

# 女老板的管理转型 厉晓梅从“拿起”到“放下”

■ 特约记者 方令航 浙江金华报道

过去的十余年里,国内各大城市经历房地产业的风起云涌,其间装饰公司也从无到有经历了太多的变化,从单纯的施工到施工和设计,加上后来主材代购,发展到现在的完整家居一体化服务,可谓大浪淘沙方显英雄本色。十年间,家装行业经历了前所未有的挑战,在挑战中寻觅新的发展机遇,一些装饰公司已经走在了转型的路上,成为真正经得起时间和市场检验的装饰品牌。

## 历经磨练 她是主心骨大姐大

两年前记者在金华市家装行业协会的一次会议上,正好与厉晓梅坐在一起,事实上在当地火热朝天的装修行业,已经成熟运作8年的金华市鹏程装饰公司并非路人皆知的大品牌,而也正是那场会议的相识、了解,让记者走进了一家默默耕耘、低调实干的装修企业。

曾经不管是事业上还是生活上,身边人都习惯了遇事就找厉晓梅,她是主心骨、大姐大,什么事都难不倒她。厉晓梅也不是天生就那么“强”的,祖辈做小百货生意,爷爷19岁的时候娶了17岁的奶奶,奶奶拿给娘家的钱是用箩筐来挑的,那年月很是风光了一阵子。可是爷爷很年轻就走了,留下6个儿女,厉晓梅的父亲是唯一的儿子,奶奶把女儿都给了别人,带着儿子改嫁,没几年也去世了。厉晓梅的父亲8岁丧父,13岁丧母成了孤儿。厉晓梅从小也比一般人家苦,打小就没有爷爷奶奶的照顾。父母养育了她和弟弟,小心翼翼地维持着一份来之不易的幸福。可是命运的车轮还是毫无征兆地再次碾了过来:十一岁那一年,九岁的弟弟突发疾病早夭,这对整个家庭几乎是灭顶之灾。看着父母痛不欲生,厉晓梅心如刀绞地跪在父母面前,向他们承诺:“从此我就是你们的儿子,我一定会让你们过得幸福,会照顾你们一辈子。”这样重若千钧的承诺,就这样流进了厉晓梅成长的血液里。她逼自己比所有人都要强,逼自己像个男人一样去战斗。

1992年到1997年,厉晓梅在河南郑州做生意,一开始商品供不应求,到后来市场逐渐饱和和生意不好做。厉晓梅的老公憨厚实在,跟顾客说话,还没出口脸就先红了。当时厉晓梅把妹妹们带出去做生意,大妹后来嫁人,厉晓梅开始琢磨小妹也要嫁人的,应该有一份不用四处奔波的事业。1997年下半年,夫妻俩在杭州承包了宾馆的油漆工程,老公负责工程质量,厉晓梅负责对外沟通、结工资。从自己做生意当老板,到去工地施工,其中的落差有点大。厉晓梅放不下面子,给自己做了很久的心理鼓励——我又不偷不抢,革命工作只有分工不同,没有高低贵贱之分。就这样一路披荆斩棘勇往直前,从1998年下半年进入装修行业,到2003年,去桐乡做分公司业务经理承包了200多万的工程,再到2004年与亲戚合伙在义乌开装修公司,当年就盈利赚了三十万。开一家属于自己的装饰公司的想法,也因此在心里生根发芽。

## 时间观念 绝不让客户等我

2004年12月,厉晓梅一个人来金华找门面,人生地不熟举目无亲。没有人脉,



●图为厉晓梅(图左)在鹏程年会上给公司第一位客户奉上鲜花和感恩的心。

没有资源,除了一颗创业的心,当年的厉晓梅什么都没有。鹏程装饰在2005年3月15日正式开业,之所以选315,是因为厉晓梅把客户的利益放在了第一位。而事实上,她也做到了:鹏程所有的客户几乎都成了朋友,认识厉晓梅的人,没有人不为她竖大拇指。鹏程装饰在金华基本不打广告,而生意却忙不过来,因为所有鹏程的客户,都成了鹏程的活广告。鹏程的业务有80%来自老客户介绍,20%是慕名而来的自然客流。

