

# 秀域 凭什么

李晓宁◎著

**中国美容冠军企业实战书**

SHOWYU BEHIND  
SUCCESS

**叶茂中说**

这是美容连锁行业快速成长的  
品牌奇迹

这更有可能成为中国未来的  
品牌传奇

# 秀域 凭什么

李晓宁◎著

中国美容冠军企业实战书

SHOWYU BEHIND  
SUCCESS



企业管理出版社

ENTERPRISE MANAGEMENT PUBLISHING HOUSE

## 图书在版编目(CIP)数据

秀域凭什么：中国美容冠军企业实战书 / 李晓宁著. — 北京：企业管理出版社，2012.8

ISBN 978-7-5164-0139-2

I. ①秀… II. ①李… III. ①美容—连锁企业—企业管理—经验—中国  
IV. ①F719.9

中国版本图书馆CIP数据核字(2012)第193212号

---

书 名： 秀域凭什么：中国美容冠军企业实战书  
作 者： 李晓宁  
责任编辑： 杜 敏  
书 号： ISBN 978-7-5164-0139-2  
出版发行： 企业管理出版社  
地 址： 北京市海淀区紫竹院南路17号 邮编 100048  
网 址： <http://www.emph.cn>  
电 话： 总编室 (010) 68701719 发行部 (010) 68701816  
编辑部 (010) 68414643  
电子信箱： 80147@sina.com zbs@emph.cn  
印 刷： 北京隆昌伟业印刷有限公司  
经 销： 新华书店  
规 格： 787mm×1092mm 16开本 13印张 156千字  
版 次： 2012年11月 第1版 2012年11月 第1次印刷  
定 价： 38.00元

---

版权所有 翻印必究 • 印装有误 负责调换



秀域

[www.showyu.com](http://www.showyu.com)

秀域健康美容机构

Showyu Healthcare & Beauty Salon

# 秀域晨读

## 我知道，我的职责是……

一、孝敬父母：我工作的每一点进步都是回报父母的礼物！

二、尊重师长：知识是我获得的最大财富。感谢所有给予我知识、教诲、培训的老师、上司和同事！

三、珍惜缘分、善待他人：我珍惜和同事、顾客相处的每一天。我知道在秀域工作的每一天都是我未来回忆中最精彩的一天！

四、天道酬勤：成功都是辛勤付出的回报。现在我的成绩不够好，是因为我的付出还不够多！

五、我热爱我的团队，热爱秀域这个大家庭！我们每一个人都像兄弟姐妹一样，互敬、互爱、互助！

六、我是这个团队最优秀的，因为我付出了双倍的真心和努力！

七、我的顾客是最多的！因为我有最真诚的微笑、最完善的服务和最专业的技术！

八、我骄傲我加入了生机勃勃迅猛发展的秀域，我将和她一起成长！

九、我的行动口号是：学习学习再学习，行动行动再行动！

龐中華硬筆寫於07年2月





①



②

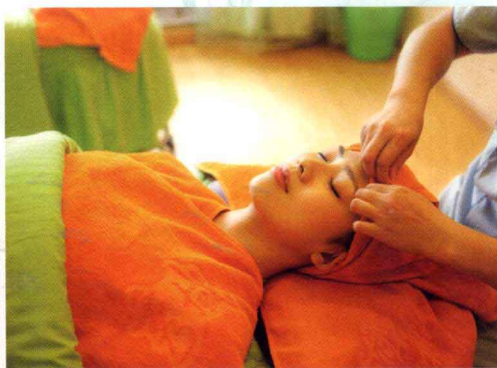


③

①  
②  
③

- ① 董事长李晓宁参观人民网
- ② 2012年9月秀域正式启动资助成都市乡村教师和优秀教师项目
- ③ 2012年5月董事长李晓宁接受人民网专访

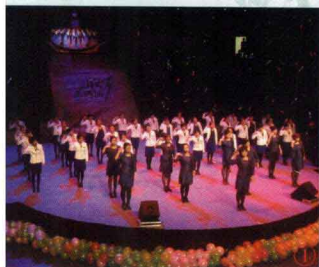
# 秀域 凭什么



- ① 秀域——第62届世界小姐中国区  
总决赛赞助商
- ② 第61届世界小姐中国区冠军刘晨体验  
秀域服务
- ③ 秀域高端品牌店璞君阁
- ④ 第62届世界小姐全球总决赛冠军于文霞  
亮相秀域







