

2013 年通商中国青年奖

黄文华，年龄：39岁

CHARLES & KEITH创办人

背景

黄文华是本地知名品牌CHARLES & KEITH的创办人之一。他从小就在父母亲位于宏茂桥的鞋店帮忙。这对他来说是一段宝贵的经验，他学会了如何招待顾客、帮顾客试鞋、盘点存货、处理账目和物流等等。

与弟弟一起帮忙父母打理鞋店的经验，让黄文华发现欧洲鞋子的尺码并不适合亚洲人。他凭着敏锐的商业嗅觉，意识到一个提供时尚、价格实惠及适合亚洲人穿的鞋子品牌在本地大有市场。

黄文华只有O水准毕业，他凭着10万元的储蓄，和弟弟黄文杰于1996年在安国购物中心开了第一间500平方尺的鞋店。黄文华当时22岁，刚服完兵役。他让弟弟负责设计工作，自己则担任董事经理，负责业务运营。

在两兄弟的努力下，公司取得了突飞猛进的增长。2003年，CHARLES & KEITH取得了约2千万元的营业额。在七年间，CHARLES & KEITH在新加坡开了11间零售店，并在印度尼西亚、阿联酋、澳大利亚和菲律宾开了超过20间特许经营店。公司的足迹也遍布许多其他国家或地区，包括多米尼加共和国、埃及、希腊、马来西亚、巴基斯坦、台湾、泰国、土耳其、毛里求斯和缅甸。2012年，公司市值2亿3700万元，在32个市场开设了353家分店。

黄文华给CHARLES & KEITH的定位是时尚且价格实惠。这个战略使公司取得了巨大的成功。为了满足不同的市场需求，公司也开创了较高档的Pedro和CHARLES & KEITH Signature Label。

由于黄文华在鞋业零售店拥有第一手的工作经验，因此他特别强调销售人员的服务和态度。他相信，服务的质量是提高忠诚度的关键因素。在黄文华的经营理念中，设计至关重要，他经常带领设计团队前往米兰、巴黎和伦敦等世界时尚之都与世界各地的设计师进行交流。

黄文华也非常重视品牌形象的一致性。所有CHARLES & KEITH的店面都采用类似的设计，让顾客无论走入哪家分店都能找到熟悉感。

成就

作为CHARLES & KEITH的董事经理，黄文华最大的成就是把一个默默无闻的本地鞋业品牌打造成国际零售品牌。目前，法国奢侈品巨头路易威登集团持有CHARLES & KEITH的部分股权。

2011年，有报道称黄文华和他弟弟黄文杰以3千万元，把20%的股权卖给路易威登集团旗下的私募基金L Capital Asia。这一合作进一步推动了公司的增长，帮助CHARLES & KEITH把店面增加到410多家，遍布亚太、中东和南非的33个市场。

集团也准备在2014年进入拉丁美洲和其他中东国家，并准备和日本合伙人拓展在当地的店面，计划在未来48个月从现有的三家店面增加到三四十家。

在拥有芬迪（Fendi）、宝格丽（Bulgari）、马克·雅可布（Marc Jacobs）等奢侈品牌的国际集团路易威登的协助下，CHARLES & KEITH预计会更积极地扩展业务，特别是中国市场。事实上，路易威登并不是唯一和CHARLES & KEITH谈收购股权的公司。路易威登与中国业主的关系，能为CHARLES & KEITH提供进军中国市场的机会，这一点让兄弟俩同意了这项交易。

在个人方面，黄文华获得了一些企业家奖项，其中包括2008年扶轮社颁发的年度企业家奖。这是新加坡历史最悠久的企业家奖，竞争相当激烈。2012年，黄文华获得企业精神奖。

在更早之前，黄文华于2004年获得了新加坡杰出青年的殊荣。CHARLES & KEITH也通过实习、产品赞助等各种计划支持本地培养设计师，黄文华本人更成为其他年青创业家的榜样。贸工部政务部长张思乐曾提到，他请黄文华帮助本地一名刚起步的制鞋企业家，黄文华欣然接受，并让这位企业家借助CHARLES & KEITH大量的订单，从中获益。

在慈善方面，CHARLES & KEITH在2003年和2004年支持全国肾脏基金会的年度慈善表演晚会。自2001年起，它每年都捐助仁慈医院和医疗中心以及光明山长青疗养院。黄文华也和31名本地企业家联合捐出10万元给南洋理工大学商学院，每年为学生提供两份助学金。在2012年，为了新加坡乳癌基金出一份力，推出了限量版的指甲油。

对新中关系的贡献

为了表示自己对进军中国市场的决心，黄文华于2009年在上海置新居，以监督业务。他计划在2014年之前开设100间零售店。他在上海开设第一间店后，业务迅即扩展开来。迄今，CHARLES & KEITH在中国拥有63家店面，遍及上海、广州、武汉、南京等大城市。

黄文华进军中国，提升了新加坡企业家在中国的知名度，也增强了在华新加坡品牌之间的凝聚力。在他移居上海的三个月内，公司依靠新加坡的商业网络快速地发展起来。这包括在凯德集团的上海来福士城开设第一间CHARLES & KEITH零售店，新加坡经纪公司如星展银行也给予了大量支持。黄文华表示在凯德集团的上海来福士城开设首家分店是一个非常自然的决定，因为双方在新加坡就已经合作很长时间了。

黄文华思维敏锐，强调应根据中国市场调整CHARLES & KEITH的经营策略，并在中国最受欢迎的网上购物平台淘宝网设立网页，符合中国市场的策略，也帮助CHARLES & KEITH迅速赢得了消费者的欢迎。

黄文华和黄文杰两兄弟也从中国直接购买原料，以保持业务的成本效益，同时也帮助新中两国制造了商业机会。黄文华拓展中国市场，是因为他意识到中国是个能让企业取得飞速增长的市场，而且这有助于促进新中两国的商业往来。

根据CHARLES & KEITH的网站，公司在中国的办事处负责设计、研发、生产控制及其他业务。黄文华敏锐的商业嗅觉，加上他把公司的基地转移到中国，肯定能让他的业务更上一层楼。公司在中国市场拓展业务，也将进一步推进新中的友好关系。

荣誉与奖项

个人

- 2012年企业精神奖
- 2008年由扶轮社和中小企业商会颁发的年度企业家奖
- 2004年新加坡杰出青年奖

公司

- 2008年新加坡商业奖的最佳企业奖
- 2002年及2003年新加坡零售协会的零售礼貌金奖
- 2002年标新局的卓越服务奖