

黄辉:从军绿到红装的蜕变

朱兴月 闫宝强

改革开放的大好环境给了民营企业一个崭新的天地,他们借助这个环境,发挥自身优势,成了活跃在21世纪里的“弄潮儿”。武汉红人实业集团股份有限公司董事长、总裁黄辉就是其中的佼佼者。

军人就是一块砖 哪里需要哪里搬

1983年,黄辉从部队转业后进入了武汉市轮渡公司工作。在轮渡公司的五年间,他出色的工作能力得到了领导的认可,并被提拔到所属的分厂任厂长。本来,被提拔是大好事,可黄辉却高兴不起来。原来,派他去的竟然是江汉区南方制衣厂,军人出身的汉子,对服装可是一窍不通啊,这不是逼张飞绣花吗?可是,也不能不去呀!这是领导对你的信任,况且军人就是一块砖,哪里需要哪里搬!

黄辉到了服装厂,看着满车间的缝纫机和工人,乱哄哄的,简直头都大了。这些都跟他之前在轮渡公司碰到的大相径庭,门外汉的黄辉陷入了困境之中。而且,初来乍到,难免一些人对这个外行不服。有人甚至已经开始冷嘲热讽,觉得他这次被提拔完全是因为运气好,认为他根本没有什么本事能管好这个厂。

是的,外行怎么能管好一个厂呢?作为一个领导,如果不了解自己所从事的行业,是根本没法开展工作的。他人恶意的嘲讽并没有使黄辉打退堂鼓,反而激起了他的斗志。他决心一定要在最短的时间内熟悉服装厂的一切事务。

从此,每天上午,黄辉就待在车间里,从制版到缝制,每一个生产环节他都亲自上阵体验一番;下午他就到办公室研究整理之前的资料。遇到不懂的地方,他就拉着厂里的老师傅不停地问,直到把问题弄明白为止。一个月过去了,服装厂的整个生产环节、管理流程他都已经熟练地掌握了。

之后的两年里,黄辉带领的南方制衣厂效益越来越好,他在厂里的威信也越来越高。可是做了几年的服装厂厂长,已成为内行的黄辉并不满足于这样的现状,用他的话说,男人就是要创造一片自己的天地,拼出一番自己的事业。在上世纪90年代初,当时正是汉派服装蓬勃发展的好时机,黄辉想,何不利用这个大好时机自己创业,大干一场?多年的军旅生涯造就了他雷厉风行的性格,他马上向上级领导提出了辞职请求。

市场竞争 靠的是实力

黄辉的这个决定遭到了大多数人的反对,人们不能理解他为什么放着好好的铁饭碗不端,非要去选择这艰难无比的创业之路。可黄辉心里清楚,国家此时正值大刀阔斧搞经济的时候,有了国家政策上的支持再加上自己这几年积累的经验,不怕做不成事情,他对自己的能力有信心,更对国家的政策有信心。

1993年,武汉红人服饰公司正式成立。在短短的几年内就取得了不错的成绩,成了业内小有名气的服饰



公司。

然而,随着越来越多的国外服饰品牌进驻中国,他们以新潮的款式设计,精细的做工赢得了不少消费者的信赖,很大程度上冲击了国内市场。于是,国内服装业“西风东渐”风气盛行,有的企业顺势给自己的产品起了个洋名儿,有的干脆就在境外注册了新的品牌。此时,红人服饰也受到了不小的冲击,有人就劝黄辉也到境外去注册一下,弄个“洋品牌”,使产品有更大的竞争力。可黄辉严词拒绝了,他说:“身为一个军人,我绝不会去做这种投机的事!难道我们自己做出来的东西套了个洋名儿就真的外国货,就真能卖得好了?市场竞争靠的是真本事,没有实力,再怎么改名都没用!”

