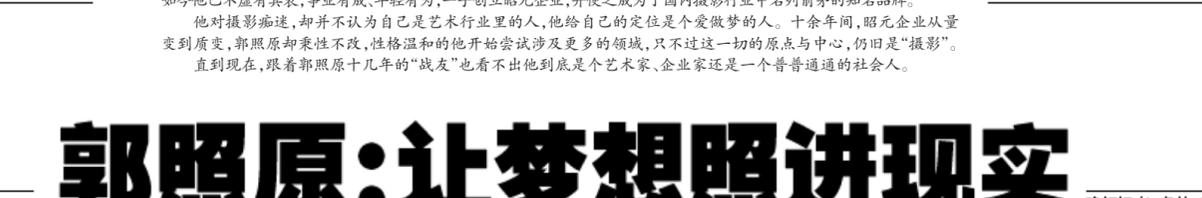




中原消费行业经济人物志 之 昭元企业董事长 郭照原



晚报记者 卢林 袁瑞清/文 吴尉/图

# 郭照原：让梦想照进现实

## A 成长 从摄影师到管理者的昭元样本

摄影师是满怀艺术气息的，多少有些艺术家的个性和偏执，而企业家更多需要的是冷静和理性，这也是摄影行业缺乏将摄影师和管理者融于一身的企业家的一个重要原因。郭照原是个例外，他身上有着艺术工作者的感性，也有着企业管理者的理性。

在国内知名的摄影企业中，既是技术高超的摄影师，又是深谙管理之道的管理者，这种拥有双重身份的企业家，甚是罕见，郭照原其中极为出色的一个。他和他的昭元，一直被当作样本，为业界所参照。

其实，这与郭照原当初的想法是有点悖论的。对于这个二十多岁便跻身于中国高级摄影师行业的年轻人来说，他的梦想是做一名时尚圈里的专职摄影师。

这个梦想曾经离他很近，在1996年的北京时尚圈里，郭照原为很多人所熟知，包括一些现在当红的明星，都曾找他拍过照，看中的是他的摄影技术。如果没有后来的变故，郭照原的人生或许会是另一番景象。

1999年，父亲的突然离世，促使郭照原回到了郑州，他必须子承父业。其父也是一名摄影爱好者，在做建筑的同时也经营一家摄影器材公司。

对于毫无管理经验，又年纪尚轻的郭照原来说，接手父亲的摄影产业，面临的困难不仅来自内在的，也有外在的。

1999年和2000年，这两年似乎成了中国婚纱摄影行业的水火岭。在此之前，这个行业里随处可见的是因暴利而迅速膨胀起来的暴发户，人们对此的形容是，“连睡觉都在数钱。”而在这之后，一切都开始逆转，暴利时代终结，在1996年花3000元才能拍摄的照片，现在可能只需要1000元。整个中国婚纱摄影行业都在走下坡路，无数家采取粗放式、作坊式经营模式的影楼，成了行业前行的殉葬品。

受命于危难之间，二十出头的郭照原走马上任，接管父辈的摄影公司。多少有些悲壮的意味，母亲安慰他，“如果赔了，就当是交学费了。”

事实证明，郭照原是能胜任这份工作的。上任后，他开始缩小企业的业务范畴，转而注重企业内部的建设和完善，他将技术和服务作为重点，一方面想法设法提升摄影师的技术水平，另一方面增强员工的服务意识。

技术和服务并重，这在作坊式影楼大行其道的当时，郭照原的做法明显走在了行业的前列，他以一个摄影师的眼光来管理企业，“一个优秀的摄影师眼光一定是超前、善于发现的，企业的发展正需要这些”。

摄影师是满怀艺术气息的，多少有些艺术家的个性和偏执，而企业家更多需要的是冷静和理性，这也是摄影行业缺乏将摄影师和管理者融于一身的企业家的一个重要原因。郭照原是个例外，他身上有着艺术工作者的感性，也有着企业管理者的理性，“我不是个固执的人，像我父亲一样，虽然都非常喜欢摄影这种艺术性的工作，但他会听从别人的意见，不会一意孤行。”

