



阿里与腾讯的竞赛,赛道和擂台太多。未来,如果两家都不犯什么大错,它们会变得无处不在。阿里无处不在,是沉到地下,成为金融、医疗、政务、交通、气象等行业以及海量互联网用户的基础服务和应用,像阿里云、支付宝那样成为链接世界的“水、电、煤”,你在使用各种服务,却不知道,这是 Power by Alibaba (阿里的权力)。

腾讯无处不在,用腾讯的应用宝、浏览器、玩 QQ 游戏,用微信购物,腾讯会涉足各种生活场景,告诉你——这是企鹅为您提供。互联网企业无处不颠覆,传统行业如何承压?我们拿马云这次请客说说。

传统商业大佬:

甘心入局,因为优势打不过趋势

本报记者 王赟

马云说,未来手机淘宝已有的用户喜好度数据可以帮助百货商场,用于确定新店的选址。就这次马云请客的合作伙伴来说,如此强势的逻辑,传统商业大佬为何还要积极“入局”捧场?

“未来的消费和生活一定不是割裂的,一定是线上线下相融合的,其实在3·8项目以外,双方还在尝试打通会员关系、支付体系、CRM管理等方面的合作。”银泰商业负责人谢伟的话在

表达着一个意思:优势打不过趋势。

作为消费者,大家感触很明显,现在餐饮、院线、KTV的店面,总能看到五花八门的二维码,但这只能帮助他们将有客户变成粉丝,如何赢得更多新客户的时候,互联网可以。

这次“3·8请客”就多了一个玩法,餐饮门店加入了阿里旗下移动餐饮服务“淘点点”,用户可以提前在

手机上预订各家门店的餐饮服务,到店后只需扫一下二维码,就能够直接给厨房下单,等待上餐。用餐完毕后,用户还可以通过手机淘宝给餐厅评分。这种玩法超越了“团购”的局限性。

马云请客,在山东没搞出大动静,只有万达影院和一些品牌商参与,但山东企业的互联网思维已经开启了,在天猫已经开了一年旗舰店的山东泉林纸业即是其一。

“2月15日的时候,我们就开始与淘宝进行这次活动的对接,线上领的优惠券线下可以用。”泉林纸业电子商务负责人路程亮在接受本报记者采访时表示,参与这次活动对于品牌传播意义积极,“泉林本色品牌与清风、维达、洁柔等品牌还有一些距离,网络上的品牌传播更能突破区域性。目前,泉林在亚马逊、1号店、京东等平台已经有销售,今年还会进驻更多的电商平台。”

记者手记

健康的竞争是可以拿到桌面上说的

本报记者 王赟

去年3月,马云和马化腾在2013中国(深圳)IT领袖峰会上聊天。

马化腾问,“马云你讲的银行没有做好的事你来,但是从挑战银行业这个角度来看,大家还是觉得胆子挺大的。至少不像我们,我们对运营商都很老实,从不敢说过分的话。你用什么底气说这些话?”

马云答:“就像我看见你的微信我也很紧张。紧张是正常的,紧张促进社会进步,金融行业能够不紧张,我们的小微企业就很紧张,所以我觉得假如阿里巴巴集团能够让现有金融体系紧张一下,也是互联网企业对社会进步的重要贡献。”

这就是互联网企业大佬,他们会明着谈论竞争,虽然多处交锋,但是他们依然会就一些疑问探讨,话语直接坦白。

而竞争在传统企业之间表现得很惨烈:三一集团2012年岁末高调宣布“迁都”北京,离湘前历数遭遇对手中联重科的“超限战”,这场德比战曾爆出“绑架、窃听、间谍”等诸多猛料,这也折射出传统“关系型企业”的竞争困境。

相较于三一和中联的危险竞争,蒙牛与伊利、华为与中兴、海尔与海信、雅戈尔与杉杉也会有竞争,但真正的市场竞争才是企业健康发展之道。竞争战略之父迈克尔·波特说过,“竞争”是企业成败的核心,它决定了企业的创新、文化凝聚力、执行效率等与整体表现息息相关的各种活动。

本版稿件均由本报记者王赟撰写

互联网从来不缺搅局者

网易:没错,我们就是要疯

3月5日,万达“3·8”节活动3.8元的电影票就要开卖了。就在这场热闹请客即将开始的前夜,又有出手的了。

3月4日,网易高调宣布,将在3月8日推出“3.7元看电影”活动,活动将覆盖20个城市,400多家影院,所有用户均可用手机在线选座,力度高于3·8手机淘

宝生活节。

“没错,我们就是要疯,就是比某公司便宜1毛钱。”网易电影票负责人高丹妮表示,“3·8手机淘宝生活节”需提前抢票,对于用户来说,需要提前确定好3月8日当天观影时间(如早上9:00的电影场次),而网易电影票推出的3.7元看电影活