红人品牌是坚持不换了,但黄辉也深刻地意识到,没有实力,没有品牌优势,说什么都没用了,在市场上也是难以立足。于是,军人的大胆创新、雷厉风行、严格律己的办事风格被黄辉完全带入了企业发展中。在设计上,他大胆创新,每年投入几百万元的研发经费,聘请国内外优秀的设计师,在意大利、法国、香港、深圳成立工作室,使红人服饰告别了简单模仿,重塑了个性化面孔,形成了自己独特的风格。这样一来,在对接最新国际资讯的同时,还贯穿了全国的面辅料基地,便于就地取材。现在,红人服饰面料厂商合作开发,已经做到了60%的产品面料专有,保障了服装质量的同时也降低了成本。

随着人们生活水平的提高,人们除了对服装款式的追求外,对服装的衣型也越来越挑剔。再好的款式,造型不到位也表现不出服装应有的美感,而造型落后是汉派服装的通病。为了解决这一难题,黄辉又以重金相许从沿海请来高级打版师,在造型上亲自掌刀,在工艺上为产品严格把关,使红人的产品质量有了质的飞跃。许多老顾客都说,现在的红人虽然风格没变,但衣服穿在身上感觉更舒服、更合体了,也使人感觉更漂亮

了。“红人”品牌就是这样在消费者心中扎下了根。

黄辉勇于创新,力推品牌建设。他说,这就是产品在市场竞争中立于不败之地的实力。

开先河实施 不合格产品召回制

言行一致,表里如一,诚实守信,是一个军人最基本的品质。军人出身的黄辉无法容忍自己企业生产的产品不合格。2007年6月,红人服饰开始实施不合格产品召回制,这在中国服装生产界闻所未闻,一经发布,立刻引来了多方的热议。黄辉在行内首推召回制,让业界刮目相看。

为什么采取这样的措施,还得从黄辉的一次亲身经历说起。有一次,黄辉买了一件名贵的国际品牌服装,回到家后才发现衣服有质量问题,可当他返回商场要求退货时,却遭到了拒绝。最后还是工商部门出面调解,才成功退掉了那件衣服,但整个过程却是足花了一个多月。“当时让我伤心透顶,决定不再买这个品牌的衣服”。也因为这件事情,让黄辉反思起自己的品牌,为了不浪费顾客的时间,不让顾客在红人碰到类似于自己的经历,他决定实施不合格产品召回制。

首先开河,黄辉成了第一个吃螃蟹的人。不合格产品召回制一经发布,立刻引发了业内的激烈讨论,有人认为他这样太浪费成本、浪费时间,没有任何利益可言,更有甚者甚至嘲笑他赚钱赚傻了。但事实却证明,黄辉一点也不傻,他牢牢抓住了消费者的心理,召回制度为红人服饰增加了消费者对品牌的信任感,引来更多的订单,也赢得了更好的口碑,受到了社会的广泛赞誉。

源于社会 亦回馈社会

黄辉,这个脱下军装从军营走出

来的民营企业,凭借自己敏锐的观察力和果断的办事风格,攻破了创业路上的一个又一个难关。1993年他创办武汉红人服饰有限公司,经过努力,公司成长为固定资产近8亿元,职工3000多人,拥有9个子公司的企业集团。

黄辉并没有满足于服饰公司所取得的成绩,而是将目光投向了其他行业,并于1997年组建了涉及服装、房地产开发、汽车客运出租、专业市场、大型物业管理、金融期货、服装学习等行业的武汉红人实业集团股份有限公司。这使得他的事业又更上一层楼。

事业成功后,黄辉不忘回馈社会。他常说,小的时候要感谢部队的悉心培养,让他具备了一个军人所需的优良品质;后来,更应该感谢国家创造了良好的机遇,让他成了时代的弄潮儿,创立属于自己的新天地。以积极承担企业公民的社会责任为基本原则,是黄辉一直奉行的宝典。他心系农民和农村,实实在在在回报社会,成为新时期企业家的典范。

1997年,黄辉在孝感创办了红人职业学校。培训了一大批具有一定劳动技能及专业理论基础的学员,除了满足自己公司用人的需求外,还向社会其他企业提供职业培训和人才输送。10年来,红人学校共减免学费345万元,发放生活补贴179万元。至今,学校已累计转移农村剩余劳动力8000多人,7600多人实现就业,使得一批农民工走上了企业经理、服装设计师等岗位。

