



十堰日报纪念三八国际妇女节特刊



行高手棋 赢满盘彩

——记全国“五一劳动奖章”获得者、武商集团十堰人民商场副总经理吕凤玲



对家电全年工作进行回顾。

市场，就像一个大棋盘。

吕凤玲，武商集团十堰人民商场副总经理，就是持奕在其中的行棋高手。

棋路见证成长：1963年6月，吕凤玲出生于一个普通工人家庭；1984年，她刚走出校门便踏进人民商场。1990年，她以出色的成绩成为十堰首届“金牌营业员”；1992年，以较强的工作能力担任商场家电部经理；1994年9月，她开始担任人民商场股份有限公司副总经理，分管家电经营工作。从一名普通营业员走上领导岗位，吕凤玲扎扎实实，一步一个台阶地走过来。

棋绩彰显棋技：1992年，人商家电年销售额不足1000万元，吕凤玲“掌印”家电销售12年后，家电销售额升至2.2亿元，年利润达数百万元。2009年，面对席卷全球的金融危机，人商家电实现销售收入2.9亿元，同比增长9.0%。

“巾帼不让须眉，这是一个不简单、有本事的女性。”欣赏吕凤玲的人，发出这样的慨叹。

“这是一个让人不敢马虎的人，既有商人的精明，也有超人的果敢；既有女性的细心，更有高手的智慧。”跟吕凤玲打过交道的人，也发出这样的赞誉。

吕凤玲说：“在钟爱的事业面前，我始终认为没有性别之分。一个人只要奋斗，只要坚持，只要思考，就能成功。”

■记者黄小彦

行棋术之一：

不惧市场水深，迎难而上勇向前

市场不相信眼泪，它从来都是向有头脑的奋进者敞开怀抱——

1992年上任伊始，为了建立良好的厂商关系，吕凤玲在不到半年的时间里，先后10余次出差到武汉、上海、青岛、广州等地，与海尔、格力、长虹、康佳等大家电厂家进行沟通，密切厂商关系。17年来，她一年中近一半的时间在外奔波；17年来，她踏遍了十堰的山山水水。正是缘于这种多年“零距离”的学习、“零距离”的思考、“零距离”的接触，吕凤玲对家电市场的最新走势了如指掌，对家电销售的脉络了然于胸，对人商博弈家电市场有了更多冷静而大胆的精彩之笔。

出手——以为顾客提供优质、卓越的服务求得商家电事业的蜕变。1992年，人商家电在全市范围内率先开展“微笑服务”和“站立服务”；1995年，人商家电在全市商界率先开展“送货上门”服务；1998年，推出电话回访服务；1999年，实行家电上门维修保养跟踪服务；再后来，陆续推出“无风险购物”和“一站式退换货”服务。实践证明，这些措施适应了瞬息万变的市场，不断满足了用户的需求，为人商家电树立了良好的信誉和口碑，进一步奠定了其十堰家电市场“巨无霸”的坚实地位。

震撼——以活动为抓手，打造人商家电的辉煌。2005年9月，人商21周年庆典之际，也是首家外来大型家电零售企业入驻车城之时，给人商的家电销售带来了一定的压力。为了应对和减小这种压力，吕凤玲一边联络厂商，争取资源和支持，一边部署营销策略。“整整20多天，吕总瘦了一大圈，像变了个人似的。”看到忙得身兼数职的吕凤玲，知道内情的员工们很是心疼。9月16日至18日，人商家电推出“震撼3天”回报客户活动，一时间，商场抢购如潮，顾客天天爆满，家电部博得了市场服务战和价格战的头彩，有力冲击和消化了某大型家电零售企业在十堰开业的影响力。在此期



深入家电市场调研。记者齐海燕摄



吕凤玲近影。记者齐海燕摄

间，国美电器销售人员考察十堰家电市场时，对人民商场家电卖场极旺的人气赞不绝口，由衷地对人商董事长、总经理贾国启说：“在全国各地家电市场中，没有一处像十堰市民这样如此衷爱人商的现象。”

