

# 从几个小门头到百余家门店

济南华联李茂年:35年不断创新改进

改革开放40年,济南华联逐渐成长、崛起,成为市内业界翘楚。李茂年作为执掌济南华联35年的掌门人,见证了这一切。35年,披荆斩棘、波澜壮阔,李茂年和济南华联集团不断创新改进,在坚守、创新、与时俱进中,书写了一段济南商业零售业的传奇。

本报记者 王倩

## 35年, 见证华联发展壮大

改革开放的40年,也是当代中国企业家从诞生到成长的40年。

对于李茂年来说,亦是如此。

35年前的1984年,李茂年只有22岁,已经开始担任济南市百货公司西市场商场(济南华联商厦前身)副经理。这一年是实施改革开放的第一个五年计划后期,有计划的商品经济已开始提出。

那个时候的济南华联,营业面积不足1000平方米,几个小门头,名不见经传,根本无法与当时“五朵金花”相比。”李茂年说。当时谁也没有预料到济南华联集团现在的规模和发展。

先做强,后做大,是李茂年提出的华联发展战略思路。在济南华联的成长历程中,有几个时间点非常关键,见证了



济南华联在“先做强,后做大”理念加持下的不断发展壮大——1989年12月,6000平方米的西市商场对外营业,成为由小企业到中型企业的转折点;1993年济南华联商厦股份有限公司成立,标志着由传统企业变身为规范的股份公司;1995年9月,华联商厦二期正式营业,实现了由中型企业到大型企业的过渡;2002年9月,嘉华购物广场和华联超市首家门店嘉华店对外营业,成为企业发展史上最大的转折点;2014年,秉持轻资产、低负债理念的华联集团踏上规模化发展的新里程,通过“华联鲜超”便利店切入“最后一公里”的蓝海市场。根据统计,现在的济南华联,已经是销售额80多亿、门店数量过百家、经营面积50万平米的市属龙头企。尤其是当今实体零售面临各种挑战的情况下,济南华联还是趟出了一条自己的路子。

## 沉稳的掌门人, 稳扎稳打的企业

敢说敢做,内敛沉稳,李茂年与很多人想象中的企业家完全吻合。在零售业摸爬滚打这些年,让他不会轻率做出决定。在李茂年看来,任何事物的发展都是有规律的,做人做事也是有准则的,做一个成功的人和成功的企业,也就是寻找规律、把握准则的过程。

他毫不掩饰自己这些年的积累的经验和领悟到的道理,他也愿意把这些领悟讲给所有的员工和世人听,他的著作《做人做事与管理哲学》一书便是多年经营管理工作相关经验和思考的汇总,在笔者看来,这些都是精华,是实践中求真知的智慧结晶。

沉稳的李茂年要求自己脑子不能乱,大事不能糊涂,任何时候、任何情况都要保持清醒的头脑,这也在济南华联的

团队中逐渐形成为一种文化。

对于一个企业掌门人来说,战略包括大量的决策,决定着一个企业的发展方向。每一个决策和再决策,李茂年都会用科学的态度和方法,而不是“拍脑袋”和“心血来潮”,用他的话说,“大胆假设,小心求证,系统设计,一点突破,要在实事求是的基础上科学决策,在掌握大量‘第一手资料’和数字的基础上科学决策。”

树标杆,找差距,让济南华联不断提高企业竞争力,也鞭策李茂年不断学习,学习别人,学会借力。“‘借力’是济南华联这些年一条很重要的经验。”李茂年坦言,这些年,济南华联部分工作的提升,大多建立在学习别人的基础之上,济南华联前后与不少于30多家管理、咨询公司的合作也让他们受益匪浅。

## 创新的变与不变

“不断创新,持续改进”是李茂年经常挂在嘴边的话,也已经成为他骨子里的坚守。他说,这是一个变化的时代,一个需要不断创新、与时俱进,否则就会被淘汰的时代,正如孙中山先生讲的“世界潮流浩浩荡荡,顺之则昌,逆之则亡。”

济南华联是从一个国有和集体性质的企业按国家有关规定演变过来的,继承了国有企业不少优良传统,但确实还存在一些不适应新时代要求的问题,李茂年将其总结为“老国企”的六大弊端,华

联正是在与这些弊端斗争过程中,成长、壮大、成熟、求变、求新,也自然成为华联所坚守的思维理念。

求变、求新需要踏准时代发展节拍,满足消费者不断变化的需求。李茂年举例,2000年以后,汽车普遍进入家庭,2002年开业的嘉华购物广场就在楼顶建设了济南第一个空中停车场,配备200多个车位,后来又建成了济南首家社会资本投资建设的公共停车场,可为周边提供700个车位。“别看停车场是配套,这可不是小事情,这就要求我们转变思路,为顾客提供方便。”李茂年说,包括现在嘉华的餐饮、娱乐功能的提升等等,都是在创新中持续改进的结果。

