

家族企业给了女性更多机会

原创 肖婧 家族企业杂志CFBR 2016-05-23 10:12 发表于北京

来源：《家族企业》杂志

(微信公众号ID:jiazuqiyezazhi)

文：肖婧

▲转载请带上以上版权信息，视为授权转载

韩国CKT开发董事、e美CEO梁东霞，一如记者想象中的韩国女性—妆容精致、举止优雅、谈吐温柔；而作为一名从家族企业走出的女性，丰富的成长经历和不同一般的事业追求，让她看待问题有着不同角度并乐于进行深入了解，来自儒商父亲的熏陶又让她在做每件事时都意识到需要肩负着社会责任感，曾以做一名国际人权律师为理想的她，注定成为一个不止步于商业追求的女企业家。

家族认同感

顺利接班的内驱因素

梁东霞告诉记者，在韩国，家族企业大多都已经传承了三代，相对比较成熟，两代交接班上不太存在“术”的问题，他们最注重的是家族传统和价值观的传承，最关心的是家族产业的转型和创新。对此，梁东霞也不例外。



梁东霞毕业于美国常春藤大学达特茅斯大学，身兼韩国汉城中国城开发公司副总裁，韩国CKT房地产投资公司董事、道纪忠华（韩

国)咨询有限公司董事、家族企业协会亚太分会联合主席，参与开发过包括在韩国与中国的多个房地产项目，负责公司投资、财务及投资者关系等工作。

父亲梁必承的思想和行为一直深深影响着梁东霞。一方面，受到父亲的熏陶，梁东霞很喜欢中国文化，亦对世界历史感兴趣，大学修的是中文和美国历史两个专业；另一方面，父亲以社会责任为己任的人生理念从根本上引导了梁东霞的价值观。“我大学时非常关注女性权力这个领域，计划是大学毕业后去法律学院从事国际人权方面的研究，当时已经拿到OFFER了。但就在毕业之前一两个星期，公司突然出了点问题，父亲对我说，法律学院今年你可能没办法去读了，到公司来帮我吧。”临危受命，在理想与现实间，梁东霞没有经过太多的纠结就决定帮助父亲一起渡过企业的难关。“我之所以愿意放弃自己的理想来帮助父亲，是因为父亲创业的出发点是社会责任感，公司的理念和家族的传统是为社会做贡献。而这些，都和我个人的价值追求是一致的。”

一般而言，大多数企业家都是在商业成功后开始关注和承担社会责任，而梁东霞的父亲梁必承从商的初心就是为了解决社会问题。从学生时代起，热爱中国文化和历史的梁必承，从业初期就一直关注并迫切地想提高韩国华裔的待遇。“我父亲以一个自然人的身份向韩国政府提交了一个建立韩国绿卡制度的法案，当时政府认为这项法律有利于韩国的国际化，于是从2003年开始，韩国的华人都能申请韩国的绿卡，享受国民待遇。”梁东霞告诉记者，这是韩国历史上唯一一次由自然人推进的一项法律。

之后，梁必承希望对华人的生活环境也做出改善，于是，他写了一本学术著作《韩国：没有中国城的国家》，并发起了一些社会运动，期望说服韩国的领导人在韩国建一个中国城。“一个偶然的机会，李嘉诚长江集团工程部的CEO告诉我父亲，你只是这样写书、游说是没有办法实现你的规划的，你必须要成立公司、拿土地，才有可能建立中国城。”梁东霞告诉记者，身为学者、教授的父亲从未想到会成为一个房地产开发商，他是抱着帮助在韩国的中国人取得合法权益这样的梦想，创立的CKT开发有限公司。

到梁东霞接班的时候，父亲嘱咐她最重要的是把家族企业的精神继承下去。

创业的基石

家族企业给予的双重财富

在家族企业工作的近十年时间里，从基层做起的磨砺让梁东霞积累了丰富的商业经验，“一定要对社会有贡献”的企业价值观亦成为梁东霞受益一生的精神财富。

梁东霞什么样的工作都做过，在这样的基础上，她的接班才特别顺利，而且让她之后的独立创业有了充足的准备和经验。“这方面我特别感谢父亲，我见过很多家族企业的二代、三代在大学毕业以后就直接进入企业做中层管理，对于一个没有任何工作和社会经验的小孩来说，一下子很难接手，接班过程也就困难重重。”

