因此,郭特利被业内人士誉为“5年100倍的经理人”。

如果将奥图码5年的业绩增长用数字换算,总体增长竟然高达108倍。因此,郭特利被业内人士誉为“5年100倍的经理人”。

如果将奥图码5年的业绩增长用数字换算,总体增长竟然高达108倍。因此,郭特利被业内人士誉为“5年100倍的经理人”。

安踏获最受职业经理人推崇十佳企业

近日,2010中国职业经理人年会暨全国年度优秀职业经理人颁奖盛典在沈阳举行,安踏集团荣获“2010年度中国最受职业经理人推崇的十佳企业奖”等两项大奖。

2010中国职业经理人年会暨全国

年度优秀职业经理人颁奖盛典由全国职业经理人协会联盟主办,由各省(市、区)职业经理人协会(联合会、联谊会)共同协办。中国职业经理人年会被誉为中国业界最具权威性和前瞻性的思想交流盛会;是中国企业界与协会组织、

职业经理人和地方政府对话交流的平台;也是引领中国企业走向职业化进程的重要活动。

据了解,本次优秀职业经理人选评活动于2010年10月份启动,组委会经过各地推荐提名、网络公示、票选、组委

会及评委会综合评审等环节,历时3个月的慎重评选后产生。此次荣获“2010年度中国最受职业经理人推崇的十佳企业”殊荣,是公众及业内专家对安踏企业规模、盈利能力、管理水平的极大肯定。

会及评委会综合评审等环节,历时3个月的慎重评选后产生。此次荣获“2010年度中国最受职业经理人推崇的十佳企业”殊荣,是公众及业内专家对安踏企业规模、盈利能力、管理水平的极大肯定。



人,出任台湾顶好超市董事长。这回,这个在中国内地商业界做了20多年职业经理人的香港人,带着沃尔玛、百安居的光荣历史,与家得宝告别了。筋疲力尽、伤心透顶之时,能够有下家接手,还弄个董事长当当,官儿又升了一级,能修来这种福分的人,恐怕不多!

十几年的职业生涯,刘洋的答卷都交得不错,秘诀在于,以前给别人打工,不好对不起老板;如今给自己打工,不好对不起自己。

跳槽人物之四: 刘洋
原职: 贤妻良母
现职: 城外诚副总经理兼建材中心总经理

从集美家居排名第三的副总裁任上离职后,在一年多时间里,刘洋完成了结婚、生孩子的人生大事,做了一回典型的贤妻良母。2010年初,当刘洋再次出现在人们的视野中时,她已经摇身一变成为城外诚副总经理。国庆前夕,城外诚家装建材(国际)交易中心正式开业,刘洋更变成了这里的总经理。

让人讶异的是,城外诚以前仅有几千平方米的建材面积,如今扩容到2万多平方米,刘洋功莫大焉。不仅如此,作为城外诚副总经理,刘洋还负责城外诚的整体品牌企划,可谓任务重、责任大。

2010年7月,在北京绿之岛家具供职达4年之久的副总经理潘雪琪正式离职。离职的原因是什么?潘雪琪的解释是到绿之岛上班太远,来去不堵车也得3个小时,忙于工作把家庭都弄没了。他住在亦庄,而绿之岛的工厂在房山,从东到西,横穿一个北京城,长年奔波劳苦,实在是太累,得休息休息了。

潘雪琪并没有休息。离职一个月后,他加盟亚美特家具,出任副总经理。同样是做副总,同样负责营销,但新官上任的脾气神大不一样。更重要的是,离开原老板林高宝,转投温州女商人王贤薇,家远固然是重要原因,自由度更大才是值得珍惜的。刚上任没几个月,亚美特就制定了“两年内成为一线家具品牌”的目标,不能不说与潘雪琪无关。

跳槽人物之五: 潘雪琪
原职: 绿之岛家具副总经理
现职: 亚美特家具副总经理

2010年7月,在北京绿之岛家具供职达4年之久的副总经理潘雪琪正式离职。离职的原因是什么?潘雪琪的解释是到绿之岛上班太远,来去不堵车也得3个小时,忙于工作把家庭都弄没了。他住在亦庄,而绿之岛的工厂在房山,从东到西,横穿一个北京城,长年奔波劳苦,实在是太累,得休息休息了。

潘雪琪并没有休息。离职一个月后,他加盟亚美特家具,出任副总经理。同样是做副总,同样负责营销,但新官上任的脾气神大不一样。更重要的是,离开原老板林高宝,转投温州女商人王贤薇,家远固然是重要原因,自由度更大才是值得珍惜的。刚上任没几个月,亚美特就制定了“两年内成为一线家具品牌”的目标,不能不说与潘雪琪无关。