

# 龚兆庆极致服务哲学:我为客疯狂,客为我着迷

仲合欢

龚兆庆,美豪集团董事长,中国饭店业管理金鼎奖、建设陕西十大经济人物,陕西饭店协会副会长,陕西旅游饭店协会副会长。通过在酒店领域20年的创业及管理,他的服务与创新重新定义了中高端精致商旅主题酒店体验,并带领美豪集团获得千万用户的青睐。

## 把服务发挥到极致

“目前,在酒店界,持术已不再是主要的门槛,所有的硬件技术都可以复制,但人和服 务却是不能轻易模仿过来的。虽然人人都在喊给客户宾至如归的体验。但其实并没有真正重视客人的感知,而我们把服务作为立身之本,把功夫下在每个可以想到的服务细节上,甚至超越客人的期望值。比如,其他酒店的退房时间一般在中午12点,VIP客户会延迟至下午2点,而我们将延时退房时间至18:00,入住30分钟不满意可无条件退房。这两点在业内,尚无 precedents,而我们做了。”龚兆庆自豪地说。

互联网时代,龚兆庆不忘提醒员工们:我们今天谈互联网的时候,切勿忘记服务才是酒店的根本。除了对接互联网技术外,对于酒店而言,着重点还是在于给客户创造更好的个性化服务,所以在目前的背景下,酒店的发展模式应该是互联网+服务,而美豪是互联网+亲情式服务。现在的客人渴望寻求一些独特的体验,而除了满足这些个性化需求之外,酒店更重要的是能给人实实在在的帮助。因为在某种程度上,酒店的服务人员就是其家人,把客人当成亲人,提供的服务不仅满足客人的期望,更应“雪中送炭”、“锦上添花”,使客人感觉不是亲人胜似亲人。

## 文化整合是企业整合的关键

近日,万豪以122亿美元收购喜达屋一

美豪集团董事长龚兆庆曾经先后亲身体验国内外700多家酒店,携团队一晚上换过7.8家酒店,在这疯狂的背后沉淀了他非同寻常的服务哲学与企业文化。



跃成为世界第一大酒店集团,其旗下将拥有超过5500家酒店和1100万间客房,光是体量就已经如此之大,更不要说其旗下的多是喜来登、丽思卡尔顿这样具有大量忠诚客户的顶级品牌酒店,其影响力不可谓不大。

万豪收购喜达屋的确切消息出来后,业内最关注的事情之一就是万豪将要如何整合同为世界十大酒店集团之一的喜达屋,事实上万豪和喜达屋旗下品牌在市场上的竞争原本就非常激烈,同质化的酒店品牌也比较多,在这样的情况下品牌整合就显得更为重要了。

对此,龚兆庆谈了自己的看法:文化是企业持续发展的核心要素,企业文化对内是企业员工所共同的拥有的价值体系,对外是客户接触到的每一个人文细节,每一家企业都有自己的文化和风格,经过长期的发展和整合沉淀,根植于企业的每一个细节,如果在整合过程中不能有效的使双方的文化融合,就几乎不可能使企业整合的效益达到最大化。

龚兆庆指出,企业文化是企业的核心,完

整的企业价值体系和经营方式一旦被员工认同,就会深入影响员工思想和行事准则,比如为顾客提供最周到的服务就作为美豪酒店企业文化的一部分根植于每一个美豪员工的内心,成功的企业文化会成为员工的精神支柱,企业并购整合过程中遇到挑战或更新,员工都可能就会本能的产生抵触情绪。万豪和喜达屋虽然来自相同的国度,拥有相似的文化背景,但作为两家世界顶级的店集团必然存在不同的企业文化内涵。对于同样强势的两种企业文化来说,融合是文化整合唯一的出路,文化整合就是要融合不同的企业文化,最大程度消弭不同企业文化之间的差异。在企业并购整合重组的过程中,无论是收购方还是被收购方的文化都应该得到同等的重视和尊重,以相互尊重、欣赏和学习的态度进行双方的文化融合。而精神文化、制度文化和物质文化是企业文化整合的三个重点。

## 做让中国人享有尊严的酒店

基本价值理念内化于心、外化于行。

市区供电公司还将以提升干部职工思想道德修养和文明素质为核心,重点加强建设社会公德、职业道德、家庭美德和个人品德“四德”,有效推进“知行合一”的道德实践,有效形成“崇德尚善”的浓厚氛围。

(秦雷)

# 国网重庆市区供电公司:“道德讲堂”企业文化微宣讲进车间

近日,国网重庆市区供电公司第一次“道德讲堂”企业文化微宣讲在沙坪坝营配协同工作组举办,一线员工走上讲台,讲述身边的平凡人闪光事,进一步推进企业文化在基层车间的传播和落地。来自沙坪坝营配协同组、输电运检工区、安驰二分公司及展宏监理公司的党员、团员代表参加了听讲。