“财富源于社会,亦应回馈社会。”创业10多年来,黄辉热心光彩事业和社会公益活动。1997年资助希望工程,向希望小学捐资100万元;1998年为抗洪救灾捐资500万元;2003年出资270万元为农村兴建水库;2004年在孝感三义镇资助40万元修建“红人路”;2005年至2011年为贫困大学生、贫困家庭捐资数百万元。至今,黄辉已累计向社会各类光彩事业捐助达数千万元。



中国君仁爱心工程协会 热心服务复转军人

中国君仁爱心工程协会(以下简称协会),是全国性非营利(系统内部非社团)公益组织,是在新中国成立后,全国人民广泛、深入开展建设社会主义新中国拥军爱民活动的大背景下,由一批热心国防建设、国防建设、热爱人民军队、积极倡导“拥军爱民”公益事业的老领导、老将军,与一批爱国、爱军、爱民的企业家、慈善家和志愿者,遵照国家有关政策、法规共同发起,在中央有关部门正式备案,并于1950年11月19日成立的全国性(单位)机构。

协会自成立以来,一直以服务部队为主要宗旨。2009年6月8日重新核定服务的宗旨是:服务复转军人。

协会服务宗旨为服务于复转军人后,坚持为复转军人提供广阔的就业与创业咨询服务平台,并积极联合知名大专院校、职业院校和技校,根据复转军人文化教育提升的需求和就业的不同特点,依据地方和用人单位的要求,量身打造各类人才,从高管型、管理型、技术型、普职型等实施培训,帮助复转军人做好就业前的技能提升工作,对培训合格的复转军人颁发国家统一颁发的职业技能等级证书,技能上岗证书、学历证书,推广复转军人在脱下军装走出军营后,尽快实现择业飞越的理想。其法定配套工作机构为:北京君仁爱心创业咨询服务中心。同时,协会始终把关爱青少年心理健康成长作为工作重点之一,并于2009年12月12日在四川德阳绵竹市筹建了第一所“四川德阳青少年心理健康活动中心”。协会将其作为示范,向四川全省乃至全国推广。

协会遵照国家政策、法规,接受捐助款物,开展公益活动,赞助人享受国家在税务等方面的优惠政策和本会所提供的各种服务;同时帮助企业(公司)进行发展研究,开展各种项目选择、产品营销与会展策划、融通资金、业务咨询、高层公关及法律维权等服务。其工作理念和总体思路是:在市场经济条件下,不依赖国家投资、不占用政府编制,发动和组织以企业家为主体,包括社会各界人士参与复转军人就业工作,坚持以“培训服务促就业”,也就是:“定向选拔—专项培训—带回就业—一条龙”订单模式;提倡“创业带动就业”,也就是:“重点扶持自主创业,因‘创业已解决自身就业’,并且,其创业者的企业所需员工,就自然解决与带动了新的就业”,从而,积极做好探索我国复转军人就业创业新模式的工作,为促进社会和谐发展,为构建和谐社会贡献力量。

军旅兵法

由军旅剧人物角色看企业建设

作为一种爱好,很多人非常喜欢军旅剧如《亮剑》、《沧海》、《垂直打击》、《士兵突击》等,假如我们抛开管理模式、管理模式,单纯去探讨管理模式的相似性,那么军队就是企业的前身或者说模型,从长远来说,现在我国的铁路、公路建设队伍的前身就是军队;从眼前来说,部队的架构、职能设定、运作甚至具体到考核模式与企业管理都非常类似。因此,由部队引申一下企业管理也就很有意义,下面我们由人物角色探讨企业建设——

《亮剑》中李云龙曾有这么两段台词,第一段大致如下:“狗走千里吃屎,狼走千里吃肉,咱独立团啥时候吃肉,那就是遇上小鬼子的时候”;而第二段也就是一句话:“什么他娘的精锐,老子打的就是精锐”,这两段话就是士气,一个可以让拥有1000多战士的独立团,在遇到鬼子围剿的时候宁愿死在战场也不曾让鬼子抓一个活口的团队的士气,更是一个哪怕处于劣势也不会输给任何人的气质。《狼图腾》给我们展示了狼的可怕,假如一个军队拥有了狼的精神,那么他的战斗力会有多大?但是能够坚持不懈地去激励这样一支队伍,并且坚持做到最后的却寥寥无几。

