

2006商业盛典

嬗变者的故事

□晚报记者 祁京
冯刘克/文 吴琳/图

嬗，意为更替，蜕变；

嬗变，意指世间万物，天地之间，乃至浩瀚宇宙无不时时变化莫测。

2006年的郑州商业，惟一不变的仍然是“变”。无论是皇甫立志身份的转变，还是杨旭东的离去；无论是崔涛的空降，还是张宝军对德化风情购物公园的重新定位，都脱离不了一个“变”字。商者必须嬗变，虽然这种嬗变有时可能是痛苦的，有时会受到非议，但只有变，才能于乱局之中杀出一条路来。

皇甫立志： 3年以后40岁

2006年11月28日，农历十月初八，佛教中的涅槃日。这一天，刚刚获得河南商业企业突出贡献奖的大商集团郑州新玛特董事长皇甫立志在一杯咖啡的陪伴下侃侃而谈。

在经历过金博大易手、世纪联华二七店关门等事件之后，37岁的皇甫立志变得更加成熟。

谈起6个月来的变化，皇甫立志认为，金博大店在大商全国战略上是付出了战术上的代价，但作为一个商业集团，大商不会放弃自己的“效益”原则。“事实上，这个店还是有很多潜力可以挖的，我们也做了很多的努力，从营销思路和业务操作上，我们实现了两个关键性转变。”皇甫立志说。

皇甫立志的话不是泛泛而谈，虽然老郑州人对新玛特的接受还需要时日，但无论是会员专场还是签约新店，无论是全国店庆还是业态联合，皇甫立志和他的公司正在改变着郑州人的生活，改变着郑州的商业格局。一个简单的例子是，11月，大商推出了“全国同庆”活动，直接和丹尼斯正面交锋。皇甫立志透露，店庆第一天，

大商新玛特就销售了1500万，而这个数字，正是去年丹尼斯店庆期间的日平均销售额。

金博大的一位工作人员说，他们觉得皇甫立志和大商新玛特都在尽力摆脱金博大和黄建风的影子，这从近期他们强调“大商”品牌的认知度就可以看出。对此，皇甫立志认为，他对待新老公司的心情一直是矛盾的，“既有过去的自豪，又有对新公司的期望”。这种个人感情和职业认知的矛盾对于皇甫立志来说，是一种压力，也是一种动力。皇甫立志透露，大商集团派到郑州的40人团队已经撤离，现在和总部所有的业务都是他在处理，“每个月我都要回大连一次，感觉就像回娘家一样。”

3年之后，皇甫立志和他的周口老乡孙亚杰都将进入不惑之年；而3年之后，金博大的租赁权或许将再次成为焦点。对于这一点，皇甫立志不愿意进行假设，他表示，现在的期望就是要把大商新玛特做好，“我的规划是，3年之后，大商在河南长成一棵枝繁叶茂的大树，就像在大连那样”。



张宝军： 新的平台 新的发展

2006年，对张宝军来说是人生中的一个转折，他从金博大转到宇通集团下属的郑州百年德化商业管理公司，虽然都是商业企业，但是两个公司却有着迥异的背景、环境和文化。张宝军在金博大待了十几年，熟悉的是金博大企业文化下的理念和程序，“人已经被格式化，一旦离开了这个企业，到了一个新的平台，转变是一个痛苦的过程，我在2006年就经历了这样一个痛苦的转变过程”。张宝军说。

2006年，张宝军到郑州百年德化商业管理有限公司任副总经理，负责百年德化·风情购物公园项目的招商、营销和运营管理项目的工作。他说：“刚开始不太适应，许多问题惯常的处理方法拿到新的公司竟然行不通了，经过一年多的自我调整，在新公司的领导、同事的帮助下，逐步适应了新的工作环境，现在的工作状态已经是得心应手了。”

张宝军认为，对事物的认知需要一个渐进的过程。百年德化·风情购物公园地下一层招商时遇到了困难，这一区域面积达到15000平方米，占整个园区面积的14%，本打算做成一个超市，但因为建筑结构不适合超市设计要求，3个月的时间都没有谈好一家超市。后来来到广州考察，发现了“流行前线”这种概念，终于有了市场切入点，现在“流行前线”已经成为百年德化·风情购物公园的一个亮点。

