

创富·2010 财经盘点

★《手机》 国美股权争夺战

剧透:引进贝恩资本,增发股票借贷资金,陈晓维系大厦将倾的国美的一系列举动,在黄光裕看来却是在窃取他的王座。于是,9月28日美控股权国美特别股东大会,陈晓险胜黄光裕保住董事会实力,成了国美控股权之争的首个高潮。但12月20日,黄氏家族代表邹晓春、黄燕虹成功进入国美董事局,暂时平息的陈黄之争再起波澜……

点评:民营企业如何走向现代公司化治理,这个话题够我们说上三天三夜,陈晓与黄光裕何以无话可说呢?



★《狄仁杰前传》 燕京、雪花啤酒闹剧

剧透:有人窃走了北京经销商手中的雪花啤酒。5月5日,对这一事件进行“侦查”的雪花啤酒的两名业务员,被燕京啤酒业务员围殴致重伤。学习狄仁杰在经销商处蹲点调查的华润雪花认为,凶手是为了保住北京市场份额不择手段的燕京;但燕京则辩称,雪花这么做纯属炒作。一瓶3元钱的啤酒背后,还有一段扑朔迷离的公案。

点评:斗酒设局,只为夺位。低价倾销、终端买断、抹黑对手甚至地方保护,这样的恶性竞争在啤酒行业里已屡见不鲜。

今年的商战有点“狠”,其跌宕刺激甚至会让电视剧的编导们汗颜:黄光裕与陈晓,兄弟转眼成死敌;蒙牛暗地兵发数千网络“水军”偷袭对手;一个连夜做出的艰难决定,让亿万网民被迫围观腾讯与360的较量……市场的充分竞争,让许多企业的利润空间微薄如纸,一幕幕虎口夺食、兄弟反目、恩断义绝的好戏,在现实中华丽地上演。



2010 商战热播剧 以竞争之名上演

本报记者 崔滨

★《黎明之前》 蒙牛、伊利“公关门”

剧透:8月份,网上突然出现大量以消费者亲身体验名义攻击圣元、伊利儿童奶产品有害健康的网帖。有人在暗中搞鬼!经过呼和浩特警方的介入,“木马”计划浮出水面,由蒙牛员工控制的公关公司,动用了数千名博主写手,策划了针对伊利和圣元的网络攻击。最终蒙牛公司项目经理安勇被证实为执行危险任务的“水手”。

点评:这是一次成功的深度公关,却在公道面前一败涂地。继三聚氰胺事件后,“公关门”再次让中国乳业陷入风雨飘摇的境地。



★《杜拉拉升职记》 京东、当当价格战

剧透:当上网络购物家电商部主管,有进取心的京东商城还想成为图书部经理。但现任经理当当网岂肯拱手相让?低价促销是京东商城历次升职的职场法宝,这一次,京东故技重施将图书价格定的比当当低20%;当当网自然怒不可遏,斥资4000万元进行大幅促销降价。京东商城能否顺利升级目前还没定论,但从对手的长处入手进行牵制,将成为今后不少网购企业寻求升职的上位之路。

点评:降价谁都不反对,但“最低价”一定要给力哦。

★新版《红楼梦》 360、QQ大战

剧透:面对珠玉在前的87版《红楼梦》,新版《红楼梦》尽管阵容强大、砸钱无数,仍难以躲开电视剧爱好者们的恶评不断。熬过整夜无眠,11月3日,腾讯做出了一个艰难的决定……随后,走马灯般出场的金山、搜狗、可牛、遨游和百度,把3Q大战弄成了IT界的红楼梦,连IT大观园的“老祖宗”工信部都站出来调停。

点评:这些贵妇人,大小姐们在闹家务事时,丝毫没有考虑那些平时给你捧场、奉你衣食的亿万网民的感受。网络之大,竟容不下一个平静的桌面。



★《来不及说我爱你》 格力美的血案

剧透:强大伟倒下了。这个上岗一星期的美的安徽巢湖业务员不会想到,还没有来得及了解美的,因一幅招贴吊旗与格力导购员发生扭打后,他失去了鲜活的生命。强大伟的死折射出空调巨头格力与美的之间激烈的恶斗。陷入同行间的恶斗不会给企业带来任何好处,但在利润地驱使下,美的和格力义无反顾地进入这扇窄门。

点评:家电行业的血色竞争,是产业发展的黎明前黑暗,还是漫漫黑夜?

★《婚姻保卫战》 康师傅断供家乐福

剧透:一个家庭要太平,要么女人牺牲,要么男人退让。俩人都想占上风,那还有好?12月13日,因为涨价10%的要求没有达成,方便面巨头康师傅决定停止向超市连锁大鳄家乐福供货。就像居家过日子免不了摩擦一样,每样走进超市的商品,都要面对各种入场费、促销服务费,但当通货膨胀的乌云压来,这些小争吵终于累积成了离婚的大动静。

点评:康师傅与家乐福双方都不愿承担的成本,只能由消费者来买单。面对涨价,商家都装无辜,装正义,其实都是商业利益。



★《老大的幸福》 茅台五粮液争标王

剧透:4.05亿,妥了,妥妥的了。明年的9个月时间里,每天新闻联播前的报时,你都会听到“五粮液为您报时”的声音。去年的老大茅台,以6000万的单价创了新闻联播时段的纪录。今年,新老大五粮液,以“举一次牌一辆宝马车就开进央视大楼”的气势力压茅台,以1.22亿元的单时段价格再创新高。

点评:那边广告价码一年高过一年,这边又以“兼顾各方利益”的理由多次提价,茅台五粮液,给了央视面子,咋不给消费者点面子?

★《新三国演义》 优酷、土豆、酷6乱炖

剧透:“滚滚长江东逝水,浪花淘尽英雄。”在国内视频网站领域中,优酷、土豆、酷6是当仁不让的三强,但老大只有一个。

如今的“视频三国演义”,版权和盈利成为卡住视频巨头一统天下的命门。进入2010年,三家网站轮番陷入挤牙膏式的诉讼,而仅靠广告收益,未来的发展仍然缺乏安全感和稳定性。

点评:上市不是加冕礼,只是抢到了好的发车位而已。



★《宫心计》 三一、中联口水战

剧透:是争宠爱,是博上位?反正三一重工,一个一贯主动进攻的斗士,又开炮了。中联重科,一个一向沉稳淡定的大佬,也反击了。11月初,三一重工总裁向文波公开质疑中联重科并购意大利CIFA公司成本过高!中联重科副总裁郭学红则当场痛批三一重工“作为行业竞争对手,在公开场合评价别家私事是不道德的!”

点评:民企出身的三一重工与国企派头的中联重科企业性格迥异,可是在市场份额和企业利润面前,暗里的争风吃醋总是难免。