

童年历尽艰辛,职场辗转多磨,商海风波四起,命运似乎一直在考验着张林龙,但今日事业的辉煌,已经证明他超人的勇气——

林巅上空 龙腾天宇

——访四川省江苏商会常务副会长张林龙

□ 特约记者 熊丽婷

如今的张林龙,可谓是一名成功的企业家,他拥有多重身份:四川省江苏商会常务副会长,中国天天红电器有限公司成都分公司总经理,渝富桥成都市棕北形象店的总经理。众多耀眼的光环笼罩于一身,张林龙仍沿着进步的阶梯往上攀登,是什么推动他如此奋进呢?那还得从他的经历说起。

艰辛童年 他坚强面对

1964年8月6日,张林龙出生于江苏省启东市合丰乡的一个贫困家庭里,家里有三兄弟,他排行老二。

时间总是在指缝中以最快的速度滑过,转眼间,张林龙到了上小学的年龄。当时的学习环境异常艰苦,纵然如此,张林龙仍在知识的海洋中无忧无虑的徜徉着,尽情吮吸书本的墨香。

充实的日子总是过得很快,张林龙迎来了小学六年级的开学典礼,可就在关键的“小升初”阶段,发生了一件让他的生活天昏地暗的大事——其父患上了白血病。尽管与病魔进行了顽强的抗争,张林龙的父亲最后还是敌不过绝症的吞噬,在张林龙12岁时撒手人寰,留下柔弱的妻儿、未了却的遗憾和对家的牵挂。

别人的12岁,仍有机会在父母怀里撒娇,无忧无虑地享受童年的乐趣,而张林龙的童年却是一片沉重的灰暗。父亲的不幸病逝,逼迫他与家人挑起了生活的重担,煮饭、挑水、插秧、收谷……他样样学着干,再苦再累也咬紧牙关坚持着。

但即便这样,重挫也没有压倒张林龙,反而激起他更加奋发向上的决心。较于其他同学,他更为刻苦,将每学期的学习计划详细列表,并付诸行动,熬更守夜更是家常便饭——每当其他同学早已进入梦乡,他还在“消化”老师当天所教的

知识。功夫不负有心人,他期期蝉联“三好学生”、“学习委员”的“宝座”,为同学树立了一个学习的好榜样。

职场辗转 他踏实取胜

在上高一时,张林龙的学费已让这个原本拮据的家庭不堪重负,极度无奈之下,他被迫辍学。

辍学后,张林龙气馁了吗?没有。他暗暗发誓:就算离开学校,也要在社会这所大学里磨练自己。

经过几番辗转的求职,张林龙终于在1982年进入江苏省启东合丰

知己知彼,百战不殆。张林龙深知此道。一进启东电讯厂,他就充分利用时间了解公司详细情况,结合自身销售经验,将公司稳压电源、电子传送带等主打设备的销售业绩实现了空前提升。

1990年,“不安分”的张林龙又离开令人艳羡的启东电讯厂,加入中国天天红电器有限公司(以下简称天天红公司)的团队。

天天红公司总部在上海,当时应总部派遣,张林龙担任沈阳分公司的销售主管。除了跑销售,张林龙还负责培训销售人员。他毫无保留地将自己历年来总结的销售经验传授给学员,强将手下无弱兵,他培训



图为渝富桥棕北形象店足疗房。

玻璃厂上班。当时,该厂的销售部门人才稀缺,头脑灵活的张林龙凭着扎实的理论基础和丰富的社会阅历,过五关斩六将,终于成为该厂销售团队的一员。

光靠头脑和阅历,一个人恐难登上成功之巔。进厂后,务实的张林龙尤为注重细节,除勤奋开发客户资源外,还经常联系客户,及时收集客户建议和意见……张林龙的踏实肯干,赢得厂子上下及众多客户的一致好评,老客户都放心地把他推荐给身边有购货需求的朋友,因此,他的销售业绩一直名列前茅。