同样的,在一个企业由小到大的发展过程中,缺乏的也正是这样的人,一个敢闯敢拼的带头人,和一个无所

不能的团队,我们相信无论经历什么样的困难,这支团队都能一如既往地前进,军队的目标就是打胜仗,企业的目标就是创造效益。一个企业由手工作坊不断进步,在创业的森林里面,他缺乏的就是带头人所给予的进步的士气,企业发展存在风险,但在风险的背后那就是成长的力量,无论是从规模扩大还是理念更新角度,一个企业无法成长,往往不是败给打败仗,而是败给“不敢打仗”。李云龙的独立团,每个战士都具有的共同点就是:要吃肉就要打败仗。这就是他们前进的原动力!而我们的企业又有多少人去思考、去发掘“企业人的利益共同点”?一旦共同点找到,出现的因“吃肉”而引起的企业发展,相信,前途光明!

《沧海》中的王山魁带给我们的是另一番思考,古语说得好,“打江山难,守江山更难”。在当时鬼子投降、内战胜利的大环境下,部队开始休整,接下来他们要是面临的是没有硝烟的战争,打仗并不可怕,因为指挥官,然而国家建设却在摸索,更不用说当时基础为零的“海军建设”。我印象最深的是王山魁关于自己创造的“以小击大”的刺刀战的两个片段,大致内容如下:当时我们的海军只有几艘小的可怜人的“巡洋舰”,而战争环境则是,敌人就抓住我们的弱点,不断在海域骚扰我们,

当时从陆战军官转为海军军官的王山魁,就提出大胆设想发扬我们游击战的特点,利用巡洋舰近距离打击敌人大型战舰,第一次,他们因为补给舰迷航以失败告终,在总结会议上当所有人都在总结这次“成功靠近敌人进行袭扰的经验的时候”,王山魁提出的是“为什么巡洋舰会迷航?责任是谁?我们该怎样改进?”当然在这里我无法形容出当时王山魁面临那种排挤他的环境,但是他做到了!他用第二次刺刀战胜利的事实,证明了他所有的预言,证明了他自己的战略计划。

我们的企业壮大了,但是所谓的“糖衣炮弹”却模糊了我们的眼睛,创业之初,因为管理能力有限,哪怕是一两次战略性错误,只要最终我们推动企业的发展,我们就是功臣,领导也不会大加指责。但是,当我们企业壮大,我们在维持运营的时候,企业需要的就是精细化的运营严格的管控,大环境之下,企业的中层乃至高层领导,学会的更多的是“美化错误”,而在美化的这些错误背后隐藏的就是管理上的漏洞,甚至是企业战略决策失误的某些关键点。我们并不否认在推动企业发展的同时,我们只是对极少的一部分错误进行了“美化”,也就是所谓的总结出了成功的经验,可是我们是否去思考过“假如我们能够彻底总结失败经

验,我们的发展是不是更迅速?”这也就是为什么大的企业都需要设立“内控、审计”的主要原因!可是即使设立了监督部门,我们依然不能够规避“防不胜防”的结果!企业发展最需要的应该是那些能够起失败、能够真正站在失败的角度上去思考失败的那些人。当然,事情总会有两面性,我们惧怕总结失败的原因是“受罚”,可以这样说:“一个能够始终站在失败角度为公司考虑的人,是不会惧怕因失败而承担的责任。”但是,时势造人,现代社会,每个人都需要的是“亮点”。如果企业管理层有一个善于总结失败的人,那么他势必是孤立的,假如每次因为他总结了失败而经常“受罚”,可想而知,结果会怎样?

所以,守业过程中,企业需要进行总结的人员,要反思的是“该如何去总结”,而最终评判总结的人员,要反思的是“该如何判断功过,评判总结”,而在轻重程度非择其一不可的话,后者的引导尤为重要,从企业办事流程考虑,很多时间,不是因为员工不善于总结,而是我们没有更好地去评判总结。总结之后会有对策,而对策是战略发展的子计划,虽然于计划成功,战略计划不一定成功,但是于计划失败,战略计划一定不会成功。由此,我们该如何去对待“总结”,我们守业的人应该深思的。