



# 吉浦钧:20 年洗出全国连锁品牌

## 呢子衣服爱缩水,让他发现一个商机 从一间不起眼的小干洗部做起,到现在 300 多家加盟店

“嫁闺女,宁嫁工人,不嫁做生意的”  
他从银行“下海”——虽然并不知道海水有多深

1978年,当广播里大张旗鼓地宣传有关“党的工作重心转移到经济建设上来”消息之时,正在上中学的吉浦钧并没有感觉到这和他的生活有什么直接关联。那时候,除了念书,他只考虑一件事情,快点毕业上班赚钱,改变贫困的家庭状况,没有具体的目标,只是天马行空的想象。

高中毕业后,吉浦钧到郑州一银行上班,沿着“朝九晚五,三点一线”的生活轨迹,平行运动了两年,每个月73元的工资远远高于普通人的30多元。但不甘于平淡的他毅然辞去了令人羡慕的工作,选择了“下海”——虽然并不知道

海水有多深。

回想起当年的抉择,吉浦钧以淡淡一句“父母曾经反对过,但是并不强烈”的解释,一笔带过。在他的记忆里,那个年代做生意社会地位低微,曾流行这样的话:“嫁闺女,宁嫁工人,不嫁给做生意的。”经商依旧沿袭传统的评判标准,排名最后,人们认为“走投无路的人才去会做生意”。

从银行职员到饭店老板再到连锁干洗店老总,吉浦钧的从商道路跌跌撞撞,却越来越顺畅。现在回忆,吉浦钧并不后悔当初自己的决

定,当年在班里他的学习成绩始终保持在前十名,那些当年的同窗,大多依旧过着简单的生活,有些在“朝九晚五”的岗位上一步步前行,有些已经下岗,沦为街头小贩。

今年全国两会期间,省委书记徐光春还专门看望了吉浦钧等驻北京的河南企业代表,他说,与以前相比,私营企业的社会地位明显提高,从以前的受歧视不被认同,到现在社会经济发展的“功臣”,有了质的改变。

“当然再也没有人说嫁女不嫁生意人了。”吉浦钧笑着说。

“呢子中山装,咋洗?没人知道”  
终于找到了解决问题的办法——“干洗”

吉浦钧从事干洗行业比较偶然。

“开饭店赚点钱,就想把自己‘武装’一下,买了几套当时最流行的呢子中山装,脏了以后却没法洗,水洗吧,缩水!问了很多人,谁都不知道咋洗。”吉浦钧回忆,“老一辈人出主意说,要么在雪地里摔摔,要么用汽油或者香蕉水擦擦。”

吉浦钧笑着说:“当时也就无意中有个疑问,有没有科学的方法洗这种面料的衣服?”

为了寻找答案,他四处打听,还专门找到一高校化学系教授咨询,在不断询问的过程中,吉浦钧终于找到了解决问题的办法——“干洗”。

而在当时郑州的洗衣市场,只有几家国有或者集体性质的洗衣店,而且全部采用水洗。

吉浦钧分析认为,当时穿高档衣服的有两种人,一种是出国人员,一种是做生意先富起来的人,他们遇到的问题和自己一样,这就是潜在的消费群体。

1989年,吉浦钧放弃了餐厅生意,倾出自己仅有的3万元,开了郑州第一家干洗店,将目标对准了高档衣服,专门解决当时颇为时髦的呢子大衣等高档衣服的缩水问题。

他清楚记得,第一家铺面是在二七区建中

街办事处开的“民政干洗部”,隶属建中街办事处民政部门,他说由于当时政策所限,很多洗衣店都“戴着‘红帽子’,名义上是集体企业,实质上都是个体企业。”

而在当时,“干洗”为何物,老百姓根本不知所云,甚至有人误认为是“小卖部”,跑进来喊着要买烟。为了引导大家,他们在橱窗上贴海报等宣传标语,详细解释“干洗”的概念,同时手写了大量的海报,张贴在居民小区等人口聚集的地方,免费给别人送“洗衣卡”……吉浦钧将这种方法称为“引导消费”。

“那时候,很多国产服装的标签都是随意贴的”  
照标签提示洗坏衣服是常事

“干洗店咋洗衣服?主要就是根据衣服的材质和洗涤说明的标签严格操作。”谈话间,吉浦钧顺手拉开自己的衣服,指着衣服上的标签说。

但按照标签提示洗坏衣服也不是一次两次,尤其是国产衣服,吉浦钧开玩笑说,干洗店为“国产服装企业”背了多年的黑锅。

“这话怎么解释?”吉浦钧举例说,当时一顾客购买了现在某知名品牌的衣服,拿到吉浦钧的店里洗涤,工作人员就按照衣服标签上的提示进行洗衣,谁知道洗完,发现衣服缩水。

顾客认为干洗店洗坏了自己的衣服,要求赔偿,吉浦钧对顾客说,衣服留着我给你处理。

他找到卖衣服的店铺,投诉衣服按标准干洗后出现缩水。当时该品牌服装一值班理告诉吉浦钧:“等三天,给你答复。”

第三天,吉浦钧再去的时候,经理非常爽快地说了一句话:“要换,还是要退钱?”后来吉浦钧才知道,那三天,经理拿着相同的衣服去其他干洗店试验了一遍,证明的确缩水。

为什么会产生这种情况?吉浦钧说,其实当

时国产服装并没有严格的检验标准,很多服装上的标签都是模仿进口服装,随意粘贴的,仅仅是为了显得高档而已。而当洗衣店按照错误的提示洗衣的时候,衣服被洗坏那是不可避免的。

