

收购是为了更好地消灭



□马绍栋

在如今颠覆无处不在的大变革时代,潜在的挑战者层出不穷。今天看似不起眼的小企业,不一定何时就会变为极富威胁的竞争对手。面对此类状况,企业掌舵者一定要从战略思维出发,千万不要养虎遗患。

“青啤现在对趵突泉啤酒的态度很明确,就是把趵突泉的品牌做掉。”本周,来自青啤集团负责济南趵突泉品牌运作的人士告诉笔者。

2009年6月,青啤集团与山东省商业集团总公司签署战略合作协议,前者出资收购鲁商旗下趵突泉啤酒销售有限公司100%股权和“趵突泉”系列商标权等。收购完成后鲁商集团及其下属的济南啤酒集团等企业全面退出啤酒业,专注于商业、地产等产业。

在啤酒行业,向来有“得山东者得天下,得济南者得山东”之说。作为济南本土强势品牌,趵突泉啤酒霸占了济南80%以上市场份额,品牌知名度及产品品质在济南消费者心中十分牢固。正因如此,无论青啤、燕京还是华润,无一不把趵突泉列为整合山东市场的首要目标,最终青啤如愿。

青啤当初规划在济南年产啤酒30万千升,打造具有国际水平的趵突泉啤酒生产基地。而今结果并非如此,其中战略变化引人关注。

单就济南消费者感受来说,自青啤收购后,趵突泉啤酒无论品牌传播还是产品在终端渠道的呈现都在逐年萎缩,以至于近几年几乎难觅趵突泉啤酒踪影。从市场战略角度看,这正是青啤通过收购做大山东市场的必然选择。只要有地方区域品牌崛起,威胁到青啤主品牌的市场地位,总部必然会采取一系列措施进行整合,收购然后隐藏正是其中之一。

类似此种手法在商业竞争中并不鲜见。譬如BAT通过各自提供服务的优势牢牢把控住被互联网公司视为生命的流量入口,攫取高额的垄断利润。可在移动互联网时代,原有的游戏规则和既成的利益格局再度被颠覆,可能一个只有十几个人的创业团队因为一个新颖的想法就会威胁到三巨头中某家的商业模式,甚至直接是颠覆性的革命。

互联网时代就是如此,巨人倒下时身体还是热的。为对付此类挑战,三巨头无一例外地采用收购的方式,专门盯准那些新创业的互联网项目,一旦评估他们会对自已现有的商业模式构成威胁,则直接果断斥资收购“拿下”,将威胁消灭在萌芽阶段。而大部分被收购项目的命运很可能就跟趵突泉一样,渐渐淡出公众视野。

的确,在如今颠覆无处不在的大变革时代,企业再也不能按照传统发展路径亦步亦趋。潜在的挑战者层出不穷,今天看似不起眼的小企业不一定何时就会摇身变为极富威胁的竞争对手。面对此类状况,企业掌舵者一定要从战略思维出发,宁愿趁其羽翼未丰短期舍掉大笔资金并购,也不要养虎遗患。

3亿包裹百万快递员搞死京东?



□李虎

已经被宠坏的中国网购群体让国内快递业过度服务问题无法解决。一天到晚忙得灰头土脸的快递小哥实在想不通,衣服、鞋子为什么非要24小时内送到?过度服务已让整个快递行业陷入癫狂中,再次推高了运营成本。

春节将至,一线城市快递用工荒再袭,这几乎成了快递行业春节档的固定“戏码”,并且一年更甚一年。

究其原因,是推动国内快递行业快速发展的人口红利正在消耗殆尽。最近几天网上炒得火热的马云吐槽京东,其实也是说的这码事。

马云说,京东发生了方向性错误,现在京东5万人,仓储将近三四万人,一天配上200万的包裹。阿里现在平均每天要配上2700万的包裹,什么概念?中国十年之后,每天将有3亿个包裹,京东得聘请100万人,那这100万人就搞死你了。

中国3亿个包裹?京东得聘请100万人?有人据此做了补脑的推算,京东物流人员从三四万人增长至100万人,相当于京东物流人员人数增加25至30倍。同比放大包裹数的话,相当于3亿里面5000至6000万个包裹是京东的,大概京东的市场份额是17%至20%。

马云擅长看大局,过去十几年阿里打造的是开放式平台,参股建设物流,轻装上阵;京东打造平台的同时自建快递物流体系,通过全封闭模式以增强控制力,两者走了截然相反的路径。

100万人的快递队伍如何搞?你不搞定它,它就搞死你。马云的潜台词很明显,京东自建物流并不盈利,规模没上来,市场不发达的时候,完全自建还顶得住,但如果到了百万人规模,那时如果不把这个“恐龙级”的物流体系独立出去的话,搞不好还会出事,商业史案例中失败的故事太多了。

在获得C轮融资后,刘强东曾在多个场合说,融资的70%将用于物流体系建设,物流和研发占总费用的70%。但现实是物流技术投资额没有想象中多,物流成本压力依然较大。

现在一线城市4000元的平均工资已经留不住快递员,京东想要支撑快递投递体系需要付出越来越多的人力成本,其他快递公司也不例外。

已经被宠坏的中国网购群体也让国内快递业过度服务问题无法解决。一天到晚忙得灰头土脸的快递小哥实在想不通,衣服、鞋子为什么非要24小时内送到?过度服务已让整个快递行业陷入癫狂中,再次推高了运营成本。

国内快递行业已经迈入“5元时代”,不是利润5元,而是利润不足5元。从目前的形势看,国内快递市场蛋糕够大,机会够好,实际上行业绝大部分份额被排名前六的公司瓜分掉了,新进公司想要做大很难,数十亿元砸进去也未必成功,二三线公司多数都在亏本支撑。

