

做“500年”还是“500强”

——一位山东企业家日本游学感悟

比干货更有力量的是文化

很多去日本参观的企业家,最想要的是干货。窦大海说,“就是那种拿来就能用的东西。”但一路走来,“虚”的东西多,这些被参观的日本企业,你想去看他的流水线,但人家却带你参观企业美术馆、博物馆,谈儒家文化、谈利他……

“看着虚的东西,实际上很实在。”窦大海坦言,他从日本回来,首先想做的事,是要把“文化的东西落实到自己的企业中去”。

这是他最后一天参观京瓷总部的感受。2010年,稻盛和夫受日本政府之托拯救日本航空。头3个月,这位80岁老人一直在做的事,就是不停地找员工谈话,让每一位员工时刻牢记自己要做什么,公司要做到什么。“只有团结一心,经营者与员工心灵产生共鸣,企业才能走出困境。”稻盛和夫说。

稻盛和夫以零薪酬出任已破产的日本航空董事长之职以激励员工,把人心凝聚起来后才推出一系列重建计划。2012年,日本航空扭亏为盈,今年在东京证交所再次上市。

窦大海的这个感慨也许和他本身经历有关。2007年,窦大海在央视《赢在中国》中一战成名,拿下700万创业基金。现在,他的快餐盒饭项目已经是第四个年头。窦大海坦言,这个项目前三年都亏着,今年才持平。在互联网烧钱拼用户的时代,这个速度不算快。这个时候尤其要坚守初心,把产品做好,首先要凝聚员工的精神斗志。

家族企业靠什么穿越低谷周期

东京商工研究机构数据显示,日本超过150年历史的企业达21666家之多,历史最悠久的金刚组创立于公元578年。现在,国内经济处在下行期,很多中国老板到日本来,就是想探究这些能够活100年、200年、300年的企业,穿越低谷周期的能力究竟是什么?

窦大海注意到,这些百年企业大多数是中小企业和家族企业。在早稻田大学,他们见到了在这里学习的冈田才香。这个20多岁的女孩子是冈田糖源乡会社第11代传人,这是一个有着240年历史的手工蔗糖制作家族。

这些家族企业为什么受经济周期影响小呢?同场交流的早稻田大学东出教授认为,当企业大到一定程度时,仅靠家族的人无法控制,这时现代经理人作用就得到体现。而家族企业优势主要体现在经济下行时期,职业经理人对企业缺乏忠诚度,这个时候他们会另择平台;而经济下行时也是孕育机会的时候,职业经理人不敢冒险,但家族传承人在责任感驱使下,敢于冒险。

“他们现在还是纯手工制作,企业一共20多个人。”窦大海认为,这些家族企业手工制作,产能有限,也就不会在全球范围销售,经济波动对他们影响很小。就这个手工蔗糖制作企业而言,幸亏没有做大。二是家族传承的这种责任感促使他们踏实做产品,做实业,坚信“好东西不愁没人要”,“不做大,求长远,在500强和500年之间,他们选择后者”。

张天一泉城不卖米粉“卖”粉丝经济

开场发布会还赚了Uber的广告费

28岁的李志(化名)想开一间特色餐厅,但细节上团队成员争执不下。李志心目中的“导师”,是比他小两岁的伏牛堂CEO张天一。为得到张天一“面授”,李志不惜花费近1000元报名参加了日前在济南举办的“互联网+餐饮大咖分享大会”听张天一的演讲。

本报记者 廖雯颖



窦大海在京瓷总部稻盛和夫相片前合影

刚刚过去的一周,山东松乔餐饮公司董事长窦大海和十多位山东企业家去日本游学,参观丰田、花王、松下等企业。每天晚上回到酒店,他会以文字的形式记录下自己的感悟。为此,本报记者第一时间采访了窦大海,请他谈一谈这方面的感受。

本报记者 王颖颖

而国内很多企业的普遍心理是,走不通的时候就希望赶紧转型;这个井挖不下去的时候,就想换个地方挖。而这些长寿企业都是实实在在做产品,不逃避,不放弃。这些文化上的东西,轻易是学不会的。

为什么花王代理权这么难拿

在日本参观花王株式会社时,正逢国内“双十一”购物狂欢。“花王”历来是天猫母婴类爆款。在这之前,有国内电商找到花王想合作,结果被拒绝。

现场有人问,既然花王的产品在中国很畅销,而且很多人买到假货,花王为什么不与国内正规电商平台合作?

花王方面的回答令人意外。一方面,他们表示花王的产能无法满足电子商务的需求,但他们也不会轻易扩大产能。另一方面,“我们也是为了保护合作伙伴的利益。”

这种态度和国内企业大不一样。国内企业往往一见销售额上升,马上会扩大产能。窦大海认为,日本企业之所以谨慎,和这个民族的危机意识很有关。做一个决策非常谨慎,这种特点会导致他们保守,错

失商机,但同样也避免了不必要的失误。

而花王对长期合作的渠道伙伴的重视,恪守商业信用的态度也让中国老板深有感触。这样的企业不会利字当头,做侵犯代理商权力的事。其实这本是国际通行的商业原则,不光是花王,很多国际品牌非常看重稳定代理商,不会因为一时利益或销售额,随意更换代理商,损害长期合作关系。这也是很多国内电商企业想不明白的地方,为什么那些国际大牌的代理权那么难拿?为什么他们有钱不挣?

