



阿里CEO陆兆禧： 我们打破了 太多游戏规则



安静,也有脾气,陆兆禧的来往账号头像是他身着绿上衣在高尔夫球场扭胯挥杆的瞬间。在阿里员工眼中,老陆寡言,但对人没有距离感。

17日,与老陆约了数日的采访成行。他的办公室门上写着花名“铁木真”,窗台上、榻桌上则摆着郁金香、蝴蝶兰。我问他,“有人说你太勤劳,2008年积劳成疾?”老陆笑了笑,“乱说的。”

本报深度记者 王赟

公司里都叫马云“马总”,却喊他“老陆”,即便在他做了CEO之后。

老陆说自己是听黄霑的《大丈夫》这种歌长大的,自己还是吃货,只要时间允许就回家吃妈妈做的菜。当然,他更在意自己的其他身份。

“大家都知道马云之前做过老师,他和我们都坚信,知识会改变人的生活。如他所言,CEO在阿里巴巴也是‘首席教育官’的缩写,我会努力做好这个角色。”老陆说,“他给包括我在内的所有同事推荐了《阿里巴巴》这本书,我们既是读者,也是共同的谱写者。”

要做的事情全世界都找不到范本

齐鲁晚报:10月已过半,您这半个月的忙碌主要集中在哪些方面?岁至末,您个人在心里应该也对今年的阿里有一个初步总结,简单讲有哪些兴奋的事情?

陆兆禧:近来大家都比较关心阿里巴巴的上市。这一个月来,与其讲兴奋,感受更深的是责任、敬畏和感恩。包括马总在內,整个管理层,都对未来持有危机感——不是担心未来没有机会,而是担心不能实现大家的期待,兑现对大家的承诺。

阿里巴巴从一开始就是平台思路,慢慢发展为生态的构想。我们试图找到一个解决中小企业发展的最佳模式——为中小企业打造一个生态系统,解决支付、快递、信用、IT等诸多问题。这个工程要无数人的参与,使得小企业可以用最低的成本获取他需要的一切资源。全世界还没有这样的一个案例,也找不到可参照的范本,所以要做的事情很复杂。

如马总所说,上市带给我们的是,我们必须围绕全球的中小企业,推动这个生态系统在全球发展。继续坚定不移地走中小企业的路线,继续坚定不移地帮助消费者。全球化不等于简单地在海外建个厂,全球化的核心思想是以全球化的价值体系,为别的国家和中小企业创造价值,去改变和帮助别人。

我们希望阿里巴巴成为真正的社会企业,of the society,by the society,for the society(源自社会,依靠社会,服务社会)。让我着实觉得兴奋的一件事,就是能和2万多名同事将这个梦想在更广阔的图景下共同持续推进。

齐鲁晚报:您最近一次见马云是什么时候,跟他交流的是哪方面的事情?

陆兆禧:好像就是刚刚,呵呵。亚洲协会前两天在联合国颁出了首届“创变者”奖项,包括2014年诺贝尔和平奖得主马拉拉在内的13位人士上榜。马总不仅位列榜首,也是唯一的中国企业家代表,我跟他谈,我会继续学习英语,这很重要。(笑)

齐鲁晚报:马云、金建杭、张勇在您心中的工作风格和行为方式是怎样的?

陆兆禧:每个人都有自己的风格。在阿里巴巴管理层,也就是合伙人之间,你更容易发现这群人的共通之处:鲜明的阿里烙印,对文化的身体力行,坚持、专注、单纯、热爱和激情。

阿里巴巴集团目前有30位合伙人,在这个层面上我们无所谓层级和头衔之分,不会因为谁是CEO谁是总裁就如何。大家

集体秉持着同样的信条,坚持我们的坚持,相信我们的相信。

齐鲁晚报:在阿里的管理团队中您的长处是什么?

陆兆禧:我在面临挫折时会变得非常兴奋,这会激发我的潜能,你必须相信自己,成功与失败的区别往往只在于是否能够坚持到底。

不过,在一个如此恢宏的生态体系下,单个人的长处是难称其为长处的。只有每个人的优势和团队协同整体配置最优的时候,才可发挥最大的效能。需要修炼的还有很多,对每个人而言,提升修为都是一门终其一生的功课。

“双11”就是灵光一闪的念头

齐鲁晚报:手机不离手的时间在您的一天24小时中占到多大比例,您的手机里用得比较多的APP是什么类别的?