在郭照原的带领下，昭元企业不断成长壮大，如今已经成为国内摄影行业中非常具有影响力的品牌，昭元经典、昭元元素、昭元宠爱、昭元艾娜、昭元之爱、昭元studio32……

在一份时尚杂志上，记者看到该刊物这样介绍昭元企业：亚洲最具规模及影响力A级智能化影像机构，亚太最具风尚影楼金像奖得主，拥有世界先进设备的国际标志性企业，同时，昭元企业旗下还有没有12家店面、1家后期制作中心。

郭照原属于那种典型的青年才俊。

他外表俊美，很有韩剧里青春偶像的感觉，中学时代，他曾天天穿着白球鞋和牛仔裤，“外貌”使他成为被关注的焦点。如今他已不虚有其表，事业有成、年轻有为，一手创立昭元企业，并使之成为了国内摄影行业中名列前茅的知名品牌。

他对摄影痴迷，却并不认为自己是艺术行业里的人，他给自己的定位是个爱做梦的人。十余年间，昭元企业从量变到质变，郭照原却秉性不改，性格温和的他开始尝试涉及更多的领域，只不过这一切的原点与中心，仍旧是“摄影”。

直到现在，跟着郭照原十几年的“战友”也看不出他到底是个艺术家、企业家还是一个普普通通的社会人。



## B 追求 我只做最纯粹的艺术摄影

不少人说，以昭元现在的品牌号召力与影响力，如果进行连锁经营、加盟发展，不仅能快速做大做强，也能迅速聚集财富。

但郭照原并没有这么做，“连锁经营确实能使昭元在短时间内聚集大量的财富，但这不是我想要的。摄影是我的爱好，我只是想做最纯粹的艺术摄影。”他始终坚信，摄影是一个高雅的艺术行业，艺术是单纯和纯粹的，是无法批量生产和复制的。

从十几年前作坊式的照相馆，到如今标榜艺术的现代化影楼，行业发展的诟病始终存在：从业人员素质不高，竞争无序，大打价格战，缺乏行业规范。昭元，可以说是国内婚纱摄影行业中第一个坚持高端艺术追求的品牌。

“在国外，有专门的行业协会来管理，各方面的规章制度都比较完善，开新店必须经过协会的同意，但在目前的中国，一些行业协会还起不到这样的作用。”在郭照原

郭照原要做的是最好的摄影，而不是最挣钱的摄影，“我不想从昭元摄影里索取财富，相反，只会将从其他行业里挣的钱，投入到摄影里来，我要做最好的婚纱摄影，因为我会拿巨大的资金的来支持，而不是为了追求利润。”

眼中，做摄影企业并不简单，“摄影企业是无法进行规模化复制生产的，不像川菜、湘菜什么的，是什么味道，做出什么味道就可以了，这是一个满足个性化需求的行业，每个人都有自己的独特的感受与要求。”

在摄影上，郭照原是个单纯的人，他只想把昭元做到最好，让每一张照片都成为艺术。“要想规模化扩张，很容易，我只需要喊一声，想加盟的人就能排起长队。但我不能这么做，我要对每一个选择昭元的顾客负责，昭元给他们的是一张堪称艺术品的照片，而不是在十几、二十年后，被看做是一堆垃圾的东西。”

“照片质量的好坏，短时间内是看不出来的，是需要时间来考验的。好的照片当然需要昂贵的设备，昭元用的设备是国际上最好的，别的地方可能用一万元一套的，但昭元用的至少是五六万的。但数码相机寿命基本是一样的，过几年就会淘汰，投入非常大。我不能保证我的加盟商都能这么做，我不能拿昭元这个品牌来做实验。”

## C 梦想 受益者与传播者的角色演绎

“河南还有很多东西，不仅只有少林寺和龙门石窟，不仅只有戏剧艺术，郑州这些年的经济一直是中西部地区的亮点，这些都要传播出去，让别人更加了解我们。”

复提到。郭照原有着与他年龄并不匹配的成熟，他在自觉不自觉地承担着一种“使命感”。“我致力于在公司做好工作的同时，代表一个河南人的形象，让更多的人对我们尊重，让他们意识到河南人也是很文明的，这里也是有大大发展的。”