7-11:用10年试点“+互联网”

日本零售业在互联网时代的战略转型探索,也是窦大海关注的重点。他发现,日本的电子商务并不发达,那是因为日本的零售业很发达,需要什么上下班路上就可以在便利店买。

现在,日本零售业开始研究线上线下结合。以日本零售行业巨头7-11为例,7-11从2001年开始思考谋划线上订单、门店取货的销售模式,2005年拿出一个店做试点,用了10年时间打造了第一家盈利店铺,今年开始全面推广。

7-11每一个门店都是自己的,“它是在有着非常完善的产品和服务情况下,才去做‘+互联网’的,而且用这么长时间做试点,不断改进服务。”窦大海把7-11的触网路径称之为“+互联网”。“究竟是借助于线上平台去整合线下分散的商家更容易成功,还是依托于强大的线下零售体系实施互联网化改造更简单?”窦大海在访后感悟中写道。

“国内到处都是O2O,但是真正实现效益的有几个?”窦大海说,像一些外卖O2O,精力都放在线上,再烧钱拉用户,到底哪个根基牢固?

“日本的这些经验,目前放在中国行不通。”窦大海说,因为中国目前的商业环境不行,但互联网的平等和开放终究会倒逼企业走向诚信。在公平竞争的商业环境下,最终活下来的,还是产品过硬、服务优良的企业。

和空间,但这样的自由带来的一定是价值观的战争。战争之中最重要的是阵营。”张天一认为,餐饮品牌营销要旗帜鲜明亮出立场、态度和主张,给自己贴标签,才能锁定细分后的客户,并把消费者变为品牌的粉丝。爱我就吃哈根达斯,苹果则是设计美学,小米成功是因为粉丝经济,“这个世界上真正伟大的公司,都不是卖产品的,本身成为一种价值主张,制造了一种情感。”

张天一的演讲中令李志颇感新鲜的还有“社群经济”,超过20万人的“蛮霸社”被张天一视为伏牛堂未来最具价值的部分。

数月来,伏牛堂举办了一场汇聚50万线上粉丝的发布会,Uber、三只松鼠等企业在群里直播中插播广告。这些企业的用户都是基于移动互联网和社群,说明了伏牛堂经营粉丝经济、走社群路线带来的商业影响力。

创业之初,伏牛堂就带上互联网社群基因。第一家店开业时,张天一找人先去微博搜索,以湖南和北京为关键词,搜索出的微博用户加关注,“我在北京做湖南常德牛肉米粉,在北京的湖南人应该是我最核心的客户群。”每个人都注册女性头像,然后跟这些用户微博聊天,加微博好友,再加微信好友,通过聊天见面请吃饭,开业时组织了七八个微信群,集结了将近两千个在北京的湖南人,最后启动伏牛堂。

张天一认为,基于餐饮品牌的社群一定要打造并不断强化核心理念,“没有中心是不行的,要么有一个人格,要么有一个拜物。”而社群经营到一定程度,餐饮企业就坐拥宝山,拥有了自身的平台,“伏牛堂90%以上消费者是90后,其中73%是女性。伏牛堂成为了面向90后年轻群体的一个入口。”

CEO

一周财经言论

王健林:
房地产回暖,是因为人民币超发了

“这一轮房地产的火,将近150万亿发行货币,超发是肯定的(对应GDP只有60亿),货币量是GDP的量的两倍多,全球都找不到哪个国家是这种情况。钱是像水一样流动的,股市火的时候都跑股市里了,股市不行了,又到房地产来了。”

——今年很多经济指标都不理想,但房地产一枝独秀,逐步出现回暖的迹象,王健林认为最根本的解释不是房地产这个行业的趋势发生向好,而是因为货币现象。

“20年过去了,WTO为大企业服务,未来20年,我们应该用EWTO帮助小人物。如果我们不能改变,那将会成为所有人的灾难。”

——马云在2015年APEC工商领导人峰会上说,WTO是国家间的协定,我认为真正的协定应该是企业之间的协定,企业达成一致,政府跟进。因为如果协定不是在企业间达成的,那么一旦政府讨厌对方,企业将无路可走。

创富荐书

创富荐书:《伟大创意的诞生:创新自然史》

作者:史蒂文·约翰逊

大家都认得出什么是好创意。印刷机、铅笔、抽水马桶、电池、互联网、GPS、Google——这些都是绝妙的创意。然而,它们是如何产生的?被誉为“科技界的达尔文”的作者深入人类600年重要发明的创新自然史,首度揭开创新源起的7大关键模式。

“在金融改革中需对政府的职能重新定位。中国现状是政府为最大的金融机构股东财团,政府作为监管者当局,却也发挥着所有者职能。当国有金融机构占主导地位,金融监管者具有错觉,认为他们是安全的,政治上是准确的,没有人能够全面判断一家机构的风险,若出现问题,权责无法区分,金融监管的有效性很难实现。”

——最近坊间有传,高层在讨论金融监管机构是否要合并,世界银行全球金融与市场局前首席金融专家王君这样认为。

“基层政府有些人就想,我的钱,我的项目,我的资源给谁呢,给民营企业,假如说他怎么样了,我怎么样,就算了。而给国有企业免单,反正我也不想要什么,今后垮了,好了,问题都不大。给民营企业,今后假设有什么问题的话,他担当责任就会多一些。”

——刘永好表示,面临中央政府持续高压的“反腐倡廉”行动,地方基层政府出现了这么一种倾向。

本报记者 张頔 整理