十年以后的今天,当年跟厉晓梅同一年开业的三十几家装饰公司,几乎都已经人去楼空了。说起这些,个中甘苦只有厉晓梅自己知道。在陌生的城市,鹏程装饰的起步其实也很难。2005年4月份,金华举行装饰博览会,鹏程参展两天一共接了六个单。可是约时间量房的日子,相关人员却意外出了车祸,客户认为不吉利避之不及,业务全都不了了之。撑到6月,主动上门来了一位客人,当时业主约了三家公司,厉晓梅早到了20分钟,另外两家都迟到了,客户等三家公司到齐宣布另两家淘汰。正是这名客人,给了厉晓梅一直坚守的时间观念:我就是那个公交车站,客户就是公交车,我随时恭候着客户,绝不让客户等我。

一名客户给鹏程带来了机会和好运,在那个鹏程起步的小区,别的业主跑来施工现场围观,被厉晓梅夫妻俩的苦干精神感动了,纷纷把自己家的装修交给鹏程。甚至一个客户已经在别的公司交了2000定金,直接放弃定金了,说是看到鹏程的老板老板娘这么起早摸黑,忠厚老实,令他们真正放心。2005年亏本,2006年继续亏,但是鹏程的客户却渐渐多了起来,06年半年时间在金海岸小区就做了15套,07年半年时间在东方国际做了16套,虽然没赚钱,但因为在做服务做口碑,价格便宜又做得好,所有的客户都被厉晓梅的真诚打动了。厉晓梅说,你坚持付出了,总会有收获的。装修行业不比其他,主观因素强,隐蔽工程和软性服务多,这么多年鹏程的客户满意度为什么可以做到100%?只因为厉晓梅信守退一步海阔天空,一切以客户满意为宗旨。心怀感恩,感谢每一个客户的信任和支持,有分歧就无理由无条件的让步。所以当年意见越大的客户,现在反而跟厉晓梅关系也越铁。

2013年,鹏程装饰以全新的形象标

识、全新的经营团队、全新的设计力量、全新的企业使命为依托,阔步进入金华装修市场主流阵营。新的鹏程将企业核心价值观做了创新,将“市场导向”转变为“客户导向”和“服务领先”,旨在扎根技术并服务好每一位客户。2013年对于鹏程装饰来说,无疑是蜕变重生的一年,也是对鹏程这个金华老字号装饰品牌由上到下、由内到外、大刀阔斧修枝剪蔓的一年。“之前8年对我们来说是市场导向年,鹏程完成了市场的积累。2013年开始,是鹏程的客户服务年。行业洗牌的加剧不论对消费者还是对整个行业都是利大于弊的。谁能真正为客户着想,谁就能得到消费者的货币投票。”厉晓梅告诉记者,目前在杭州、上海等开放城市,新房精装修率已经达80%以上。在浙江省金华市,未来5-10年,精装修楼盘也将会越来越普及,那么市场就会被细分,大户豪宅的个性化装修需求会更集中,高端家居时代即将来临,而这个阶段取胜者靠的不仅是价格、成本,更是服务能力和服务品质。

厉晓梅欣赏的现代女人,有自己的生活格言:“她们自立自信,优雅中带有坚韧;她们精明干练又不失万种风情;她们有资本,爱己爱人,像一群城市中的精灵。她们认为女人可以不漂亮,但不能没有味道;职业女性可以果断利落,但不可粗枝大叶——她们要优雅地变老。鹏程装饰这两年的飞速发展,从主观上讲,很大程度上源于我个人的改变,同时引发了公司的管理变革,让团队齐心协力、肝胆相照。正是大家的互相信任、互相支持,产生了一加一大于二的效果。”