但“不安分”的张林龙没有安于现状,1988年,他毅然跳槽到启东市电讯厂。当时,同批应聘者中共有70余人,最终考核后只留下两个,张林龙便是其中一员。

的学员纷纷顺利“毕业”,前往29个分公司上岗就业。

商海创业 他睿智应变

张林龙在天天红公司“安稳”地度过16年的时光,直到2006年,公司财务制度发生“质”的转变。

2006年的上半年,天天红公司财务管理制度发生大震动,由原有的国家财政补贴转向自负盈亏。于是,张林龙比之前更为勤奋,销售额持续提升进而带动公司效益的递增。

然而,路途不会永远的一帆风顺,张林龙也曾遭受过欺诈和货款无限期拖欠的棘手问题。一开始,遇



到客户花样繁多的欺诈手段,张林龙也感到束手无策,急得像热锅上的蚂蚁团团转,最终通过有经验的朋友和同事帮助才化险为夷,后来,他渐渐看穿骗子的伎俩,谨记五条“金律”,即:1、天上不会凭空掉馅饼,更没有免费的午餐;2、戒贪、戒方便、戒便宜;3、提高观察和判断能力,增强防范意识,多问一个“为什么”;4、进行广泛的资信调查,骗子总有露出破绽的地方;5、学习法律知识,慎重签订合同。靠着牢记5条“金律”,再加上随机应变,张林龙规避了不少的货款风险。



渝富桥棕北形象店茶楼一角。

一个精明的商人必定会对市场进行充分的了解。通过亲朋好友及其他渠道,张林龙了解到成都很有发展潜力,日后必定成为西部的龙头城市。于是,他带着满腔的自信、热忱,和江苏人特有的干练劲,于1993年踏上成都这片热土,“铺陈”他的创业生涯。

熟知成都的人都明白城南是富人聚集地,所以张林龙果断选址棕北小区,投资200多万加盟渝富桥,渝富桥棕北形象店就此在棕北小区落脚。

渝富桥棕北形象店集足疗、保

健、休闲于一体,性质如同其他加盟企业,都由总部派管理人员管理加盟店,切实解决加盟店的“拦路虎”。正因如此,张林龙一旦发现环境卫生、服务质量及技师技能水平需要跟进时,会及时向总部管理人员反映;并时常揣摩顾客心理,进行换位思考,了解顾客所需……经过不断的努力和改进,张林龙的“渝富桥”



张林龙在渝富桥棕北形象店茶楼一角。

每天顾客盈门,直至今日。

童年历尽艰辛,职场辗转多磨,商海风波四起,命运似乎一直在考验着张林龙,但今日事业的辉煌,已经证明他超人的勇气——“任他风起云暗,龙腾天府林巅!”

采访手记

从采访中,笔者了解到张林龙是在2008年经身居成都的一老乡通知,加入四川省江苏商会的。他是商会中唯一一名从会员到理事,再从副会长晋升至常务副会长的会员,可谓亲眼见证了商会的风雨坎坷和今日良好的稳步发展。他说,商会的实力在不断增大,希望商会今后多发展有实力的会员,同时向其他做得好的商会学习,发扬抱团打拼精神,让在川江苏商人的大家庭越来越壮大。

对于张彤杰来说,他的职业历程如同“在路上”——

张彤杰 追寻激情人生

□ 慧聪

从国内著名高等学府学子,到令人钦慕的工程师;从世界著名啤酒企业中高层管理者,到国内安保知名企业领军人物。究竟是谁能够迅速转换身份,在不同的行业内如鱼得水?

