

通程 厚积薄发的标杆



人物特写

门童“陆伯”

“您好，欢迎光临。”“您走好，欢迎再次光临。”“祝您愉快。”去过通程的人都知道，通程有一个“招牌门童”，叫陆伯。陆伯本名陆翥恒，今年60岁，本是一名下岗职工。受聘于一家园艺公司在通程修剪花草期间，勤恳、热情的他被通程发现，负责大堂厕所的卫生。

陆伯每天都将厕所打扫得一尘不染，客人洗手时，他会立即递上纸巾，并拿着刷子将客人衣服打理得工工整整，皮鞋擦得锃亮锃亮。这种敬业态度和快乐服务精神十分难得。随后，陆伯被调至门童岗位，成功转型为长沙酒店行业的“现象级人物”，还获得了全国旅游劳模荣誉。

陆伯的人生轨迹，正是通程不拘一格降人才的最佳注脚。



人才培养

酒店业的“黄埔军校”

卓越的酒店源自优秀的员工。在通程的管理层心里，始终有一杆秤：要让顾客满意，首先要让员工满意。正是这一准则，成就了通程酒店“黄埔军校”的美名。

通程的岗位选人从不论资排辈，不看年龄、资历，只要求四点：有从事该岗位的意愿、身心、能力和勤实作风。

入选“2006感动中国十大人物”候选人名单的韦黎是通程的老员工。2006年4月28日，韦黎在公交车上遇见狂徒持刀施暴，英勇上前与贼搏斗，身负重伤。

如今，通程培养的人才活跃在各行各业，如延年酒店董事长罗千军、佳程酒店总经理潘惠军等。正是建立了这样一个科学、合理的育人机制，使得人才源源不断地培养出来，为通程未来品牌拓展奠定了坚实的基础。



在湖南，所有的酒店人都知道，从1998年周兆达按五星级标准建起通程国际大酒店起，长沙酒店行业才真正走上专业化、规模化、群雄逐鹿的道路。

这当中，几乎没有酒店能像通程一样，兼具一气呵成和历久弥新的气质。十四年如一日，通程时刻都在沉淀本土品牌的“DNA”，但步伐稳健，从不急功近利。专注眼前事业的同时，真正的厚积薄发也不期而至。

■记者 未晓芳 赵伟 实习生 颜旭慧 唐文英 余亚运



【定位】眼界决定境界

瞬间灿烂的昙花让人迷恋，但在商界，具有传奇色彩的老字号更显气质。

1994年，湖南商业大佬周兆达开始试水酒店。经过四年筹建，1998年5月29日，通程国际大酒店在长沙韶山路盛大开业。这座高199.6米、51层的建筑震惊全城，气势恢宏、流金溢翠、美轮美奂，被称为“楚湘第一楼”。

这是湖南首家按照五星级标准建造的酒店。当长沙多数酒店的普通标间还是25平方米的时候，通程率先建造了450间50平方米以上的房间。不仅如此，通程骨子里的精细从不曾被超越。时至今日，江湖上还流传着这样一个段子：由于选材精细，装修材料要从国外进口，尺寸、数量要求苛刻，但通程做到了装修完毕，所购大理石恰好只剩下一块。

14年过去了，通程800多平方米的总统套房，依然是全长沙面积最大入住率最高的总统套房。利比亚总统埃伦、香港特首曾荫权、澳门特首何厚铨、维亚康姆传媒集团董事长雷石东等社会名流来长沙都住在这里。

【服务】“100-1=0”的紧迫

酒店就像个系统化的社会，每个链条环环相扣，牵一环而动全身。通程国际大酒店总经理郭虎清一直强调一个公式：“100-1=0”。意思是，任何一个环节出问题，酒店的整体信誉就会降到零。

这样的紧迫感让通程的员工时刻紧绷着一根“给顾客惊喜”的弦。无论是偶然一次来喝茶，还是入驻的VIP客人，通程都视为“上帝”。

“每次来都坐42台，每次来都要一杯可乐煲姜。”长沙某房产公司副总肖冰(化名)说，第一次来通程喝茶，刚好自己感冒，要了一杯可乐煲姜。三天后，又跟朋友来，茶艺员居然还记得自己感冒了。如今，她已成了通程3楼茶吧的老顾客。这样的回头客在通程不计其数。

香港特首曾荫权就是其中之一。2007年6月，曾荫权来长沙参加珠洽会，第二次下榻通程。曾特首夫妇喜欢养金鱼，酒店就在他的总统套房里装上了鱼缸，养了6条漂亮的金鱼；他信仰天主教，床头就摆上了圣经；床上所有布草都绣上了名字，那份温馨祥和的气氛，就如同在自己家里一般。

离开时，曾特首面向酒店员工三鞠躬，并肺腑感言：“我下榻的酒店不下100家，贵酒店是我第一次感受到有回家感觉的酒店。”

【转型】十年后又又是别样风采

作为本土的高端品牌，通程的江湖地位已不可撼动。然而，喜来登、皇冠假日、芙蓉国温德姆等外资品牌先后登陆长沙，北辰洲际、希尔顿、香格里拉、凯宾斯基等也筹谋进驻，本土酒店面临“被围剿”阵势。

2011年，公司营业收入达到37.6亿元，比上年增长4.7亿元，利润也增长了一个多亿。董事长周兆达却高兴不起来，“每年业绩的增长都维持在17%左右，看上去还可以，就是涨也涨不上去。”

他直言不讳，目前通程存在机制性功能不足、专业化水平偏低、保障体系没有跟上来等问题。在竞争日益激烈的环境中，公司将用10年的时间来进行“管理转型”，做到中国企业难以解决的，也是必须解决的“真正市场化”问题。

事实上，主动出击的市场意识早已深入通程的骨髓。之前，因五楼宴会厅中有4根柱子影响视野，一次会议没能谈下来。但随后，销售人员转变思路，在一次婚礼上将柱子布置成了新人的照片墙，让所有人感到了惊喜。“柱子搬不走，只能想办法利用。”

要谈人情味，通程应该是最丰富的。不过，这还不够。郭虎清坦言，一家能把人情味和制度化结合得恰到好处的酒店，才会战无不胜。

春风得意马蹄急，一日看尽长安花。今年下半年，通程旗下第六家酒店即将开业。通程酒店一直在“厚积”，顺势而为，等待“薄发”。具备了成功复制酒店的能力，通程有一天一定不只是一个区域品牌。