全球清洁和卫生解决方案的领导者

—— 访泰华施大中华区董事总经理郭钧先生

□记者　李 莉 陈海燕

泰华施作为全球领先的清洁、卫生和维护方案供应商，通过其高效地整合化学品、设备和可持续发展项目，不断创新清洁和卫生技术，为全球各领域的客户带来美好的工作生活环境，其服务的市场领域包括设施管理、医疗保健、酒店服务、零售和餐饮服务以及食品饮料等。目前，泰华施的业务已覆盖全球100多个国家和地区，拥有近万名员工，2017年实现净销售额约26亿美元。适值中国改革开放40周年之际，作为行业翘楚，记者专程采访了泰华施大中华区董事总经理郭钧先生。

泰华施大中华区董事总经理郭钧先生

泰华施在中国的业务足迹可以追溯到1986年。目前泰华施的脚步已遍布中国，销售及技术服务能力覆盖100多个城市，并拥有本地研发中心和多个办事处，为全中国的客户提供世界级的清洁卫生解决方案。郭钧总经理介绍说："泰华施一部分是来自于美国庄臣的商用清洁部门，于上世纪80年代进驻中国时是当时前三家外资企业之一。中国实行改革开放不久，积极吸引外资到中国来投资，庄臣引领潮流来到中国进行投资，正是看重中国的市场空间和发展潜力。改革开放40年，我们在中国已发展30多年，比较完整地经历了改革开放的整个过程。实际上、我们公司的发展和中国改革开放的很多情况类似，从一开始学习模仿，到自主创新，再到现在向外输出我们的资本和技术。"

谈到公司的竞争优势时，郭钧总经理说："从我们刚刚进入中国到现在，经历了中国40年的改革开放，公司在竞争格局上发生了很大变化。刚开始将美国产品带入中国的时候，当时人们的普遍意识是觉得清洁不需要什么特殊产品，基本就是一块抹布和一桶水就能清洁了。但是随着经济社会发展，为了满足人们生活质量日益提升的需要，以及更好地帮助我们的客户进行成本管理、运营效率的提升，我们现在讨论的是互联网清洁、如何利用各种先进的设备、或者用机器人做清洁，这些都已经完全不是同一个概念了。在这个过程中，我们作为全球领先的商业清洁行业的公司，我觉得我们赢得市场最关键的不是我们的产品，而是我们的人，我们的解决方案，以及我们始终坚持以客户为中心，能够给客户创造价值。B2B企业和B2C企业面对的市场不同，所采取的策略也不一样。对于我们商用清洁来说，品牌价值实际上就是通过我们的人来体现和传达的。我们的培训、咨询和运营专家用专业知识和解决方案去服务我们的客户，解决我们的客户在清洁、卫生和安全方面的一系列问题。我们和客户之间的关系不仅仅是供应商和买家的关系，而是合作伙伴关系，因为我们的商业模式是培训我们的员工要具备非常强的商用清洁方面的专业能力，用我们的专业眼光到客户的现场去了解我们在哪些方面可以帮助客户带来价值，跟客户一起创造价值并传递给终端消费者。在这个过程中，我们再来分享价值带来的成果。"

公司的企业文化，体现在公司所有的品牌、所有的市场、所有的业务中，实际上是建立在人的基础上。郭钧总经理强调说："我们经历过大概4—5次的并购重组过程。那么，在整个过程中我们却能留住优秀的人才，其中的关键点在哪里呢？公司的价值不是由少数人驱动的，而是由其才华横溢的团队驱动的。人才，对我们来说是企业的第一生产力，比如，我本人就在公司已工作了21年，公司还有很多工作了10年、15年，甚至30年的员工。为什么这些员工会跟着公司一起成长呢？实际上是在这个过程中公司不断地给员工成长的机会，不断地给员工带来新的理念，给予新的培训机会。就拿我本人来说，我在公司21年，公司给我创造了很多机会，让我可以尝试不同的职责，不同的工作种类。公司有一系列的不同层面的人才培养计划，比如，我们每年会做一个'发动机'项目，就是将公司优秀的人才组织在一起，刻意地制造各种交叉学习，甚至交叉管理，这个过程能够让员工不断地自我探索和相互学习。在泰华施，人才的培养是重中之重，因此我们为员工举办全球性的世界级培训与发展研讨会，我为此感到无比自豪。"