## 蜕变重生 从“拿起”到“放下”

从十一岁开始,厉晓梅人生的功课是修“拿起”,她遇事全都往自己身上扛,大包大揽,硬撑着,负责任,倾尽全力照顾着她势力范围内的所有人。从2013年开始,厉晓梅人生的功课变成了修“放下”——你想成为什么样的人?面对这个问题,那一瞬间厉晓梅心里蹦出的词是“温柔、欣赏、快乐”。就在那一天,厉晓梅突然发现,以前她是领头羊,一直冲在最前面,其实是身边的人成就了她们:老公一直是默默的耕耘者,无私的奉献者,他胸怀宽广,具备

男人所有的宽厚与仁慈。而姐妹们也是如此,她们把整个青春都献给了鹏程公司,“是被子温暖了我,还是我温暖了被子?”厉晓梅的心里顿悟后,充满了对身边人的欣赏和感激,她说:“荣誉不属于我一个人,属于我们鹏程团队。”

这是个有爱、温暖的、团结的团队,从客服部、设计部、工程部(含材料部、质检部)、售后服务部、财务部……整个鹏程团队分工合理、配合默契,管理到位,100%的客户满意度是基于团队的精诚合作,而不是仅仅因为厉晓梅的个人领导。厉晓梅从多年的一线管理中领悟到,以前没有给团队足够的成长机会,而现在开始把对的人用在对的位置,排兵布阵,发现他们个个都很能干;以前对员工批评多指责多,现在多了更多欣赏、激励。

总体而言,金华家装界一些知名装饰公司在前十年跟着上游房地产市场的风生水起,成功实现了自身业绩的“V”形大反转。但市场并不都是喜剧,竞争仍在不断加剧。据有效数据显示,金华的装饰公司已经由之前的近千家开始清场,大洗牌已经进入决胜阶段,而其中领导人的理念成为关键。厉晓梅说:“原来自己出门一小时,电话就会被打爆。现在出去旅行一个礼拜,公司完全正常运转,原来不是我的团队不行,而是我自己放不下,所以让员工没有了担当。现在的鹏程员工,主动都会把业主当成自己的亲戚朋友,甚至为此委屈了公司,而我们知道,当一切付出过后,回报将是更丰盛和出人意外,还有什么比业主的口碑与赞赏更让我们喜悦的呢?”

城市化进程,对家装发展是一种刺激,优秀的装饰行业也在为自己的发展重新定位。鹏程装饰将加大对外连锁经营的力度,让更多城市消费者享受到高端设计、优质服务的服务。鹏程下一阶段的目标是做大做强,辐射到义乌、东阳、永康等更多的城市和地区,而这些,也是为了跟着鹏程的家人有更广阔的发展空间。厉晓梅不想再做“大姐大”,她要把团队推到前台,自己在幕后。而无论厉晓梅怎么转型,所有的人依然都感受得到厉晓梅的用心,无论是“拿起”还是“放下”,在厉晓梅心里,满满装着的都是爱,对家人的爱、对团队的爱、对客户的爱、对所有身边人的爱——这才是鹏程装饰能从小到大走到今天,唯一的答案。

## 房价不是靠骂下来的

■ 特约撰稿 廖保平

据《人民日报》报道,日前,住建部住房政策专家委员会副主任委员顾云昌在中国地产总裁论坛与北大黄埔同学会第六届年会上表示,2013年房地产投资占全国固定资产投资额的20%,今年我们提出GDP增速保持在7.5%,城镇新增就业1000万人,在这样的情况下,说房价会暴跌是不现实的——“现在有些人认为:房价一定要暴跌,如何如何。可实际上,我认为,房价暴跌只是一种妄想。”

顾云昌分析说,房价暴跌与什么有关系?从国际上看,房价大幅下跌与城镇化率有关。当一个国家城镇化率超过60%的时候,房价大幅下跌就可能发生。美国房价波动时候城镇化率超过70%;日本房产泡沫破灭是因为城镇化率超过67%;欧洲出现这种情况也是城镇化率超过65%。现在就中国城镇化率来看,楼市崩溃点还很远。