① ② ③  
④ ⑥  
⑤

- ① 秀域七周年庆典武汉现场
- ② 秀域七周年庆典北京现场
- ③ 秀域七周年庆典上海现场
- ④ 秀域七周年庆典贵阳现场
- ⑤ 秀域高端顾客感恩酒会广州现场
- ⑥ 秀域高端顾客感恩酒会上海现场



## 2012年井冈山秀域业务精英会议



① 2012年井冈山秀域业务精英会议合影

② 忆往昔峥嵘岁月

③ 踏着红军的足迹前进

④ 红旗猎猎，誓言铮铮





## 秀域心法

七年……

八百多家直营店……

一万多名员工……

这是一名女子单枪匹马以一间小区美容院为起点达到的成就；

这是美容连锁行业快速成长的品牌奇迹；

这更有可能成为中国未来的品牌传奇；

这也不可避免地引起大家的好奇。

秀域凭什么？

要我说，秀域凭的是心法。

每本武侠小说里都存在着一本绝世秘笈，能夺得此笈者定能号召群雄一统江湖，学个区区几页如宝树和尚也能小有成就，拿了半册如梅超风等人更是名震江湖。因此武林各派为之生死相斗，死伤无数，但能成为最后的武林至尊者都一定会顿悟，武功的强大，不在秘笈的上乘招式，而是以强大的内力心法作为基础。同样，秀域的董事长李晓宁在这本书里，并没有拘泥于经营的一招一式，而是毫无保留地向读者介绍了秀域成功的品牌心法。

## 心法一：真诚

真诚是一把刀，割谁谁都疼。

秀域很真诚。

通篇阅读，秀域的真诚割得我一刀一刀的疼。当这个世界变成皮鞋可以做果冻、做胶囊，废料用来做儿童玩具，私人信息可以被银行出卖的时候；当网络时代信息的透明让我们变成了受惊的兔子，对事物的怀疑精神升至最高，对事情的信任度却越来越低的时候，秀域的真诚依然穿透消费者铜墙铁壁的心房，结结实实打进他们心里。

松下幸之助曾说：“在这个世界上，我们靠什么去拨动他人心弦？有人以思维敏捷、逻辑周密的雄辩使人折服，有人以音容并茂、慷慨激昂的陈辞去动人心扉……但这些都是形式。我认为在任何时间、地点，去说服任何人，始终起作用的因素只有一个，那就是真诚。”海尔多年来也一直将“真诚到永远”作为自己的口号，为何基业常青的企业都如此看重“真诚”？

因为每个品牌都需要两个经销商，一个铺到消费者面前，一个走进消费者心里。满足客户在物质上的需求并以真诚满足客户在人性、情感上的需求，通常会使他第一次和你做生意之后，就会不断地光顾，因为一旦物质上的需求得到满足，他们就会继续寻找满足情感需求的体验。虽然在迅速膨胀的利益面前，不少企业丢失了真诚，迷失了良知，但消费者的眼睛是雪亮的。在这样的环境下，真诚的企业更能脱颖而出获得消费者无条件的拥护和信任，海底捞是一例，秀域更是一例。

## 心法二：忠诚

好员工就是生产力。

秀域很“忠诚”。

有种说法是“忠诚”已死，员工无常。员工只想拿到更高的薪水，谁价儿高去谁家，更有说法说企业追求员工忠诚是愚蠢的，忠诚无非就



是“外界的诱惑还不够强大”。

我不同意。

忠诚没有死，它只是睡着了。

员工与客户的忠诚只提供给那些用心赢得它、留住它，并始终如一地创造价值和提供体验的企业。而秀域之所以成功拥有忠诚员工和客户，是因为秀域首先是一家对客户和员工忠诚的企业。

