

从囚犯到百万富翁：悦榕庄的故事

何光平用田园生活的创意重新定义了豪华度假胜地。他是总部设在亚洲的连锁豪华度假村——悦榕庄的创办人。

对于一个经营着大型跨国公司的人，何光平早年的经历令人感到惊奇。他说：“我属于婴儿潮一代。”在加州的斯坦福大学读书那会儿，何光平参加了反对越南战争的活动。后来在当记者时，他为《远东经济评论》撰写了有争议文章，因此被关在新加坡的监狱里。他描述那两个月的监狱生活“发人深省”。

“你清楚的意识到你是谁，你不是谁”他说，“我意识到我不是纳尔逊·曼德拉，我也不想成为他那样的人。我被囚禁的事业并不是…我真正倾心的事业。”

然而，何先生感到他和他那一代人并没有完全丢掉那个时代的理想主义精神。那个时候有许多这样的年轻的理想主义者。那些被抓进监狱、被大学开除的年轻人如今已经成了成功者。他们没有忘记他们的理想，他们找到了其他的表达方式。

何光平说他的经历改变了他的生活。在监狱里时，他决定向妻子求婚。“我关在狱中的时候，我可以见到父母…但我见不到我现在的妻子。”，“那是我对于浪漫的理解…我认为那是很浪漫的。她也许不这么认为”他打趣地说。

田园

出狱以后，何先生继续当记者，和他的妻子生活在香港边上的一

个小岛上。

他们居住在小渔村里。“尽管生活贫困，”他说：“那时期的生活充满了田园气息。”实际上，他公司名字来源于榕树湾——他们在那里生活了三年。

“我们想挑一个能够唤起浪漫、亲切感觉…的名字，至少是对于我们，悦榕庄代表了这些”他解释说。他指出这个名字不只是为了吸引年轻的夫妇。

“那是浪漫之旅，置身于一个美丽的小渔村浪漫… 这就是榕树所能给人带来的内涵我认为这都源于这个名字”

几年以后他的父亲中风，他决定加入家族生意，进入商界。他说，他很快就决定开辟全新的方向。

“主要是因为我们在做的生意，我觉得是不可行的。那些今天在我看来，仍然是亚洲企业的弊端，贴牌制造...也就是代工”。他解释说“你无法占有市场，你也无法拥有品牌…市场总是不断被挤压。”

“我决定，我们一定要有一个品牌，…按照这个想法，我必须找到新的生意，和我们正在做的生意不同。”

机会来了，泰国的普吉岛有个在建酒店因为没有海滨而无法继续下去。

“一切创造都来源于需求，我们生活就是一个例子。”他说：“为了吸引客人到酒店，何光平有了灵感——建别墅而不是房间，每一个别墅都配有游泳池。”

创造力

这个想法指引他创造了悦榕庄最具吸引力的特色——酒店 SPA。他说：“如果不是最初的麻烦，那么他建的酒店就和其他的没什么不同。”“我一直认为伟大的想法都是在解决问题是产生的…广告不是坏东西。悦榕庄靠的就是它，毕竟我们没有海滩。”

但何先生的想法并不总能得到别人的认同，尤其是酒店业的专家。他雇来的顾问拒绝接受在欧洲模式的酒店内引入热带的 SPA，他们愤怒的离开了。

何先生说：“我们把所有 SPA 的知识发挥得淋漓尽致。”他的坚韧给了他一个启示：“你永远不要成为别人。不论有什么样的缺点，那是属于你的，你可以从中创造出独一无二的东西。”

“首先，我们把所有 SPA 的知识发挥得淋漓尽致.. 我们的水疗师会赤脚行走，因为赤脚行走在亚洲表示尊重... 他们身着亚洲的服饰而不是白色制服。”

然而，他并非对成功总有把握。“有了企业家的志向，你还要准备应对各种麻烦。如果悦榕庄的普吉岛项目失败了，我会另外开辟一个市场继续进行品牌营销。你不得不尝试，你必须明白事情可能顺利，也可能遭遇挫折。”

全球影响力

现在悦榕庄的酒店远及墨西哥、塞舌尔。何先生说，在全球扩张中品牌和灵活性是重要的因素。然而他认为，对于亚洲的企业这点尤其困难。

他说，亚洲品牌很容易在亚洲客户那里产生共鸣，但要推广到全球范围却异常艰苦，“因为在过去五十年里，主要市场在西方。”

然而，何先生乐观的认为，亚洲消费市场的扩展将改变当亚洲企业对市场的理解，因为亚洲市场是消费市场的一个部分。

他坚信，企业可以不牺牲其文化传统将业务推广到全球。他尝试在自己的业务应用这个观念，“摩洛哥的顾客们来到悦榕庄，因为他们想看到一个泰国旅游胜地，或者因为悦榕庄将带来一些特色服务、特色文化...于是，他们到了摩洛哥，见到了最美的摩洛哥。”

何先生相信，成功的关键是能够给客户一种“融入到环境之中的感觉”。

广告不是坏东西。悦榕庄靠的就是它，毕竟我们没有海滩。