这番讲话可谓一针见血,就点到了房价不会暴跌的要害,也刺破了一些“暴跌论”者、“拐点论”者的妄想。我们怎么可能从个别房地产商为了回笼资金,而将一些楼盘的降价处理,推导出房价暴跌?任何一个企业都需要保持一定的现金流,资金回笼很可能但不证明房价要暴跌,还可能预示着房价继续上涨,关键是看回笼的资金投向哪里去了,是离开了房地产市场,还是投向更有价值的楼盘?我们有没有清楚回笼资金的去处。

去年底,中央城镇化工作会议明确指出,城镇化是现代化的必由之路。推进城镇化是解决农业、农村、农民问题的重要途径,是推动区域协调发展的有力支撑。目前中国城镇化率只过半,预计到2020年,中国城镇化率将达到60%,而要达到这个比例,假定有1亿农村人口进入城市,这将是人类历史上最大规模的移民潮。

1亿人口进入城市,不光需要解决住房问题,还要解决与城市居民同等待遇问题,包括医疗、养老、教育等等,这些都需要花钱。有数据分析,一个农民转变成一个充分享受权利的城市市民,最低成本为每人10万。假定2020年让1亿农民进城,就需要20万亿。

这么大一笔钱从哪里来?如果政府不愿意承担这笔开支,就要让农村自己想办法,现在谈论较多的办法,就是搞土地私有化,让农民“带着”土地进城,即将土地货币化,带着钱进城。如果政府愿意承担这笔开支,在经济拉动乏力的情况下,必然要在土地上下功夫,提高土地收益,势必让房价上涨。显然,城市里的大量公共支出不可能要进城农民完全掏钱,无论哪一种情形,都会增加城市的开支,都需要更多的资金来源,这笔钱很大一部分从“地”里长出来,即从土地、房地产里来。所以,指望房价在未来数年内下降都不太可能,更不要说现在会暴跌,这种一厢情愿的想法只能是妄想。而且,在城市化的进程中,土地短缺越来越严重,房价未到达一定的城市化率时,在这个基本约束下,更不可能下降。

再有,在货币超发的前提下,中国经济已经像是一个跷跷板,一头是房价,一头是CPI,一头翘起,另一头就下去。房地产市场是一个可以容纳巨量资金的市场,资金进去,房价上涨,CPI较为平稳,一旦房地产市场对资金进行限入,海量的资金跑到生活品市场兴风作浪,必然推高CPI,让老百姓难以承受。为此,政府宁愿房价高,也不敢让日常生活品价格高。然而,在中国特别令人郁闷的是,只要你说房价还会涨,只要论证“暴跌论”、“拐点论”是错误的,就会有人骂你,骂你是开发商的狗,是开发商的托,拿了开发商的钱。并且,只要房价涨一天,他们就骂一天,一副不将房价骂下来誓不甘休的样子。

房价能骂下来么?如果房价能骂下来,都骂了这么多了,怎么就没有降下来呢?房价不是靠骂下来的,在一个国家城市化的过程中,几乎可以说没有谁有办法可以将房价降下来,像大白菜一样人人都可以买得起。更何况在这个过程,最不愿意房价下降的恰恰是政府,而买房的人恰恰希望政府将房价降下来,这怎么可能呢?这不是和尚借梳子么?