“学习的渴望”

对于张彤杰来说,他的职业历程如同“在路上”,寻找挑战和激情成为人生不断追寻的话题。

“从职业规划来讲,人生并不会向着‘想要’的轨道铺展开来,它和‘需要’是有差别的,‘想要’是理论上想做的事情,‘需要’则需要完全遵循自己的内心。对我个人来讲,当工作轻车熟路、几乎没有激情时,便会考虑换一个新环境,接受来自新职业的挑战。这就如同小儿学数,当学会1+1=2之后,便会从内心想学到4+2等于几。这属于学习的渴望。”

从1992年入职澳洲当时位居世界三大啤酒集团之一的富士达集团以来,历经12年时间,张彤杰几乎涉足了啤酒行业所有的工作岗位,处理行业内的多数事务几乎都顺手拈

来,不费丝毫脑力。这对于很多人来说,无疑是高兴的事情,但对于张彤杰来说,最难受的事情莫过于挑战的缺失。在下一个工作机遇到来之前,他毅然选择了离开。

张彤杰对笔者阐释道,12年的经历并不是傲居权位的资本,事后最深的感觉则是内心充实和人生的丰满。告别富士达后,张彤杰机缘巧合进入了固力公司,如同一个不羁的背包客,开始了他人生又一段新的征程。“这并非是真的机缘巧合,虽然也有机遇在其中,但往往需要充足的准备,这种准备伴随在每次的职业更换中。”

随着时间的推移,对安防行业的熟悉是否会“迫使”他再次选择离开?对于这个问题,张彤杰呵呵直笑,“如果行业不再有新的挑战,年龄允许,在退休之前我还会再次选择新的、具备挑战性的职业来做。”

“文化的变革 必须是循序渐进的”

入职固力公司以后,如何在原有公司的基础上进行管理,成为张彤杰首先注意到的问题。作为一名海外华

人,他在将东西方文化中的瑕疵充分摒除后,巧妙吸收了双方文化的优势。

“在我的逻辑里面,很多东西都是可共享的……单独的拥有需求将会导致管理效率低……若要解决这个问题,必须从根源上寻根究底。”他立志将“共享”的思维带入自己的团队,尽可能地节约管理成本。在深思熟虑之后,他决定以“非革命”的方式推进这次改变。

在张彤杰看来,“多劳必须多收,才能够多得”,如果“多劳”不能够创造任何价值,“多收”便无从谈起。

直至现在,张彤杰认为这个改变是“积极而有效的”,它改变了很多固有的观念和思维。改变的结果直接体现在企业的收益上。固力公司在最近的几年内,每年都呈现两位数的增长比例。企业文化的变革直接产生了经济效益。

将“全方位”概念 植入民族之心

作为中国装饰协会副会长,张彤杰认为在今后的发展中,协会需要加大倡导行业标准的“音量”,一

方面“疾呼”国家学习西方先进国家,提升锁具行业准入门槛,杜绝烂货充斥市场的现象存在,另一方面“疾呼”行业提高自律能力,加快“中国制造”向“中国智造”的转变。“疾呼”的最终目的,则是提高行业的整体水平,增强整个社会的安防水平。“在力所能及的范围里面,不断地跟社会沟通,跟企业管理者和国家机构沟通。”借此提高整个社会对锁具行业的认识,将“全方位”的思想植入每位国民的骨子里。

“美国的锁具之所以安防水平高,在于它经历了80多年的发展,积淀了相当深厚的文化和技术。再来看日本,由于地震几率比较高,企业在进行生产设计时,便会将这个因素考虑在内。将更多的环境因素纳入设计考虑范围,这需要整个行业携手努力……但是这个标准的制定,也是循序渐进的过程,只有大多数企业掌握了技术,标准才能够行之有效,否则只能是一纸空文。”

“若要谈个人对行业的贡献,那就是大声疾呼,期待行业标准越来越完善,越来越强大,能够与国外媲美,甚至是更胜一筹。”