多年来,华联一直把“诚信”二字作为立店之本,更作为立人之本。在企业内部提倡“先做人,后做事”,提倡“把方便让给别人,把问题留给自己”,把“为顾客服务好,让顾客满意”作为华联存在和发展唯一的理由。“人”和“事”的和谐统一,都是围绕两个字:诚信。但如果不到位的管理和执行力,就谈不上诚信两个字的兑现落实。

所有的成功都不是偶然的,没有无缘无故的输,也没有无缘无故的赢。对于李茂年和济南华联来说,正确的战略、成功的文化、科学的管理是一个成功企业需要具备的最主要三大因素,唯有坚守这些,才能在时势变化中,稳扎稳打,屹立不倒。

# 诚心塑美,工匠铸魂 十年爱容以专业之心致敬改革开放40年

## 历史足迹 行业成长的基石

上世纪八十年代起,规范化医疗美容项目刚刚于国内起步,那时的美容外科仅包含双眼皮、祛眼袋和隆鼻等寥寥几个项目,甚至当时的求美者都要背负家人和朋友的反对与不理解。在追求美丽都好似错误的年代,整形美容行业却开始坚强萌芽。

随着衣食的富足,人们对精神追求愈发看重。“最开始人们观念还比较保守,即使选择整形手术也不愿意声张。”济南爱容整形美容医院院长也是中国整形美容协会总会理事、中国整形美容协会科研学术部名誉主任、中国整形美容协会干细胞研究与应用分会副会长张庆国教授回忆起当时的大环境不由感慨,“其实不光求美者,就连医疗工作者对整形的定位也经历了许多阶段。”

最早,整形美容外科只是烧伤整形科的一个分支,专门为烧伤病人进行面部修复。2000年左右,整形美容外科才随求美者的增加成为独立的科室。与此同时,美容整形的专科机构开始出现,人们终于无需压抑自己对美的追求。

## 百家争鸣 产业格局初具形态

“最开始,美容整形科室还要依附于三甲医院,独立品牌少,有名气的更是屈指可数,而北方的医疗美容起步还要晚一些。”张庆国教授介绍,2000年后,南方不少医美品牌有了雏形,但由于大众认知度不高,医美市场并没有爆发出百花齐放的状态。经过5年的积淀,人们逐渐认识到医疗美容的安全性,医美机构也从单一的双眼皮、隆鼻等手术,逐步向光子嫩肤、祛斑治疗、身材再造等多方面发展。

也正是这个时候,张庆国教授在济南创立了省内第一家整形美容专科医院:“兴趣是选择这个行业的首要原因,再加上当时的省内市场一片空白,我对日后的发展很有信心。”

随着第一家整形医院的成功创办,张庆国教授逐渐摸索出了一条适合自己的发展道路,同时广泛的用户需求,也鞭策张庆国教授向更高目标迈进。2008年,张庆国教授依靠多年来对自体脂肪填充的深入研究和了解,重整医院经营思路,建成了以自体脂肪特色的整形美容专科医院,爱容品牌自此正式创立。

## 回归医疗本质 坚守行业规范

随着时代发展,人们对整形的认知逐渐脱离了传统手术印象,整形美容更多成为一种对美

丽的提升,不只是对疾病或残缺的治疗。

在十年的厚积薄发中,爱容整形开始了成长期,贯彻“规范化建院、高科技兴院”的办院方针,秉承“真诚传播爱心,医术缔造美丽”的服务宗旨,以专利技术为支撑,整合国内外前沿医疗技术、设备、器械,集成美容外科、美容皮肤科、美容牙科、美容中医科四大临床科室;建立了中国首家自体脂肪美容抗衰老临床研究基地,同时,引进德国body-jet水动力吸脂系统,韩国脂肪净化器等国际尖端设备,不断实现技术的突破与革新。

医院邀请高景恒教授、鲁开化教授、王炜教授等40多位国内外知名专家交流指导,建立了以张庆国教授为核心的“百人医师团队”。在核心医师团队的带领下,爱容先后荣获自体脂肪提纯器、自体脂肪精细填充管、纳米脂肪过滤器、腔隙清理器、注射整形填充针、乳房测量尺、隆胸手术分离器和隆胸假体植入器八大专利与一项自主知识产权。

目前,爱容整形已经与北戴河国家生命健康产业创新示范区达成了全新的抗衰老项目意向,展开临床应用与学术交流,利用人体的衰老规律,真正让求美者达到美得自然、美得健康。

(许昱洲)



张庆国教授正在进行手术