动,用户不需提前抢购,只需在3月8日当天通过网易电影票APP便可直接以3.7元的低价选座票,时间安排更充裕。

网易这个时候跳出来,不是心血来潮。记者了解到,3月份网易刚好要推全网最低价这个概念,恰遇淘宝这个活动借势营销一把,有助

于全网最低价的打造。

来看一组数据,2013年,全国电影总票房217.69亿元,同比增长27.51%;2013年,全国新增银幕5077块,以平均每日增近14块的速度持续增长。市场的井喷式增长也深刻地改变着业内形态,020和在线选座成为行业竞争焦点。

商业史记

马化腾:创造QQ时,从没想到去赚钱

那时候,你现在用的QQ叫OICQ。

1998年,马化腾和他的团队开发它的时候,只是为了让大多数网民把QQ从互联网上免费下载下来,然后再免费地使用它。

为此,马化腾和他的团队做一些别人看不上眼的小活,赚来的钱立马花到QQ上,腾讯公司还要给通讯局交一笔数目不小的服务器托管费。

随着用户数量的攀升,马化腾想把QQ卖掉,谈了几家,因为价格问题,没谈拢。软件卖不掉,用户增长却很快,运营QQ成本越来越大,马化腾只好四处去筹钱。找银行,银行说没听说过“注册用户数量”可以办抵押贷款的。

到了2000年,马化腾拿着改了6个版本、20多页的商业计划书,凭着“用户数量”,从IDG和盈科数码那里,拿到

了220万美元,他们分别占腾讯20%的股份。腾讯是第一家有胆量提出要和电信运营商共同运营的公司。到2001年7月,腾讯就实现了正现金流,到2001年年底,腾讯实现了1022万人民币的纯利润。

“谁认真挖掘客户的潜在需要,认真研究相应操作方案,并认真贯彻执行,谁就能最大限度地实现利润可持续增长。”马化腾至今仍喜欢脚

踏实地的研究QQ用户的潜在需要。

《时代》周刊的主编沃尔特对亚马逊老板杰夫·贝索斯的评价,似乎可以拿来做一个诠释:“他(贝索斯)试图依靠增长速度,而不是利润来建构一个公司。这听起来有些不可思议,但这种理念无论论是好是坏,无疑都已经改变了1999年的整个经济模式。”

财富理论

阿里的福报与稻盛和夫成功的交会点——

追求公益的大欲是商业的原点



【人物简介】

稻盛和夫,1932年生于鹿儿岛,1959年创立京瓷株式会社,日本第二大电信运营商KDDI的创始人,被誉为日本四大“经营之圣”之一。2010年,稻盛和夫以78岁的高龄出任日航的CEO,重整问题重重的日航。

多年前,马云曾与稻盛和夫有一次对话,稻盛和夫对马云说:很多经营战略本质上都是人的哲学,很多企业家成功之后不能持续下去最后失败了,就是因为他没有达到对人的深层理解。

1984年,日本政府通过法案,允许民营资本进入通信领域。稻盛和夫当时在美国看到一个员工频繁地打长

途电话,便提出质疑,但查看账单发现,美国的电话费竟如此之低。于是,52岁的稻盛和夫开始第二次创业。

当时日本第一大运营商NTT是垄断国企,而稻盛和夫对电信领域一无所知,他回忆录里说当时一再扪心自问,最后终于认定:自己参与通信事业的动机是纯粹的,日本即将迎来信息社会,要降低国民负

担的通信费用,仅此一心而已。

对于余额宝引发的激辩,马云说,商业社会永远会有竞争,永远会有比我们做得更好的模式和公司,永远会有令人惊喜或沮丧的创新变化。但我们永远要努力比对手在推动经济社会正能量上做得更好!因为这才是阿里的福报和机会所在。

马云的自信也印证了稻

盛和夫说的:利他是商业的原点,自利则生,利他则久。“求利之心是人开展事业和各种活动的原动力。因此,大家都想赚钱,这种‘欲望’无可厚非。但这种欲望不可停留在单纯利己的范围之内,也要考虑别人,要把单纯的私欲提升到追求公益的‘大欲’的层次上。这种利他的精神最终仍会惠及自己,扩大自己的利益。”