据悉,市区供电公司“道德讲堂”企业文化微宣讲团将陆续来到沙坪坝、九龙坡、西永和渝中区四个营配协同组,向一线员工们进行企业文化宣讲,内容涵盖社会主义核心价值观、公司企业文化,先进典型人物事、红岩共产党员服务队创建情况等各方面。旨在通过身边的榜样和集体的力量,让员工对企业文化有更全面的认识,促进公司

基本价值理念内化于心、外化于行。市区供电公司还将以提升干部职工思想道德修养和文明素质为核心,重点加强建设社会公德、职业道德、家庭美德和个人品德“四德”,有效推进“知行合一”的道德实践,有效形成“崇德尚善”的浓厚氛围。

(秦雷)

# 厦门软件园首届企业文化节“十大活力企业”揭晓

企业文化是企业的灵魂,是推动企业发展的不竭动力。11月27日,由厦门火炬高新区管委会指导,厦门信息集团创新软件园管理有限公司联合海峡都市报闽南版主办的厦门软件园首届企业文化节盛大闭幕。为深入挖掘一批富有开拓创新精神、引风气之先的企业,本届企业文化节特别推出了“十大活力企业”评选活动。

司董事长覃轶雯、海峡都市报闽南版编委连玉基等领导专家莅临现场,并作为评委观看了比赛。同时,中新社、新华社、福建日报、海峡导报、厦门卫视、人民网、东南网、新浪厦门等10多家媒体也作为媒体评委到场。

总决赛俨然成了年轻活力的秀场。入围的20家企业就企业文化氛围、创新能力、成长潜力、品牌魅力等方面,依次进行5分钟精彩展示。无论企业大小、强弱,各家企业都表现出了自己独特的企业文化和理念。

一个简单的企业介绍不仅有PPT、VCR、3D动画等传统形式,还有杯子歌、民族舞、草裙舞、企业之歌、T台秀、话剧、黑幕剧、Rap等创新形式。天鹅湖、葫芦娃、韩剧欧巴都被“玩坏了”,翔通动漫的“黄河大合唱”动漫版和绿网天下的民国版“黄河大合唱”更将现场推向高潮,而都飞科技和壹生信息的CEO甚至自己上场展示企业文化。



更令在场嘉宾观众感动的,是各家企业员工对企业的爱戴和认同。一如软件园家的温馨,企业所展现的年轻活力进取的园区文化,令现场嘉宾评委纷纷点赞。

最后,经过激烈争夺,10家企业在总决赛上脱颖而出,赢得厦门软件园首届企业文化节“十大活力企业”荣誉称号。

(海霞)

# 恒大地产许家印论企业文化:企业文化是企业的灵魂

安迪

恒大地产“掌门人”许家印常常在谈及企业文化这一话题时感慨:企业文化是企业的灵魂,是推动企业发展的不竭动力,是构筑企业核心竞争力的重要组成部分,它深深熔铸在企业的生命力、创造力和凝聚力之中,是影响企业实力消长的长期性、基础性、战略性要素。恒大的企业文化已经深入到企业肌体,他们内化于心、外化于行,在公司发展中发挥着重要作用。



司十余年发展历程中理论与实践高度结合的产物,是多年来集体智慧和经验的结晶,也是集团无往不胜的战斗法宝。

把企业带到什么样的方向、形成怎么样

的氛围,是企业文化的问题。许家印指出,企业文化建设做的好,就能形成良好氛围,全体员工就能团结一心劲往一处使,公司上下就是一盘棋。企业之间最根本的竞争是文化的竞争。“企业文化创新”是一切创新的源泉和动力,文化创新将极大地促进管理创新、产品创新、服务创新。只有构筑宽泛多元的企业文化才能真正培育企业的核心竞争力。

许家印认为,公司的发展壮大,对制度规范提出了新要求,对员工职业道德教育提出了新课题。而企业文化建设做到位,员工队伍能观念转变和素质提高,就能减少漏洞,实现对制度的有效补充。与此同时,企业文化建设是公司稳健快速发展的重要法宝。以诚信为核心的企业文化是恒大的传家宝,各级领导干部和员工务必发扬传统,奉公正己,讲学习、讲政治、讲正气,使企业文化建设生生不息、永葆活力。

企业文化建设的工作重点是抓思想工作,就是要培养员工进取向上、敬业爱岗、

忠于公司的精神。把来自五湖四海的员工统一到恒大的企业文化上来。

恒大发展战略的科学性,为企业文化建设提供了强有力的保障。企业文化是制度文化,用制度规范企业的运作和员工的行为。这就要求公司要继续严格推行“失职问责制”,做到“失职三不放过”。

