

# 新民海外

本报海外文稿部主编 | 第 126 期 | 2021 年 8 月 23 日 星期一 本版编辑:吴雪舟 视觉设计:戚黎明 编辑邮箱:wuxz@xmwb.com.cn

## 华人之星



### 人物名片

许净

- ◆ 施坦威中国区中国业务负责人
- ◆ G20 青年企业家联盟德国区唯一成员

在德国高端品牌行业，许多人都认识利落爽朗的上海姑娘许净。她是施坦威欧洲区总部唯一的华人员工，在施坦威工作的近十年时间里，从后台客服，到中端售后服务，再到前端的商务和市场拓展，深谙这个世界最著名钢琴品牌的每个生产细节、销售流程、品牌策略。

她也曾就职于麦森瓷器、保时捷设计等德国顶级品牌，负责中国市场的开拓。作为中德企业文化和市场发展领域的资深专家，她还曾为数十家德国和中国企业进行市场策略咨询与跨文化沟通培训，致力于利用自己多年的德国高端品牌的工作经验和在品牌建构领域的专业知识，帮助中国企业出海。

文/沐熙



▲ 2015 年，许净与德国萨克森州前州长在麦森北京开幕仪式上

# 上海姑娘为德国顶级品牌「开疆拓土」



▲ 2020 年，许净在施坦威德国汉堡旗舰店

## 1 因一次临时翻译任务获施坦威青睐

2000 年夏天，许净考完高考最后一门科目英语，被妈妈告知，家里准备送她去德国留学。这让许净有些抓狂——既然早有计划，为什么此前毫无讯息，还让她完整经历高考的捶打。许妈妈说，这一段备考的经历，既是对十余年所受中国教育的交代，更是一次对自身意志力和抗压能力的极佳历练。

那个暑假，许净作为最小的学生，在同济大学德语培训基地与一群哥哥姐姐们一起死磕德语。2000 年前后，恰逢中国学生赴德留学高潮，每年约有 5000 名学生前往德国各类学府，但高中毕业就去读本科的并不多。因为担心女儿太小无法独立生活，爸爸妈妈还特别安排了两个月的家政特训，教会她做饭、缝补衣服等各种独立生活技能。2001 年，许净拿到了汉堡设计与传播应用科学大学新媒体设计专业的录取通知书。那时的她，如大多数同龄学生一样懵懵懂懂，对自己的喜好、所学专业以及未来的发展并没有太明晰的想法。

在大学学习过程中，外向和喜欢尝试新事物的她发现自己并不喜欢长期坐在电脑前，依照客户的要求设计各种图标和海报的刻板日子。然而，在德国这个相对保守且有着严谨职业培训体系的工业化社会，想要跨专业从事不同的行业，尤其是从文科岗位转换轨道并获得符合自己期望值的发展，对外国人来说异常的困难。

本科毕业后，许净决定回上海发展。利用自己德语、英语和中文三语优势，以及留学背景，她顺利地在一家德企找到了总裁助理的职位。工作趁手，生活轻松，家人在旁，接下来就只需按部就班完成各项人生大事。然而她却渐渐感到不快乐。从 17 岁到 23 岁，世界观形成的最重要几年，她是独自在德国度过的。虽然回到了心心念念的家乡，却发现自己已然变成了异乡人，很

谈及未来计划，许净说她是一个永远期待接受更大挑战的人，在她看来，未来充满了无限的可能。

她说，自己可以继续德企深耕，帮助他们更好地理解中国文化和中国客户的真正需求。但同时，也希望在将来能够用自己多年的品牌管理经验，帮助中国“国潮”品牌在海外获得更好的发展。而今，随着越来越多优秀的中国企业跨出国门，参与世界竞争，她心底更希望能为中国企业的出海做点什么。

许净认为，当前的出海寻求发展的中国品牌，有的仍缺少明晰的品牌定位和精准的市场策略。而这方面正是她的强项所

多思维观念和处事方式都已经与周遭的朋友同事迥然不同。

思虑再三，2006 年夏天，在得到家人的支持后，她重新回到了汉堡。她满以为拥有德国大学学历、中国德企工作经历和流利的三语能力，能很容易找到满意的工作，然而，在重视专业对口的德国，职场的大门并没有如期敞开。数次求职被拒后，她一度陷入从未有过的低谷。既往光鲜的表现和对未来的乐观预期，在冰冷的现实面前，飘渺且脆弱。