买不起房的人其实是骂错了,不应该骂房价太高,而是应该骂他们为什么没有尽快享受到保障性住房。因为这一部分人中很多人基本上不可能靠商品房来解决居住问题,而是靠政府提供的保障性住房来解决居住问题。保障性住房才是政府职责所在,政府应该将心思放在保障上面来,让市场的归市场,政府的归政府。骂商品房房价太高,既不可能骂下来,也是骂错了对象。所以骂了这么多年也骂不出名堂来。

有那精力骂房价,不如多赚点钱,等自己能买得了,就不会骂房价太高,可能还会觉得房价不算高,因为你希望自己的资产保值增值。

如果骂房价太高,要政府干预楼市,打压房价,这就等于让行政强行干预市场,不让市场在配置资源中起决定性作用,在短期是有用的,但从长期来看,一定弊大于利,因为我们又走到老路上去了。

## 玉柴两款产品获奖

3月19日,从北京举行的“2014工程机械产品发展(北京)论坛暨中国工程机械年度产品TOP50颁奖典礼”上传来喜讯,玉柴重工生产的YC60-8液挖掘机和YCR260旋挖钻机同时荣获“中国工程机械年度产品TOP50(2014)奖”。

玉柴重工生产的YC60-8液挖掘机和YCR260旋挖钻机产品结构合理,拥有多项发明专利和实用新型专利,其技术性能指标不但符合国家、行业有关安全、环保等相关法规规定,而且达到国内同类产品的领先水平。在专家组设定的产品技术创新、市场表现和应用贡献三个评选的核心标准中,玉柴重工上述两款挖掘机与外资、合资、国产品牌的上百款参评产品同台竞技,最终成功获奖。

据悉,该评选活动由中国工程机械工业协会、国家工程机械质量监督检验中心指导,《工程机械与维修》杂志主办,至今已经连续举办8届,在中国工程机械行业具有较高的号召力和权威性,被看作是检验企业在市场中是否有影响力和竞争力的年度“阅兵式”。

(玉柴重工 张珈源)

## 3年投入6000万元扶持资金 拟建“中国服装名城” 武汉端出重振汉派服装专项规划



■ 特约记者 贺丰波 武汉报道

武汉市3年将投入6000万元专项资金,支持在汉服装企业发展,以期在2019年,实现全市纺织服装产业产值突破1000亿元。3月24日,武汉市政府常务会议通过《武汉市振兴汉派服装产业转型升级规划(2014-2019)》(以下简

称《规划》),支持武汉服装企业发展,打造“中国服装名城”。

据武汉市经信委统计,目前该市服装企业1600余家,规模以上企业仅50家。而在杭州、青岛和宁波等服装业发达城市,规模以上企业分别达到1250家、748家和437家。在商标品牌方面,武汉仅有3个“中国名牌”产品,而宁波有11个。产品低端化、同质化困扰着武汉服装产业的发展,至今没有一个在全国叫得响的一线品牌。

为重振汉派服装,武汉市政府常务会议原则通过《武汉市振兴服装产业专项规划(2014-2019)》,2019年该市服装产业产值将突破1000亿元,规模以上企业户数达200户。据悉,武汉市将设立服装产业发展专项资金,今年到2016年,每年安排2000万元,重点支持服装企业的品牌建设、市场开拓、融资贴息等。安排专项服装展会资金,举办武汉国际时装

博览会、评选汉派服装形象大使等活动,提升汉派服装知名度。武汉市市长唐良智说:“届时,可考虑把长江大道打造成汉版‘香榭丽舍大街’,设立服装展示橱窗,将高端服装艺术化呈现。”

在产品布局上,武汉将逐步把服装产业中一般性生产加工环节向“1+8”城市圈转移,主攻服装产业总部经济、高端制造和商贸物流。黄陂区将划出3000亩土地,建成武汉服装时尚创意产业园,打造汉派服装创意设计、时尚体验和高端制造三大中心。

据了解,目前武汉市黄陂服装产业集群是我省75个重点成长型产业集群之一,在该区的武湖、盘龙城、临空经济区有多个服装产业集聚区,汇聚了216户服装企业,约占武汉市服装产业的30%。该区正在设计“中部光谷”项目,形成以创意设计、展示营销为支柱的时尚基地。

国药准字H46020636

# 快克®

复方氨酚烷胺胶囊

请在医生的指导下购买和使用

海南亚洲制药有限公司生产  
海南快克药业总经销