他成立了昭元文化传播公司，其中一个目的就是推介中原文化、展示河南形象。“外人一提起河南，想到的可能就是武术和豫剧，这只能说明我们的文化底蕴源远流长，底蕴深厚，但要想吸引投资者，这显然不够。”作为一名商人，他很清楚投资者看重的是当地的经济活力和投资潜力，“河南还有很多东西，不仅只有少林寺和龙门石窟，不仅只有戏剧武术，郑州这些年的经济一直是中西部地区的亮点，这些都需要传播出去，让别人了解我们。”

正如摄影业的发展轨迹一般，郭照原也期待改变。十几年前，照相是无所谓个性特质的，经常拿某个明星作

高品质也意味着更多的付出。在摄影行业利润不断微薄的今天，加之一轮价格战的不断侵蚀，留给摄影企业的利润点并不多。要想获取更多利润，最好的办法就是缩减投入，这似乎成为了一个矛盾的共生体，顾此失彼。

然而，昭元走的似乎是一条“逆而上行”的路，投入不断加大，不仅使用昂贵的器材，甚至还建立了国内唯一、亚洲最大的摄影片场。“我做摄影不是为了挣钱，更多是为了我和家人的兴趣。”郭照原要做的是最好的摄影，而不是最挣钱的摄影，“我不想从昭元摄影里索取财富，相反，只会将从其他行业里挣的钱，投入到摄影里来，我要做最好的摄影，因为我会拿巨大的资金的来支持，而不是为了追求利润。”

他不想把昭元企业的摄影项目做大做强，更愿把昭元摄影做久远。“我只想吧昭元摄影做到更好、更艺术。”当然，他意味深长地强调，我会让昭元企业中的一个项目，做大做强。

“河南还有很多东西，不仅只有少林寺和龙门石窟，不仅只有戏剧艺术，郑州这些年的经济一直是中西部地区的亮点，这些都要传播出去，让别人更加了解我们。”

为样本，大概上有些像就行了。但如今，顾客追求的是个性化的展现，要表现的是自己独特的魅力，通过外在美展现自己的内涵。

郭照原的改变是，若干年前，他只想成为一名优秀的摄影师，如今，他希望做到更多，希望自己的价值在更多的地方，得到更加有意义的体现。

他做了一些地产项目，虽然行事低调，但也让体验到了另一种快乐。他想建立一个平台，将河南乃至中国的形象推介出去，文化传播公司被他认为是最好的形式，于是他也做了。他还想涉及法律行业，成立具有国际观念律师事务所，尽管行业之间跨度很大，但他认为，“做好摄影行业的人，就没有做好其他行业的。”

“做自己想做的事，尊重别人，但绝不盲从”，即便是当初作为摄影行业里的新人，郭照原也没有将权威当作“权威”，只是将其作为一种参照。如此，他的角色演绎起来是那么随意和轻松。

## D 人生 寻找最本真的愉悦与幸福

其实，现实主义与理想主义是有必要结合到一起的，“你的眼睛可以看到一个星球之上，但是你的脚必须踩在大地上”。郭照原或许是这样的人。

曾经有个游戏，让郭照原印象深刻。

“如果你存活的时间只剩下五分钟，五分钟之后你将不在人世，你最想做的是什么？”这个游戏，他认真的去做了，也认真的去想了。“人生短暂，在与死之间，我只想多做些事情，少留一些遗憾。”他信佛，有着一颗感恩的心，对家人热爱，对员工宽容，很多在他身边的人，说他能让人温暖。

尽管外表年轻时时尚，但郭照原骨子里很传统，“如果在古代，我可能会是一个绿林好汉，大口喝酒，大块吃肉，重情重义，崇尚忠孝礼义。”一个在昭元工作了十一年的老员工这样评价他，“一个天真而纯粹的人。”

许多人在见到他的第一眼时，也许会想“养尊处优”四个字，因为他始终温文尔雅，彬彬有礼，这种特质很契合书香门第、翰林世家。但郭照原的人生却与这四个字大相径庭，他的人生并不是一帆风顺的，很多时候可以用“艰辛”来形容。