吉浦钧说,很多服装企业的不规范,直接将矛盾转嫁给“干洗店”,让老百姓误认为“衣服洗坏全部是干洗店的责任”。

“随着服装企业的逐步规范,各项检测标准的不断完善,这样的现象也越来越少,投诉也逐年下降。”吉浦钧说。

“那时候没有品牌意识,以店面所处的路命名”  
看到《苦心经营》的书 找到特许连锁的路

“当时的名字还不是康洁,那时候没有商标意识,在哪条路上开店,就用哪条路的名字,所以就有了桃源路洗衣店、黄河路洗衣店等不同的名字。”吉浦钧回忆康洁洗衣的发展说。

真正的商标统一是在1993年,这一年《公司法》正式颁布,受其影响,吉浦钧心想既然已经做到八九家了,就干脆把它做大。于是,他苦思冥想之后决定使用“康洁”来命名新的公司,寓意“健康洁净”的洗衣理念。

但最初康洁并没有采取连锁的形式,因为那时还没有特许连锁的概念,吉浦钧称这些店还只是一个子公司而已。一个问题的出现,让吉浦钧陷入了困境——“一些技术人员走出康洁后,纷纷在康洁旁边开店,成为很强的竞争对手,对康洁造成了很大冲击。”

一个偶然的机会,吉浦钧看到一本叫《苦心经营》的书,上面介绍了关于麦当劳和肯德基的特许连锁模式,吉浦钧像发现了宝藏一样喜出望外。“这种模式比较好,能解决人员外流问题、自身发展资金问题、管理问题,不过当时只是认为找到了解决三个问题的办法,还没有把它理解为拓展市场的一个模式,可以说是不经意间走上了特许经营这条路。”

1997年,是康洁发展史的一个转折点,之前,康洁主要依靠自由资金滚动发展,用总店的盈利投资开设分店,盈利后再开设分店,8年时间里其干洗店的数量由一家增至12家。虽然在干洗行业不断攻城略地,但整体进展缓慢。

1997年,吉浦钧利用“特许连锁”模式,借鉴国内外的成功经验,短短时间内使康洁发生了裂变。吉浦钧介绍说,1997年康洁只有12家连锁店,而现在已经发展到300多家,平均以每年吸纳30家加盟店的速度扩张。

2000年9月,吉浦钧将第一家省外连锁店开到了山东,山东初见成效后,吉浦钧立即将希望之火引向了江苏、上海、山西等地,遍布全国。吉浦钧骄傲地说:“我们现在最远的一家店在西藏。”

一边是8年的发展,开了12家分店;一边是通过10年的努力,开了300多家分店。采用了特许经营的模式后,康洁洗衣的发展犹如无数次加速。

“还没有成功,只是阶段性成功”  
下一个十年目标是在全国所有县级以上城市开店

20世纪80年代,郑州市场上为数不多的几家国有、集体性质的水洗洗衣店,如“小吕宋”等,而今早已踪影。1990年左右,郑州市场上开始有了国产的干洗机,第一批干洗店个体户出现,并逐渐增多。1995年到1997年,竞争逐渐升温,出现了一些大的洗衣公司和洗衣厂。1997年,开始了规模竞争,一

些大的集团相继投资参与,竞争日趋激烈,出现竞争白热化,不规范的各种行为也纷纷登场。2000年,开始进入品牌竞争时代,部分资金又相继退出洗衣行业,竞争开始趋于平稳。

吉浦钧和他的“康洁”见证了郑州20年洗衣行业的发展历程,虽然康洁已经成为河南本

土企业的一面旗帜,全国闻名,然而吉浦钧却坚持认为自己并没有“成功”,如果说有,那也只是“阶段性成功”。

吉浦钧说他的下一个十年目标就是将采取直营和连锁并进的策略,让康洁遍布全国所有的县级以上城市,使人们都能感受到康洁洗衣带来的方便。

“康洁公司形成了以香港总部为后盾、以五大公司为支撑,以上海加盟总部为核心,以全国300多家加盟店为终端的大型经营网络。”一张桌子,两张椅子,吉浦钧的办公室略显寒酸,却与公司的外宣口号相映衬。

见面的那天下着雨,恰逢新郑黄帝拜祖的第一天,郑州部分路段封闭,吉浦钧迟到了10分钟,打了3次电话让接待经理转告自己的歉意。

花白相间的头发,一身体闲的打扮,比几年前报纸上刊登的照片更显随性。吉浦钧说自己的生活基本上都在路上。采访一结束,他又要驱车前往下一目的地——山西太原。

晚报记者 王战龙/文 白韬/图



回望感言:

“坚持”、“韧劲”。在选择一份工作的时候,要充分选择,一旦选择定下来,你至少应该坚持三年,才知道你选择的对错与否。经常换工作,那就意味着你将不断地把自己归零。



郑州晚报 中共郑州市委党史研究室 联办

1993年5月28日,中国郑州商品交易所开始期货交易,这是新中国成立以来首次期货交易。

1993年6月7日,由国家科委、国家计委、国务院发展战略研究中心联合举办,郑州市人民政府承办的“新欧亚大陆桥(中国段)沿桥发展战略研讨会”在郑州召开。