



實現父願
成功拓展美髮帝國版圖
賴志郎

敬天愛人 堅持理想
為人生創造深刻記憶點

文：翁雅蓁 圖片：曼都國際提供



1966 年，身為髮型師的「曼都」品牌創辦人賴孝義，從 7 把椅子、8 名員工開始單店創業，憑藉精湛技術和周到服務，一躍成為當時最受矚目的美髮店；1978 年，第一家分店在新北市板橋成立，正式邁入多店經營模式；歷經超過半世紀的洗禮，「曼都」這塊金字招牌愈擦愈亮，時至今日，集團旗下已有 20 餘個品牌，版圖橫跨海峽兩岸、布局加拿大，擁有全球 500 多家分店，培育上萬人才，傲人的發展，堪稱美髮業界的傳奇。

「曼都台灣總部在 2000 年成立海外事業發展單位，由我帶領團隊前往北京設點考察。」曼都國際董事長賴志郎回憶將父親賴孝義一手打造的美髮帝國版圖成功推向對岸、實現父親心願的

過程：「2002 年，曼都受邀幫助北京財貿學院設計班做教育支援，進入大陸美髮圈，隨後在北京開出第一家分店，主要作為學校的實習基地。」累積了 4 年的北京經驗，2004 年，紮穩根基的曼都在上海成立了國際事業總部，全面啟動大陸市場的佈局，開展兩岸全新經營策略。

賴志郎強調，北京經驗僅供參考，並無法全盤複製到上海，「事實上，每個地方的規定不盡相同，任何點的開拓都需要做在地化的調整。」分店設點因地制宜，「以變應變」，賴志郎更將之前在加拿大半工半讀時，於大型連鎖超市工作習得數字化管理、物流系統……等等經驗，應用在集團經營上；而他回台初進曼都時，更





是從基層人員做起，逐階歷練職務，因此，他不但了解種種美髮技術的特點，技術、財務、人事、法務樣樣通，也能理解業內不同職務人的心態和想法。

「我很喜歡稻盛和夫『敬天愛人』的經營學，凡事敬畏天理，順天而行；況且，美髮業是與人息息相關的行業，如果你不愛客人、同仁，以及周邊的夥伴，絕對無法做好工作，而所謂『愛人』，就是人與人之間能夠多一點包容、認同和尊重。」

胸懷敬天的善意、愛人的柔情，賴志郎在事業經營上更有所堅持，不輕易放棄夢想：「打個比方來說，一般美髮行業都會充卡消費，但曼都剛進入大陸市場時，就堅持不販售充值卡而被業內人嘲笑。因為我認為，讓顧客再度光臨的，不是被綁架的錢，而是設計師的技術，還有店家的氛圍！所以，我告訴同仁『不要每天想著顧客的口袋，要想著他的腦袋』，用不斷提升的技術和服務來留住顧客，才是曼都永續經營的關鍵。」事實證明，賴志郎排除眾議的堅持，是對的。

賴志郎表示，只要對顧客服務、對企業經營有益

的想法，他都會非常堅持：「其實甫到大陸發展的前幾年，曼都國際是沒有獲利的，做得相當辛苦，但我堅持一定要建立美髮業界的新模式、新形象，力行管理規範要求，終於，曼都的經營模式、技術服務獲得大眾認同，集團漸有獲利，連一些原本不被看好的分店也轉虧為盈；在上海，曼都更成為商場美髮行業品牌進駐點的第一優選！不枉我這十幾年來離鄉背井的投入！」





身為高科大校友，進入職場一段時間後，賴志郎重返校園 EMBA 進修，他笑稱因此打通連鎖體系行銷與流通的任督二脈，對產業經營、升級和強化競爭力，獲益匪淺。他感恩並回饋校方，擔任上海校友會第二任會長時，充分提供學生的海外實習機會，並經常返校互動；雖然目前海外實習和返校交流因疫情暫停，但賴志郎仍鼓勵學弟妹們，要多一點探險的精神，體驗不同的人生，他以自身經驗為例：「當時要到大陸開疆闢土，我也很猶豫，不捨台灣舒適圈的安逸；好友王品集團前董事長戴勝益表示『如果我夠年輕，一定會去嘗試』，而公司有位董事也勉勵我『人生的路愈不好走，你的記憶就會愈深刻』，的確，大陸領軍創業的經驗，正是我這輩子最深刻、也最值得回味的記憶！」

據賴志郎觀察，多數人到海外歷練數年後，還是選擇返鄉發展，故實際上並無人才外流問題。而高科大學生普遍優秀，如果能夠增添海外資歷、汲取外地養分，必能具備國際觀和新思維，在工作上表現更為傑出，也為台灣企業發展帶來新氣象！