出生于书香门第的他，并没有从小就过上安逸闲适的生活。原本是焦作一事业单位领导的家人，因为受文化大革命的影响，让不谙人世的郭照原与父母“背井离乡”，回到乡下老家。八年时间的乡下生活，让他挨过饿，受过穷，遭过罪，深知生活的艰辛和不易。随着那个年代的走远，即便是后来随父母进城了，他还是感觉与城市人有种说不清的隔阂，这使他始终保持了那个时候朴素谦和的本质。

“我要感谢我的家人，特别是我的外祖母。虽然那时家里很穷，但她从小就教育我，不能乱拿别人的东西，不能打架说脏话，即便在最苦最穷的工作，还是个好父亲，有时出差会带上女儿，会在半夜起来为她换尿布。

时尚而富于内涵，这是与郭照原聊天时的最大感受。在精神上，他是融合了传统与现代的人，有一种现实主义者的严肃和焦灼，也有理想主义者的浪漫与真诚，他与传统契合的一个表现就是他喜欢豫剧，陪母亲听豫剧听着听着也能让他感动得落泪。

其实，现实主义与理想主义是有必要结合到一起的，“你的眼睛可以看到一个星球之上，但是你的脚必须踩在大地上”。郭照原或许是这样的人。

记者手记

## 郭照原的 20 30 40

郭照原，20起家，任命于危难之时，家族重任一肩挑；30立家，成为中原乃至国内最具知名度摄影品牌机构的当家人；预言40，他说他想成为公司里的“花瓶”，让大家看到他都快快乐，都开心；再往后，他只想为他爱的人活着，为他们做力所能及的事。当然，这个“爱的人”包括很多，他的母亲、妻子、孩子、朋友，以及跟他十几年的同事、员工，当然还有他身边许许多多善良的人。

相信没有很多人能够把郭照原的外在和内心联系起来。与他促膝而谈，大多数人不敢相信很多话是从他这个年龄、或他这样外表下的人所表达出来的。当让坐在一旁的副总“安娜”评价他时，都不禁惊讶，跟着郭总那么多年却不曾发现老板的内心竟是如此的丰富，突然感觉自己的“老领导”竟然变得如此“陌生”。

对于我们“中原消费行业经济人物志”把郭照原定为采访对象的第一人，其目的很大程度上是为了找寻他年轻有为的创业之道和成功经验以及昭元特有的管理模式。然而，当伴着窗外的雪花，和他侃侃而谈的时候，记者的视角竟鬼使神差般地被他思路所牵引。当采访即将结束时才发觉，他谈得“经商之道”内容并不多，而大多时候他都沉浸在对做人、做事、精神与情感方面的感悟与管理上。“在商不言商”，这句话在郭照原身上恰如其分的表现出来，他自己也感觉，“已经从纯粹的商业环境里面抽离出来了”。

他坦言，成功的企业发展之路各不相同。对于一个企业发展来说，很少有固定的模式可以模仿别人或被别人模仿，很多好的发展模式只可以适度的借鉴，不可以模仿，更不可以照搬。但成功企业“为商之道”的根基都是相同的——“仁、义、礼、智、信”，这是最根本的为商之道。然而在他眼中，无论是同行业还是别的行业，现在很多企业发展都太过“功利化”“利润化”，太过于“急功近利”，这样反而会致使企业失去行驶的方向，背离正道，走向深渊。所以，郭照原在很大价值上规避了一些企业运营上的东西，把他谈话的重点放在了自己的生活感悟、人生哲理以及企业的价值观、世界观等方面上来。

在郭照原看来，关于他的采访对大家特别是意欲创业的青年人来说，能够带来的并不是如何挣钱、如何包装、如何宣传，而是能够通过昭元特有的文化气质和自己的人生经历、思想动力，给大家带来一些精神支持，树立正确的人生之路和为商之道。

现在介于30和40之间他，只想能为家人做些什么，能为身边的朋友做些什么，能为自己的工作伙伴、员工做些什么。

对于何为成功的人生，郭照原坦言：自己快乐，同时也给身边的人带来快乐。