后记

入职固力公司以后,从营运用管理入手,一步一个脚印,在外销业务不断扩张的同时,内销业绩也得到长足发展,最终由外销转为内销,其间经历了多次职位的变更和身份的转换。

直至今天,他并不认为自己进行了身份的转换。时常深入生产一线,与一线工人交谈生活需要,这成为张彤杰突破职位界限的举动之一。“技术、管理等所有的生产经营活动都是有机关联的一体”,他认为对技术、管理等方面精通是一个企业管理必备者的素质。

热血沸腾的“背包客”,沉稳的文化改革者,为社会大声疾呼的安全卫士,坚定的环保生产捍卫者……太多的身份都无法囊括张彤杰的人生。也许对于他来说,一个不满足平稳现状的行者,才是最好的概括。



李银生 借势得势 风生水起

□ 花影

从“打工族”到经营“五金店”,再到掘到威力狮品牌第一桶金。2003年,由劳健斌会长推荐进入全国工商联五金商会,他善于利用这个平台,靠整个团队的奋力拼搏,并使威力狮成为全国五金工具著名品牌,在强手如林的南国异军突起,他是白手起家的典型。更值得一提的是,2007年,李银生还被推选为广东五金机电商会副会长,在“为大家带小家”的理念指引下,致力于行业服务,走共同富裕之路,更是难能可贵。

生势:王侯将相因种立

15年前,李银生是个名不见经传的小角色。那时,南下打工的庞大潮流把他推向了繁华的大都市。最初,李银生湖南邵阳的同乡让他尝试做下五金行。当年的邵东是著名的五金集散地,李银生的很多老乡从全国各地去采购五金制品,以邵东为中转站向全国推销。

也许是不甘于平庸的思维渗入骨髓,喜欢思考的李银生在短短一年后的销售就有了很大的起色。李银生觉得不能循规蹈矩地按旧模式做下去,在捋清楚五金行业产业链条关系的同时,他也找到了下一步的行进之路:自己开店。

1997年上半年,李银生和妻子用手头仅有的3万元,走上了创业之路。他们在一个很偏僻的地方开了一个夫妻店,凭借手头积累的客户关系,一年后他们赚了20万。

李银生的创业看起来很自然,但其中的一个亮点是来自老乡的引导。这样看来,李银生最初的借“势”来自于他朴实诚挚的交友之道。

造势:扶摇直上九万里

进入新千年,李银生充分感受到五金行业愈加激烈的市场竞争。他意识到大家都卖同一种产品,没有优势可言,要提早打造自己的核心竞争力才能在市场生存下来。于是他想到做自己的品牌。仔细思忖之后,李银生决定用“威力狮”做品牌的名字,意思是威猛有力量的狮子,不论是产品还是企业,李银生都希望能有王者之气,具备强势的竞争力。

名牌是一种势,运用名牌的势,掀起名牌效应,名牌才能驰骋在市场上所向无敌。“没有品牌的概念的时候,我只要把产品卖出去,产生利润就好,我不管卖出去以后会怎么样。但是你一旦做品牌了,自身的要求就不一样,你要对你产品的品牌负责,形象负责。我们需要花大量的精力去维护这个品牌,在质量和售后服务上都要做好。”李银生这样说,也这样做。企业发展壮大后,除了必要的商业活动,其他时间李银生都守在一线,研究整个流通环节的状况,接受经销商的反馈以期做出有效的调整。

辛苦总是有回报的。2009年3月4日,锣鼓喧天,彩旗飞扬,广州威力狮商务大楼在浓烈的气氛中拉开帷幕。1300多位嘉宾莅临现场,如此隆重的盛会对李银生来说是一次颇具纪念性的褒奖:亲手培养了十年的威力狮终于名副其实地威震四方了!

后记

势,千变百态。有迅雷不及掩耳之势,乃快势;有千军万马如卷席之势,乃猛势;有轰轰烈烈、大张旗鼓之势,乃声势;有四面楚歌之势,乃情势。识势、借势、造势,是威力狮声望大震的重要元素,当然也是属于李银生朴素为人下一根低调的商业命脉。我们有理由相信威力狮能借势走得更远。