马云是局外人,却更清醒,如何解决未来技术不足情况下的人力成本困局,恐怕是快递大佬们要操心的事儿了。

财富边上

京东阿里大战扒一扒彪悍公关



□沈振

传统媒体走进严冬时节,大批媒体精英出走,结果,电视不好看了,报纸不好看了,而各大名企间的公关大战却一场比一场好看,比心机比才华比快速反应,精彩纷呈,看点多多。今天,笔者就来说说上周在微信上轰动一时,被称为“一场教科书级的撕逼大战”的京东大战马云的2015公关第一战。

上周,马云跟朋友吹牛时讲的话被捅出去了。马云的话大意是,京东模式有问题,将来注定会死,大家千万别去碰京东。这让京东的面子搁哪去。好了,“京东黑板报”发微博《我们会做好自己,时间将证明一切》来救火了。

阿里的公关部一向彪悍。在微博上跟阿里巴巴斗嘴,有几个能占到便宜?更何况“京东黑板报”这个加V账号只有三个粉丝。

但这次,小伙伴们突然被京东的文采大爆发“惊呆了”。“京东黑板报”上这篇“打脸宣言”句一个“大师”,猛戳马云在大众印象中的软肋:装大师、装神。各方惊叹京东这次回击水平之高,较之前常用的“不方便透露”、“传闻不实”等,水准不知提高了N个档次。

笔者赶紧八卦了一下,这篇大师级作品究竟出自何人?京东何时冒出这等公关文案高手?一打听,操刀人原来是同行,曾在《中国经营报》当过7年记者编辑,如今加盟京东做品牌内容。

既然是还击,为何要发表在“京东黑板报”这么一个芝麻粒上呢?新媒体上的撕逼大战讲究不对等原则,按常规出牌不来戏,只要底牌精彩,即便是发在小马甲上也能引发病毒式的疯狂传播。看看各路神仙对这篇神文的顶礼膜拜就知道京东的目的达到了。

那么,马云又是如何拾掇京东扔来的烂菜叶呢?这回,一代宗师风清扬半夜微博发表“语录”,称自己平时聊天只图嘴爽,“我这年龄不该童言无忌”。至于京东的商业模式,马云又说了,“适合自己的鞋子才是最好的鞋子”。

懂行的一看就笑了,呵呵,又是阿里公关部出来替马总收拾烂摊子,这番“道歉”是阿里公关部的典型套路:取巧、卖笑、以小博大。

此番论战,京东反击马云“妄自多情”,马云接招说“童言无忌”。两个关键词揭示了危机公关的要诀:你得有戳中舆论场高潮的关键词,否则请再多的媒体发通稿也没用。

而这番论战,把它算做传统媒体“内斗”也罢。这几年,从南方系出走的媒体人几乎把控了百度腾讯阿里的公关部,连万达万科也吸纳了不少媒体旧部。风雨飘摇之时,报业精英转型做媒体公关,因其在纸媒多年历练,知己知彼,深谙信息传播之道。难怪2014年“双十一”时,那些被请去杭州观礼的媒体记者一看阿里公关文案就叹服,写得比本报记者还精彩,难怪出自于资深媒体人之手。

碎片化的媒体传播环境中,公关的作用越来越被企业重视。没有一个强大公关部,企业走在舆论的钢丝上,随时有跌落的可能。说到这里,笔者倒想向前一段因出言不慎,屡屡身陷舆论风暴甚至惹得“六大门派”围攻的董明珠隔空喊话:董姐,知道上哪儿挖角了吗?

中信证券全员涨薪30%的消息,再次引起社会各界对券商涨薪的高度关注。

2014年是券商大丰收的一年。在沪港通启动、融资融券以及下半年的大牛市行情下,证券公司的经纪业务飞速发展。目前已经公布去年12月份业绩的20家证券公司数据表明,上市券商12月份实现营收203.85亿元,实现净利润76.119亿元。国元证券、广发证券、招商证券、宏源证券、长江证券5家券商发布年度业绩快报。其中,国元证券净利润13.70亿元,同比增幅为105.94%。另外,广发证券、招商证券、宏源证券、长江证券也分别实现了79%、50%-70%、58%、69.66%的利润增速。

“公司今年的业绩肯定是非常好的,我们对涨薪和年终奖也是非常期待的。”济南一家券商的理财顾问这么对笔者说。

但事实上,这名理财顾问可能太乐观了点。像他们这些在营业部工作的从业人员,相比那些在总部的分析师、研究员以及投行人员,不仅工作量大,而且背着较高的考核指标,“压力山大”是这些金融民工挂在嘴边的口头禅。

让我们具体看看济南千佛山脚下某家证券公司工作人员的工作状态。这位金融民工的电话始终响个不停,到柜台开户的市民也排起了小长队。“现在太忙了,每天接听电话不下100个,开户的特别多,前来咨询创新业务的客户也不少。就这个工作状态,都觉得对不起每月6000多块钱的工资。”该金融民工苦笑说,而这也是在完成300万元年度任务的基础上才能得到的。

像他这样的工作岗位年薪在8万元左右,营业部经理年薪30多万元,“要说到总部分析师,怎么着也得50万元起步吧。投行人员更高,他们都是做项目的,好的话一年拿到三四百万不成问题。”

此番论战,京东反击马云“妄自多情”,马云接招说“童言无忌”。两个关键词揭示了危机公关的要诀:你得有戳中舆论场高潮的关键词,否则请再多的媒体发通稿也没用。

金融民工涨薪只是传说



□刘相华

金融民工甲说,“现在太忙了,每天接听电话不下100个,开户的特别多。就这都觉得对不起每月6000多块钱工资,而这也是在完成300万元任务的基础上挣到的。”