一个偶然的契机，许净与在上海认识的、当时施坦威欧洲区技术负责人重新取得联系。对方正巧想要寻找一名翻译，以协助他完成对施坦威上海 3 位主要技术骨干在汉堡的技术培训。因为一贯的责任心、高悟性和极强的亲和力，她获得了这个短期的工作机会。虽然对许多专业词汇全然陌生，但机会难得，她硬着头皮边学边做摸索。那时正值中德交往的蜜月期，施坦威对于中国的市场寄予厚望，从总裁到各个重要部门负责人亲自过问这个培训项目。这位伶俐干练的中国翻译给大家留下了深刻印象。3 周后，在送别 3 位中国骨干后，许净被单独留下来谈话。由于她在项目中的出色表现，施坦威德国愿意为她提供一个长期职位。这在当时是极其难得的，由于严格的人员预算控制，每一个新增职位，都需要得到施坦威集团总部的审核批准。就这样，许净成了当时施坦威欧洲公司里唯一的中国人。

从这样一个意外惊喜起，许净开始了近十年的施坦威生涯。从后台的客户服务，到售后、销售部门，其间经历了深造和跳槽再重返，花费了 15 年时间，终于走到自己最想要，也最适合自己能力和个性的部门，成为施坦威欧洲区中国业务负责人。

## 3 期待助力更多中国品牌“出海”

在这十多年来，她一直在为德国最著名的世界级品牌工作，直接接触并深刻了解德国企业的各种运作机制、文化属性和品牌发展策略。多年来帮助德国企业咨询和市场开拓经验，也让她深刻体认到中德两种文化间的巨大差异以及在商业合作中可能产生的诸多冲突。而国民经济硕士的学习经历，也沉淀了她在品牌管理和商务拓展方面的理论基础。似乎不知什么时候起，过去所走的弯路渐渐朝一个方向汇集，水到渠成般重新定义了自己新的发展方向和个人品牌。

在施坦威工作的第 4 年，许净遇到了事业的瓶颈。她希望接触更具挑战的业务，然而即使工作经验丰富，专业不对口依然困扰着她的发展。29 岁时，她决定给自己充电，利用业余时间，在职攻读国民经济学硕士学位。

数年的边工作边学习，各种辛苦不可尽道，但所幸一切都值得。拿到经济学硕士学位后，许净发现德国职场进阶的大门突然就向她打开了。她陆续得到了很多过去不能想象的机会。其中之一就是德国的国宝品牌之一、拥有“欧洲第一名瓷”之称的麦森瓷器。当时麦森正进军中国市场。经过了长达 4 小时的全方位面试，她得到了总裁特别助理的职位。那是一段异常紧张但丰富的经历。

许净记得上岗的第一天，她就拖着简单行李直奔机场，跟随总裁马不停蹄地辗转于各个国家和城市——北京发布会、米兰时装周、巴黎家具展、瑞士钟表珠宝展……在每个场合，她都要随时准备应付各种挑战，解决突发问题。

她曾在麦森总部会议室，镇定应对十几个五六十岁的德国高管和股东的质询；也曾临危受命在米兰时装周担任秀导，确保麦森高定礼服开幕式上，她临时担任萨克森州前州长 Kurt Biedenkopf 先生的翻译，将其十多分钟不间断的自由发言完美传达，赢得全场贵宾的惊叹和赞誉。

每每回想起在麦森刺激紧凑的工作经历，许净总会感叹人的潜力是无穷的，因为她永远不知道接下来会被安排什么样的任务，或需要协调解决哪些突发问题。正是有过这样的历练，使得她此后无论遇到什么样的场合都能处乱不惊。

因为欣赏许净作为总裁特助的工作表现，麦森的总裁决定跳槽去保时捷设计的时候，跟对方提出的要求之一，就是要许净带去。此后，他也给了许净极大的发展空间，由她来主导负责保时捷设计在亚太区的商务和市场拓展。

2018 年，离开施坦威 5 年后，许净得到施坦威亚太区负责人的特别引荐，重新回到施坦威欧洲区工作。这一次，有了专业的硕士学位和其他著名公司工作经验的加持，她获得了更大的发展空间，被委任负责施坦威欧洲区中国业务，专注于欧洲区内中国客户的开拓和商务拓展。

2 业余时间充电获经济学硕士