在秀域，顾客比上帝重要，员工比顾客重要。在秀域，员工会有很多大型企业都无法提供的高端体检和深造；在秀域，员工共同创造及守护秀域的理念并风雨同舟；在秀域，李晓宁坚持培养员工，即使个别人会因为自身发展问题而离开，秀域也会给予真诚的鼓励和尽可能的支持。离开再回归的员工，秀域会不计前嫌甚至给予更多信任。秀域对员工的情感支付换来了员工对消费者的情感支付。在秀域，员工颠覆了人们对“服务”的既有认识。消费者体验的不是美容服务，而是秀域一颗颗热忱的心。

曾国藩把“自立立人，自达达人”作为成事立身的原则，自己想要建功立业，则先让别人功成名就，自己想要兴旺发达，则先让别人发展壮大。人同此心，心存此理，那么人们就会对你感恩。

得人心者得天下，没有什么比人心更牢固，也没有什么比人心更难得。

### 心法三：笨

聪明是智慧的天敌。

秀域很笨。

李晓宁很笨。巡店发现下层员工私自提价，本可以给不知情的客户以赠送项目的名义挽回错误，她却坚持给每一位消费者写道歉信将私自提价的事实实话实说；提拉的机器兼做胸部也没什么副作用，但无论利润多诱人她都坚持不做，还跑到竞争对手的公司里面给其高管毫无保留地上课。最笨的是，把秀域从诞生至今走过的弯路，发生的问题，做过的

错事统统列出来让诸位观看，虽然七年里有种种的不到位和弯路，但这本书却像一个小女孩慢慢成熟为女强人的品牌日记，很真实，很打动人心。秀域笨，这样的笨，不是每家企业都能做到的，即使看得到，也学不会。笨比聪明更难，笨需要坚持！

我们也很笨。这些年一直在用很“笨”的方法坚守内心那块神圣的阵地，不愿比较，不愿上门找客户，只能很“笨”地尽自己最大的努力做。因为如此，我们欣赏比我们有笨之而无不及的秀域。

秀域心法，其实可以概括为一个女人创建一个女儿国的心法，在这本心法里，没有营销奇招，没有成功捷径，没有眼花缭乱的品牌新概念和新名词，没有直白劲爆的抓眼球标题，只有踏踏实实的每一步历程，以及这每一步所代表的看似简单却难以领悟的心法。

心字难写，企业真正想得到的基业常青的心法，不只是简单地让企业如何增加当年销量，如何避免危机，如何赢得噱头，而是如何找到最根本的生存之道，如何理解消费者与自身长久维系的真正意义，以心法赢人心。

对于任何期待品牌心法的资深企业人士，对于那些希望以体验、情感丰富消费者认知进而丰富营销实践抱有热望的同好，尤其是那些个大家耳熟能详、常因缺失诚信而屡屡犯事儿、靠危机公关撑场面的名品牌们，更应该好好看看《秀域凭什么》。

谨以此序向秀域和李晓宁表示敬意！

叶茂中

2012年9月10日



## 诚信和胸怀，是企业腾飞的双翼

2010年，秀域公司的董事长李晓宁女士写了一本书《零损耗复制》，当时秀域旗下的直营店已经达到了六百家，鉴于李晓宁女士对中国美容连锁行业做出的突出贡献，我欣然为之作序，写了一篇文章——《领袖智慧+员工向心力=秀域》。

两年的时间很快，一转眼就过去了，秀域在这段时间里，继续励精图治，以平均每三天就有一家新店诞生的速度，稳健而高速地发展。在秀域迎来七周年生日的时候，秀域公司已经在全国范围内，达到了八百多家直营店的规模，成长为中国美容行业无可争议的冠军企业。

面对如此快速的成长，秀域人没有骄傲，而是时刻以成为“美容行业的海尔”这种高标准严格要求自己，进一步实施跨越式发展的目标。面对秀域突飞猛进的发展，人们不禁要问：是什么力量使秀域能如此快速地发展？秀域的腾飞，凭借的是什么呢？