许家印常常说,做领导的关键员工,要提倡树正气,教育员工要有无私奉献的精神。做员工的关键工作,你的工作做好了,有水平、有能力、有贡献,又忠于公司,自然而然就受到提拔加薪。各级领导要一点一滴去营造这个氛围。恒大多年的高速发展,除了决策没有失误、超前的目标计划管理、良好的企业文化营造的良好氛围、严格的管理体系、精心策划和严密计划的资金计划管理体系之外,还有另外一大法宝,就是通过企业文化建设所形成的扎实高效的工作作风。有高效、雷厉风行的作风,恒大一年可以做别人三年的工作。

# 角逐最佳雇主 中通企业文化建设再上台阶

王婷婷

记录年度中国客车业发展轨迹,由中国客车网、中国土木工程学会城市公共交通分会联合主办,2015-2016年度第十届中国客车业网络评选活动已于近日正式启动。

其中,“中国客车行业最佳雇主奖”是中国客车网读者调查评选中最有特色的奖项,评选出唯一的获奖企业,且该奖项规定获奖企业不能连续两届获奖。多年以来,宇通客车、金龙客车、中通客车、金旅客车、海格客车等十几家客车企业竞相参与最佳雇主角逐,体现了客车企业对于最佳雇主理念的追求。

## “最佳雇主”鼓励客车业重视人才建设

进步是一种力量,进步也是一种影响力。

“中国客车行业最佳雇主”调查活动历来是“影响中国客车业系列活动”中最受关注的项目,是目前客车行业受众最广泛、最专业的人力资源调查活动,旨在客车行业内广泛深入传播“最佳雇主”的基本理念,引发企业和员工对雇佣关系的思考;推动中国客车企业探索企业的科学发展之路,长期坚守尊重人才的价值体系,把雇主品牌建设提高到企业整体发展的战略层面。

自影响中国客车业系列活动之始,“中国客车行业最佳雇主”奖项便有设立,对于该奖项设立的初衷,中国客车网认为,企业要想发展,人是最关键的因素。在中国客车行业最佳雇主评选过程中,评选出那些被认为是人力资源管理方面进步最快、成长性最好的企业,是对客车行业企业管理与人才关怀进步的褒奖。

## 中通客气的底气和勇气

从影响中国客车业活动组委会了解到,此次中通客车是最早参与到“中国客车行业最佳雇主”奖项角逐的企业之一。中通客车率先角逐这一特色奖项,底气和勇气来自哪里?

2015年以来,面对低迷的行业形势,中通客车以转型升级为主线,以提高增长质量和效益为中心,以“转型、跨越、责任”为主题,突出创新驱动,强化内部管理,企业呈现逆势增长的喜人发展新局面。

2015年1到10月份,中通客车的销售收入跟2014年同期相比增长了55.1%,其中新能源客车累计销售达到了6200台,在行业当中,尤其是销售收入在50亿的客车企业中,增幅第一。据中通客车总经理孙庆民介绍,自2010年以来,中通客车的年销售收入从20亿有望增长至2015年的70亿,增长幅度超过3倍之多,企业的规模、效益、发展品质盈利能力等实现了均衡发展。

2015年,中通把新能源客车的技术优势继续转化为市场优势,以掌握核心技术为支点,在产品的安全性、可靠性、环保节能性方面进一步创新,取得了新能源客车销量翻番的可喜业绩!据中通客车品牌文化部部长李笃生介绍,中通客车前三季度新能源客车销量将近6000台,预计新能源客车全年销量在8000台左右。

同样,在海外市场、传统客车销售领域以及专用校车方面,中通客车也是招招领先。而其中,中通客车的管理稳定、人才稳定成为了中通客车发展的长足动力和企业发展的基本保证。

## 孜孜以求“最佳雇主”

对于最佳雇主的理念,中通客车一直是孜孜以求,中通客车负责人表示:这是中通的追求,多年来一直在努力,这也是行业发展很好的舆论导向,因此对于2015年最佳雇主奖项的角逐,中通客车一定会努力争取。

中通客车是中国客车行业老牌企业,拥有数十年发展历史。曾在2013年荣膺“年度客车行业最佳雇主”奖项。多年来,中通客车始终以“富民强企”为经营方针,将员工幸福成长和企业健康发展融为一体,深入贯彻“人本”文化,将人才的培养和开发作为公司的第一条经营线,通过人才激励机制的设计和成长平台的搭建,在全公司营造了深厚的“尊重人才、尊重劳动、尊重知识、尊重创造”的文化氛围,使全体员工能够在公司这个“学习型组织”中快乐工作、幸福生活。中通客车高层也一直倡导中通企业文化,凝聚团队思想;提出“富民强企”,实现现实目标。在精神文明建设物质文明建设方面卓有成效,员工离职率处于行业较低水平。

第十届影响中国客车业评选活动将历时一个月,主要通过中国客车网年度网上调查的方式进行,评选活动的结果将会在2015年12月18日举办的“第十届中国客车业2015-2016年度中国客车网读者调查评选活动公布暨颁奖盛典”上公布。而2015年,“中国客车行业最佳雇主”奖项最终花落谁家?我们拭目以待。