行棋术之二：

直面激烈竞争，狭路相逢敢亮剑

十堰城区面积不大，却已形成“四分天下”的家电格局。对人商家电能否保持十堰家电龙头地位，有人不乏担忧。

贾国启等人商领导班子对此很平静。他们认为，竞争才能发展，竞争才能壮大，竞争是人商家电提升营销能力、提高服务水平、做大做强的绝佳练兵机会。吕凤玲说：“商海角逐，角力角智。不可预知的是变幻的竞争环境，可以把握的是经商意识、管理意识，这是制胜法宝。”

——优化经营布局。根据国内外家电经销理念和先进的经营业态，吕凤玲大胆改革传统经营格局，把粗放的销售模式逐步细化，向专业

化、系列化经营方式转变。家电卖场按照节能、降耗、环保、尖端和时尚的要求，对商品结构进行了大幅度调整，形成了最为齐全的平板电视区域、最为前沿的冰洗和空调区域，使得卖场业绩大为提升。

——致力品牌培育。品牌培育是一个零售企业成功、成熟的标志。对市场有着敏锐洞察力的吕凤玲提出自己的观点：按照不同类别，有针对性地保护、巩固一线品牌，发展二线品牌，形成一线品牌系列化、二线品牌集约化的经营格局。在她的大力倡导下，人商家电零售过百万元的品牌达33个，重点品牌年零售总额所占比例达89%。其中美的、海尔、海信、格力、创维、新飞6个品牌的销售占家电销售比例的53%。

——注重以节促销。多年来，吕凤玲在如何做足、做大节日销售方面动了许多心思。她以女性的细腻，决心以节日为“点”，将“点”进行放大和延伸，使其出“特点”、成“热点”。在她的身体力行下，人商家电多年不断开展攻势营销，举办了诸如空调节、平板电视节、冰洗节、小家电节、数码文化节等各类活动，有力抢占了市场份额。

行棋术之三：

胸中藏兵万千，抬头看天天亦宽

既要埋头拉车，也要抬头看天。下市场这盘大棋，棋风决定成败——这是吕凤玲多年的心得。

2003年，在我市各商家眼睛盯着城内这块家电市场“大蛋糕”时，吕凤玲经过周密运筹，瞄准农村市场，领先一步把业务拓展到周边县市，率先开辟起“店外店专卖”模式。2004年，人商公司家电商品全年实现县级批发销售额5000万元以上，销售回款率95%以上。人商家电现已先后开辟郧县家电卖场、郧西家电卖场等县级卖场，目前正在

在筹划向市辖其他二级或三级市场拓展。

在吕凤玲看来，经营创新是增加效益的“源泉”，管理创新是增加效益的“蓄水池”，二者缺一不可。长期以来，商场为保证家电正常经营，建立了庞大的物流、维修售后服务队伍。然而在实践运作中，越来越不易调控的售后服务体系陷入两难境地：销售淡季，庞大的队伍人员冗余，运行效率低下；销售旺季，前方市场“火势”猛，后方“救火”跟不上。

如何解决这一矛盾？吕凤玲提出提高运行效率，最大限度地发挥企业售后服务的资源优势，使“卒过河猛如虎”，“达到‘一人变十人，十人变百人’的效果。在她的大力倡导下，2009年3月，人商对物流中心、维修中心的运作体制实施改革。将两个服务机构转变为向社会提供服务的企业法人，将其变更为商场的特约服务商。

两家中心的成立，不仅建立了商场货币化的服务结算体系，而且充分发挥了商场的服务资源优势。运行体制改革后，两家中心不仅为商场正常经营提供了售后保障服务，物流中心还承担了国美家电等企业的配送任务，维修中心被海尔等企业重新认定为特约服务商。

由此，人商家电社会化的经营服务体系基本建立。

辉煌的背后总有不为人知的付出——身为女性，吕凤玲百味杂陈。母亲做肿瘤切除手术时，白天她无法抽身，只能晚上抽空守护。孩子的眼疾一拖再拖，以致错过最佳治疗期，成为她心中永远的痛。

然而，身在商界，吕凤玲永远不会止步。多年的不懈搏奕，得到的回报是企业销售收入的直线上升，得到的是社会各界的一致认可，“湖北省劳动模范”、全国“五一劳动奖章”等诸多荣誉的获得，更使她从不敢懈怠，更成为她源源不断的前进动力！