

格力电器(合肥)有限公司总经理助理庄雅妮 院企在留人上多下工夫

实习生 赵倩倩 周艳红 记者 沈娟娟/文 倪路/图

2006年,它正式“落子”安徽,带给安徽的不仅是一个基地,还有粤企独有的活力;而它在安徽的这五年,也学会了“徽骆驼”的踏实,它就是来自珠海的格力电器。



语录:安徽企业要学会留人

结缘

合肥半路“拦截”了格力

“2006年,格力布局全国,外省有好几个点都是考察对象,半途却杀出了合肥。”庄雅妮清楚地记得,格力电器的生产基地是被合肥“拦截”了。

合肥用什么魅力吸引了格力?除了政府工作人员组团洽谈外,格力也相中了合肥的“家电”名片和区位优势,“这是一个双选的结果。”

庄雅妮告诉记者,作为三大家电基地之一的合肥,生产空调的企业却很少,格力正是看中了这个商机,而吸引格力电器的还有合肥的地理位置和政府完善的服务平台。进驻合肥以来,格力跑出了令人吃惊的速度。一个是开放前沿的企业,一个是内陆省份,他们的“牵手”擦出了火花。

思考

安徽企业用什么“留人”

安徽有着丰富的劳动力、人才、市场等资源,而广东有技术、资金、先进管理等优势,二者“一拍即合”,但是庄雅妮认为,安徽的劳动力可能是制约经济发展和外地企业入驻的一个瓶颈。

庄雅妮分析,不管是安徽本土企业,还是外

地入驻的企业,如何留人将横在企业发展的路上。“一方面要打感情牌,一方面要用人性的魅力留住外出的脚步,让安徽的人在家门口就能赚钱。”

不仅如此,庄雅妮还建议,安徽可以吸引企业集聚,多一些大型企业。

大学教授“跳海”后的人生

访中盈盛达担保投资股份有限公司总经理吴列进

本报特派记者 樊立慧 宛月琴 文/图

7月12日,佛山飘起了点点细雨,广东中盈盛达总经理吴列进谈起自己南下闯荡的经历,说当年与其说是“下海”,倒不如说是“跳海”。



语录:南方的机制好,让我看到了市场经济的方向,与其说那是“下海”,倒不如说是“跳海”。

抉择

大学教授义无反顾的“跳海”

很多年后,出生于桐城的吴列进回想起自己当年的举动,仍然显得让人不可思议。

那时,已在铜陵一所大学教了10年财务管理课程的他,在感受到来自南方的那一股春风后,毅然决定抛弃一切,去南方寻找他内心的追求。

“那时候,人才紧缺,我想利用自己的专业所

长,在业余时间开设一些会计培训课程,可始终得不到批准,吴列进想不通,有市场也有需求,而且也没耽误正常的工作,为什么就受到种种限制。

相比而言,吴列进被南方开放的潮流深深吸引,义无反顾决定南下。“南方让我看到了市场经济的方向,与其说那是‘下海’,倒不如说是‘跳海’”。

目标

“老黄牛”专注中小企业融资

在经历了前8年的摸索和徘徊后,在来到广东的第9个年头,他终于找到了“适合自己的担保行业”。2008年,吴列进被评为“全国十大担保机构领军人物”。而直到今天,他还始终为自己是一个安徽人引以为豪。牛年春天出生的他,说自己是一头“老黄牛”,而且是一头“春牛”,从安

徽的土壤上汲取了很多的营养,来到广东,有一种安徽人独有的勤勉、务实和责任心。

“我的理念就是专注、坚持,将自己定位成中小企业系统化融资的金融供应商”。在他看来,这一辈子也不一定以赚钱为目标,而是要以把事情做好为目标。

80后的他把花做成化妆品

访广州爱慕化妆品有限公司总经理张春扬

本报特派记者 樊立慧 宛月琴 文/图

当年高考失利,1982年出生的张春扬就背着包南下闯到了广东,新生代的安徽人,在这里也有自己的感悟。



语录:做业务没有什么技巧,为客户着想,用真诚打动他们。

起步

从底薪300的业务员做起

才来广州的时候,自己找的第一份工作是做户外广告的广告公司的业务员,底薪也就300元,日子经常是入不敷出。

没有任何经验,也没有任何资源,别人都“开张”,他等到第二年才找到客户。做业务员的张春扬可能跟别人最大的不同之处就是

思考,他下手比较慢,不过,下手时看准的对象都是可以源源不断产生多次利用价值的。

“我当时最爱看的就是广州日报,看看哪些品牌在上面投放广告,我就辗转地找到负责投放广告的人。”张春扬表示,就这样子,丝宝、宝洁等公司后来也被他攻下来了。

转型

涉足年轻女性化妆品市场

朋友透露,2002年时,张春扬的年薪都能拿到百万了。不过,他还是跳槽了。2003年,他“过了一次塘”,行业内有这样子的话,“鱼不过塘不肥”,这一次他跳槽看中的可不是工资,而是为了学习这家公司的管理。

2005年7月,他再次离职了,想着如何自

己去创业。自己创业之初,张春扬开了彩印厂,2008年,他转行化妆品领域。

“下一步着重打造的新品牌纯妆是以花的成分为主要诉求。”张春扬信心挺足,今年的销量可能要冲击2000万。“目前芜湖已经设有专柜,未来想着大规模进军安徽市场。”