



记者 伍洁 通讯员 史超

创业20多年,视董明珠为偶像的邵阳妹子何春梅逆天改命,这个曾经的野丫头抱着“只要我想做,就一定能做好”的信念,一路筚路蓝缕、披荆斩棘,成为身家上亿的总裁。她在家乡成立亚洲富士电梯股份有限公司,建设高端智能化的制造工厂,将湖南制造的电梯推向世界。

童年磨砺养成商海中搏击的重要品质

童年时期的何春梅家境极为困难,然而,正是这种困境锻炼了她,使她从小就懂事、勤奋、努力。1985年,何春梅的父亲病重,家中无钱买药,年仅4岁的她在当时的邵阳县黄塘乡卫生院经历了一场“强买药”的人生初考。为了父亲的健康,她在医院门口多次被拒,却始终不放弃,这位医生眼中的“野丫头”一次次用泪水和坚持打动医生,最终买到父亲急需的药。都说苦难和逆境能锻炼一个人的意志,这段童年往事虽充满艰辛,但磨砺了何春梅的意志,培养了她在日后在商海中搏击的重要品质。

1999年,18岁的何春梅南下打工,当过流水线工人,做过小职员,摆过地摊,卖过水果,打过杂……尝试过各种工作的她积累了丰富的社会经验。2001年,何春梅与丈夫王要辉结婚。彼时,何春梅在超市做导购员,丈夫则在一家电梯公司做维修保养员。虽然两人的收入在当时已算高薪,但由于孩子体弱多病,家庭开支仍然入不敷出。为此,何春梅辞去工作,与丈夫组建了一支维修队伍,专门承接电梯维修的私活。她敏锐地觉察到电梯配件价格上的信息差,夫妻俩同时扮演采购、技术、设计、送货员、业务员、厨房阿姨等角色,将商业模式从包工不包料改为包工包料,成功地将利润翻倍。

办电梯工厂,“游击队”变正规军

5年时间,他们积攒下了人生中的第一桶金。2008年的金融危机,让许多行业面临挑战,电梯维修行业也逐渐走向规范化,何春梅的“游击队”被迫出局。尽管如此,何春梅并未被困难打倒。她看到了电梯行业的商机,决定将“游击队”转变为正规军,开办自己的电梯工厂。2009年,在丈夫的支持下,何春梅与合伙人共同成立了深圳亚洲富士电梯设备有限公司,丈夫负责技术,她则负责市场与销售。

创业易,守成难。珠三角的电梯巨头林立,三菱、奥的斯、日立等头部品牌占据国内市场份额80%,而且,仅广东东莞地区就有数十家电梯公司。作为一个普通的民族品牌,如何在这个行业里有一席之地?甚至,该如何活下去?

不到40岁的何春梅开始掉头发,她用四个字形容自己当时的境地——焦头烂额。

很快,何春梅就让亚洲富士锁定了细分领域:别墅电梯。此时,正赶上深圳别墅经济发展的高峰期,巨头们秉持高高在上的姿态,非大项目不接,非大楼盘不做。因此,别墅电梯在业内,一直被视为名副其实的“鸡肋”。

将董明珠视为偶像的何春梅有着不认命的个性,她选择相信自己。她以高端别墅定制电梯为切入点,迅速锁定了北上广深的高端私人客户,带领公司在市场中站稳脚跟。



▲何春梅(左二)向女企业家们介绍公司情况。

“电梯女皇”何春梅 将湖南制造推向世界

2015年,何春梅开始将目光转向家乡邵阳,与丈夫在邵阳经济开发区成立亚洲富士电梯股份有限公司,并投入巨资建设新的电梯制造工厂,这一决定不仅促进了邵阳经济的发展,也为更多乡亲提供了就业机会。

回家乡发展几年后,亚洲富士电梯交出了一份亮眼的成绩单。自主品牌“亚洲富士”具有整机生产资格,产品涵盖乘客电梯、医用电梯、载货电

回到家乡,将湖南制造推向世界

梯、汽车电梯、扶梯、人行道等电梯产品品类,年生产能力1万台,无论是生产实力还是技术实力,在国产电梯企业中都名列前茅。

在何春梅的眼中,营销上的暂时领先并不可持续,企业的长期发展必

须依靠科技创新。何春梅积极响应“一带一路”倡议,引入高端人才组建研发团队,取得了多项发明专利,带领亚洲富士拓展国际市场,将湖南制造的电梯推向世界,让更多人见证中国制造的

如今,亚洲富士邵阳基地建有5万平方高端智能化的制造工厂。2017年,何春梅花5000万引进全自动化生产线,2019年,再次投资6000万建成全球首创、中西部最高的159米双智能多功能电梯试验塔。

区别于市面上的立体停车场,亚洲富士研制的智能立体车库,无需驾驶者本人停、取车,智能系统可自动完成各项步骤。2020年,亚洲富士电梯成了湖南科创板挂牌企业,其邵阳生产基地二期项目目前正在稳步推进建设。现在,她又将弧形电梯、磁悬浮电梯作为主攻方向。

如今,爱折腾的何春梅,心里又有了一个“357规划”——用3年时间争取在资本市场上市,用5年时间实现年营收破20亿并走向国际,用7年时间在行业内成为一个绝对品牌。

◀亚洲富士研制的智能立体车库。