创新是泰华施的DNA，这是泰华施近百年来一直不断在坚持的。泰华施将高新技术注入清洁解决方案，不断地提高清洁效果、降低成本、减少人工及注重对操作者的保护、减少对环境的影响，进而为顾客增加价值。通过不断地开发创新产品使泰华施始终走在行业领先地位，引领行业的不断发展和变革。比如在中国的一般经济型酒店，基于成本的考虑，不会给清洁用品留有很大的仓储空间，且酒店的清洁员工门槛低、人员流动频繁，需要一款既方便配比使用，又不占空间的产品。根据上述需求，泰华施研发了SmartDose智配系统，只需一个1.5升瓶子的空间，再配合专利泵头，操作简单易懂，摆脱人员频发变动带来的影响，好评也随之而来。

凭借近百年的专业知识和经验积累，泰华施坚持以客户为本，根据各行业的特殊需求，提供定制化的可持续清洁卫生解决方案。泰华施致力成为未来的开创者，以及清洁互联和创新方案的创造者，始终以满足客户需求为核心，并努力保护和改善环境。互联网清洁将颠覆清洁和验收的方式。互联网清洁即通过智能设备的连接，结合产品、数据和服务平台，可以提高清洁运营的生产效率和盈利能力。互联网清洁是泰华施业务的核心，确保将清洁和卫生大数据转化为高效的运营，帮助客户提高生产力、降低总体运营成本并保护其品牌。

郭钧总经理进一步阐述说："现在对于大部分企业来讲，都非常重视如何进入互联网时代，如何拥抱最新的技术。因为在大部分人的眼里清洁是很传统的，没有什么高科技，所以我们正在发展的两大方向——互联网清洁和机器人设备，就是把物联网的革新技术和大数据技术与我们非常传统的行业结合起来。互联网+清洁，就是通过物联网和大数据，去监控整个清洁操作的过程是不是被完美地实施，清洁的效果是不是达到预设的效果，同时在这个过程中，能够帮助我们的客户去监管总体运营成本是否在我们设计的控制方案之内。这种技术可以让我们的客户通过大数据来分析潜在风险？了解目前的管理达到什么水平？我们作为这个行业的领先企业，一方面，要满足我们的客户今天的需求，另一方面，我们要时刻引领客户未来的需求，因为只有这样，企业才可以做到一百年、甚至更长的时间。"

可持续性发展是泰华施所做一切的核心。作为美好生活的推动者，泰华施从诞生之日起，就将对环境、对人类的贡献，作为企业的核心理念。面对当今颇具挑战的环境，泰华施凭借先进的化学配方、高效的设备和可持续发展项目，减少了对自然资源的总耗量，用更高的清洁卫生水平，创造一个更清洁、更健康和更安全的环境。泰华施作为业内倡导绿色清洁的领导者，始终力求在满足清洁卫生需求的同时做到对环境无害，始终以维护客户经济效益的可持续发展为核心理念，从产品研发开始，帮助客户节省水和能源，并减少浪费、提高效率、降低营运成本，协助客户建立一个安全、健康的环境，提高设施的使用寿命。泰华施的目标不仅是在自身活动中保证可持续性，同时还要帮助客户实现可持续经营。泰华施的社会责任之一是通过回收酒店客户所产生的废弃肥皂，为社区家庭提供重新制作肥皂的工作机会，并为缺乏卫生条件的家庭提供新的肥皂。

引领创新的清洁和卫生技术，持续保护和关爱人们的日常生活，构建一个健康和安全的世界，是泰华施的使命和愿景。我们相信，泰华施作为美好生活的开创者和推动者，未来，将不断提供更多创新的清洁和卫生技术，为全球各领域的客户带来永续发展的信心！