李晓宁女士在第二本书里，向所有关心秀域、关注中国美容连锁行业发展的读者朋友汇报了他们近两年快速成长的秘密——走正道、恪守诚信、敞开胸怀。



一个成功企业的背后，一定有一种精神力量的支撑。秀域就是这样一家具有精神力量的企业。面对困难，他们始终坚忍不拔；面对成绩，他们不骄不躁；面对成功，他们始终不忘回馈社会。秀域以“位卑未敢忘忧国”的胸怀，为社会解决就业，为家庭排忧解难。目前，秀域的员工已经超过一万人。在这一万名员工的身后，就有一万个家庭分享到了秀域发展给社会带来的福祉。同时，企业还培养了一大批具有高度责任心和奉献精神为员工，为社会发展、经济繁荣，做出了他们应有的贡献。

如果说李晓宁女士在她的第一本书《零损耗复制》中，总结的是连锁企业取胜的奥秘，那么，她在第二本书《秀域凭什么》当中，则反思了一个企业如何做大做强的精神内涵。“道要正，心打开……”在这些朴实无华的言语后面，与之对应的是一个企业广博的胸怀：经营员工、善待对手、诚待顾客。也许你会认为，秀域做的每一件事都不神秘，但是，当一个企业把每件事都做到极致的时候，就会有奇迹出现。

一个没有共同精神诉求的企业，是无法产生凝聚力的。而秀域不仅把企业文化写在纸上，更形成了一种坚定的信念。秀域的企业文化决定了秀域人的思维方式，而思维方式决定了企业成功的高度。

希望李晓宁女士的第二本书《秀域凭什么》，能够为中国美容行业乃至中国民营企业的良性发展提供有益的探索。我们期待着，在不久的将来，秀域会有更多宝贵的经验与朋友们一起分享。

孙晓华

2012年8月28日



## 01 第一章 基要实，道要正

秀域每上一个新项目，都必须经过我自己的亲身体验，确保安全无副作用，我们才会引进。作为秀域最大的一只“小白鼠”，我有责任站在消费者的立场上，为他们的健康把关。如果项目不安全或者效果不理想，无论这个项目的利润多么诱人，秀域也绝不会染指。

经营源自最质朴的亲身感受 / 002

不做祛斑项目的秀域 / 005

任何时候都不要给企业留下死穴 / 007

不要透支顾客对你的信任 / 009

面对诱惑，要管得住自己 / 011

走正道，最大的获益者是自己 / 013

真正的销售，功夫在销售之外 / 016

## 02 第二章 打开心胸，懂得感恩

在经营秀域的七年中，我发现，要想带好这支队伍，只有打开心胸，企业的心胸打开了，员工的心胸也能打开。秀域坚持包容员工、善待员工，让员工感到家庭般的温暖。同行之间也应敞开心扉，“大家好才是真的好”，通过与同行交流，从对手那里也可以学到很多东西。

大气，是我对员工的最高褒奖 / 020

换位思考，学会包容 / 023

大家好才是真的好 / 026

任何人的梦想都值得尊重 / 029

包容员工，才能得到员工的理解 / 031

“寸金不舍”和退款的博弈 / 034

写给秀域乡村教师基金 / 036

## 03 第三章 诚信是财富的种子

自创建以来，秀域一直以诚信为本。没有因为加盟来钱快就放弃直营，没有因为“SPA”流行就利用新鲜的噱头欺瞒顾客，没有因为要减少成本就以次充好。天道酬勤，商道酬信。我们坚持一诺千金，承诺的事就一定要做到。投机取巧不是秀域的作为，我们绝不会因为金钱的诱惑作虚假承诺。

每个人都体会过诚信 / 040

一份奇怪的价目表 / 043

顾客为什么选择秀域 / 050

打造员工的核心价值观 / 054

在秀域，退款不是一个传说 / 056

退款是赢得顾客的最后方法 / 058

## 04 第四章 经营企业就是经营员工

秀域的发展离不开员工的努力和提升，培训是我们的重中之重，员工在培训中不仅能够得到技能的提升，还能学到很多专业以外的知识。在秀域，让我自豪的不是门店的迅速扩张，也不是企业利润的迅猛增长，而是员工的成长。秀域要让所有员工知道，这里是一个可以让每个人发挥自己能力的舞台，这里是一个可以把梦想变成现实的地方。

经营好员工，才能经营好企业 / 062

让员工学到专业以外的知识 / 064

员工培训是回报率最高的投资 / 066

执行学历工资的美容企业 / 068

企业最大的社会责任是经营好自己 / 070