2007年，张宝军把工作重点放在了挖掘百年德化的价值上，调整优化品牌布局，提升百年德化品牌价值。同时，自己也将更加融入到宇通集团的企业文化中去。

杨旭东：孩子今年5岁了

4年前，杨旭东到河南筹建世纪联华时，他的孩子刚刚1岁，而到他正式离任的时候，已经4年了。4年，一个孩子从学说话到能打酱油的年纪。

2006年，杨旭东经历了职业生涯最大的挑战。先是在年初，由于新乡店的运营不理想而左右为难；后来又由于金博大经营权的更替而被迫放弃二七店；而到了

年末，又传来了世纪联华要退出新乡的消息。

“我们采取100%的租赁模式，而在新乡开了两年店发现，新乡店的供应商80%是郑州过去的，在这两年中，世纪联华也一直在试图改变这一状况，让新乡的商户进来，但这个愿望没能实现。”面对自己的失误，杨旭东并不讳言，“所以我们必须暂时收缩，大踏步地后

退是为了大踏步地前进。”

而对于丢掉二七店，杨旭东则认为，这是在归还历史遗留问题。杨旭东坦言，二七店的事情直接造成了他对世纪联华目前经营模式的思考，“这种100%租赁的模式要是还是继续下去，肯定是不利的，因此2006年的时候必须有人站出来终结这一切。”

对于自己身份的转化，杨旭东解释说离开总经理的位

置，不是去养老，他要作为世纪联华的董事协助新任总经理工作，主要负责协调各种社会关系、发展市场等。这样的调整是适合目前河南市场发展需要的，当前世纪联华面临的竞争体现在两个方面：一是企业人文文化的竞争，二是技术的竞争。

在郑州的高战中，杨旭东曾是一员虎将，在与丹尼斯、家世界、家乐福的拼杀

中，世纪联华已经确立了自己的地位，就在一场场残酷的高战之中，杨旭东和他的团队得到了锻炼，也付出了自己该付的代价。

一位战士，要么战死沙场，要么回到故乡，上海男人杨旭东已经完成了自己的历史使命，当他回到家乡的时候，他的孩子和他创立的公司一样，已经可以跑起来了。

崔涛：开始学习河南话

崔涛第一天到公司上班，穿了一身休闲服，这让河南世纪联华的很多职工都以为他是新招的大学生。搞得这位有着8年家乐福工作经验的世纪联华总部纺织部部长反复强调：“我是1970年的人，只比老杨小1岁。”

虽然到郑州的时间并不长，但崔涛已经把所有的卖场都跑了一个遍，“我发现杨总留给我的的是很好的一个公司，

无论是从资金上还是从供应商上，都是很优质的。”崔涛毫不吝啬于对前任的称赞。

崔涛说，杨旭东为河南世纪联华打下了很好的基础，但是在技术操作层面，杨旭东的精力显然不是很多，而他来，就是要在技术操作上给世纪联华带来新的变化。

因为曾在家乐福待过，崔涛到郑州之后也到家乐福转了转，他得出的结论

是，除非家乐福在郑州开5家店，否则不能竞争过世纪联华。崔涛说，他到河南的时候，世纪联华要在生鲜和水产上下工夫，同时继续世纪联华的租赁制，把类似于运动服饰这样不适合卖场经营的项目完全租出去，不过要考虑的是，今后可能要推行扣率制，让业务更加细致。而即将在嵩山路和淮河路交叉口新建的世纪联华卖场，则是崔涛带给

郑州的一份礼物。

曾任世纪联华北京大兴店店长的崔涛一点也不害怕会水土不服，当年他到北京之前滴酒不沾，“但我们离开北京的时候，一次喝两瓶都没有问题。”崔涛有些得意地说。

崔涛强调，河南世纪联华有40%的股份在河南人手里，因此“其实就是个本土化很强的公司，所以更具优势，并且要发扬这种优势。”他甚

至在公司会议上提议，从他开始，带头说河南话，“我语言表达能力满不错的，现在在学习河南话应该来得及”。

在崔涛来郑州之前，他和黄建风在上海喝了一次酒，聊了一个晚上。黄建风说了一晚上河南话，崔涛也不由自主地被带着说起了河南话。