在家族企业里工作了十年之后，梁东霞想做一件与自己最初的理想—女性权力有关的事情。2012年，梁东霞创立了自己的第一家公司——e美，做美丽、健康方面的产品。“CKT是我这个公司的投资方，我认为美容和化妆是女性权力很重要的一部分，而且父亲和我的共识是中国未来健康业、美容业的潜在市场很大。”梁东霞坦言，自己创业之后才明白父亲当初在没有任何商业背景的情况下，从零开始一步步把家族企业发展起来的艰辛。“而且，正因为有CKT打下的基础，我才在做自己的公司时，一方面制定商业模式得心应手，另一方面也得到了很多合作伙伴的帮助。”



梁东霞与父亲梁必承在《中国经营报》社主办的2016（首届）中国女性领导力论坛“感恩有你”环节互赠礼物。

梁东霞始终铭记着父亲订立的家训—不管从事什么工作，都一定要对社会有贡献，不论你是当一个律师还是当一个企业家。梁东霞观察到目前不论是美容产品还是化妆方式，东方都深受西方影响，所以e美要做的不仅是关心女性的健康美丽，更希望能打破长期以来西方美主导东方美的格局，并以东方美去影响西方美。“e美的‘e’是‘east’，代表的是东方美，我们线上售卖的化妆品品牌以韩国品牌为主，推送的化妆方式是融合中国女性特质的韩式妆容。”梁东霞期望自己对社会做的贡献能更深远。

创新为解决问题而生

化妆是女性权力的一部分

梁东霞介绍说，韩国的调查显示，在韩国企业中，女性领导者占比多的往往是家族企业，家族企业给了女性更多机会。梁东霞的切身感受也的确如此，韩国女性在社会上工作很不容易，如果不是

家族企业，在外部公司难以获得机会。也是基于这个原因，梁东霞在创办e美公司时，关心的不仅是中国的美容市场的发展，还有行业内女性的就业问题。

进入美容业后，梁东霞观察到一个奇怪的现象，在中国，美发行业的从业人员情况和其他国家完全不同，绝大部分的美发师都是男性，而在韩国80%是女性，美国也是一半以上是女性。后来e美在东北注资了一个职业技术学校，其中的美发专业基本都是男学生。为此，梁东霞从客户的角度做了调查，结果显示，事实上女性顾客认为女性美发师更了解自己喜欢什么需要什么，为自己服务更舒适更满意。在梁东霞看来，一个好的美发师，最重要的就是了解并满足客户的需求。“在服务行业，客户的满意度是企业核心，形成的口碑效应会带来更多好的回馈，收益也会增多。”因此，在社会责任感和市场导向的双重驱动下，梁东霞在所投资的学校专门开辟了一个女性美发师的平台，为女性提供更多的学习和就业机会。同时在合作伙伴的选择上，不论是行业内的还是跨行业的，梁东霞更倾向于女性员工比较多的企业。梁东霞的做法也得到了团队普遍赞同，希望通过e美这个平台给女性提供更多的机会和更好的服务品质。“我一直很认同父亲关于社会责任感的解读——你为社会做贡献的话，钱自然会流向你，有了钱以后又能为社会做更多更大的贡献。”梁东霞说。

父亲的思想滋养着梁东霞，不断在事业上给她带来新的灵感。“父亲提出过一个很有意思的想法——社会没有问题的话，企业家没办法赚钱，所有的创新都是为了解决问题而问世的，必须能解决问题在商业上才有机会。e美的主打产品‘美妆箱’就是基于这样的理念产生的，因为很多中国女性都需要一个便捷的、完整的美妆解决方案。”在梁东霞看来，化妆是女性权力的一部分，是女性自我表现的方法，是一种艺术创造，不是别人希望看到我什么样的形象，而是我愿意展现给他什么样的形象。梁东霞所认识的一位癌症患者，尽管病魔正在侵蚀她的健康，但是她坚持每天早上都对着镜子化妆，她说：“决定自己模样的，不是癌症而是自己。”

（本文详见于《家族企业》杂志4月号，版权归《家族企业》杂志所有。授权转载及合作请与微信后台联系，或发邮件至xiaojing@cbnet.com.cn。）

来自《家族企业》杂志！只有中国的传承才能传承中国



长按识别二维码上微店订阅杂志

📞 订阅热线

010-88890061 / 88890466

✉ 咨询邮箱：

jiazuqiye@cbnet.com.cn

· 寻找中国传承之道 ·

修身 | 治业 | 齐家 | 益天下



喜欢此内容的人还喜欢

十月新刊速览 | 新生代能不能主动提“传承”？

家族企业杂志CFBR