陆兆禧:还是挺多的。除了新浪微博等资讯类,其他主要是大家都知道的一些APP吧,手机淘宝、支付宝钱包等等(笑),我刚刚在costco天猫国际旗舰店抢货,您可以尝试一下,品质和物流体验都很好。

齐鲁晚报:互联网、消费、金融,是当下三个关键词,如果您用这三个词写一篇短微博,文本将是什么?

陆兆禧:我们身处一个瞬息万变的时代,唯一不变的就是变化本身。身在其中,我们无比真切地感受到了互联网驱动和催生的变革。能够亲历参与并做出一些事情,是我们的幸运和荣幸。

齐鲁晚报:“11·11”光棍节的消费标签日益明显,“11·11”走过这些年,在您心里留下了什么?

陆兆禧:从2009年到现在,6年来,“双11”已经从天猫扩散到全电商平台,从国内扩展到全球,变成了属于全社会和全球消费者的购物狂欢节。

这些年来,天猫乃至整个阿里集团打造的电商生态圈也在渐渐蜕变。“双11”不仅成为商务融合、行业潮流的风向标,更是一次零售商业的大阅兵,也正由此,天猫今年联合全社会的力量,引入了“全民拍档”——每个人、机构、企业都可以成为“双11”的合作拍档,每个人都可以为“双11”代言,这是一场真正意义上属于每个人的“双11”。

今年也是历年来商家数目参与最多的一年,仅天猫就有2.7万商家参与其中,尚不包括淘宝、聚划算、天猫国际、速卖通等事业部的商家,覆盖全球。

菜鸟网络充分引入了全球物流资源,升级大数据产品,积极和海关进行合作,保障全球“双11”顺利实施。同时,众多的生态参与者为这场盛宴保驾护航——ISV(独立软件开发商)、TP(电商代运营)以及众多产业链的服务公司等,都在默默奉献自己的力量。

“双11”的想法肇始于一个灵光一闪的念头,这个逍遥子(张勇,阿里巴巴集团首席运营官)最清楚。我个人最大的感受是,从一个极其简单的想法,一个在2009年只有27个品牌参加的活动,演化成如今在全球都极富标志性意义的商业事件,它不仅在自我改变,更改变了商业世界的诸多领域,太多游戏规则因此打破,太多此前无法设想的可能变成现实。所以,放开去想,放手去做,收获总会远超预料。

财经作家吴晓波： 改革的下半场 电商是主要特征



本报深度记者 刘志浩

18日,济南的霾还未散去,财经作家吴晓波一贯神采奕奕地出现在听众面前。自称能把握中国商业大势,跟中国商界知名人士都很热乎的吴晓波,对企业的点评信手拈来,语言也少学究气,很快就在这场山东省中小企业局、泰山管理学院联合主办的泰山管理论坛上,赢得满堂彩。

在接受齐鲁晚报记者采访时,吴晓波愿意坐下来聊聊电商,但不再深入剖析上市的阿里,他的思路更宽,并不时提醒,过去36年的改革仅仅是上半场,未来以电子商务为主要特征的下半场改革才刚刚开始。

一切流行都在城乡一体化

齐鲁晚报:您说过,如果要为这十年的商业发展找一个关键词,那就是“电子商务”,那么未来十年是不是还可以用这个词来概括?

吴晓波:未来不敢说十年,至少从近五年来看,还是比较清楚的,电子商务对传统制造业和服务业的冲击将会非常大,包括制造业企业、金融服务企业,都在受到一次“全屏性”的冲击。

这就会出现两个结果:第一,一半左右的传统制造业和服务业企业,在这一轮淘汰中可能会出局,整个产业结构面貌会得到很大改变,品牌和消费者人群在未来五年会发生重大变化,过去二十年很多耳熟能详的品牌,在未来可能会消失掉,被电商模式下很多新的品牌所替代。第二,80后、90后包括很快要到来的00后,已经或很快将成为创业和消费的主力,他们的很多价值观、审美观,他们对消费、商业及资本的理解,都会跟50、60甚至70后有很大差别。

马云上市也好,像BAT(百度、阿里巴巴、腾讯三巨头缩写)的统治的确立也罢,从产业角度来看,对于电子商务来说,现在的时间点,是暴风雨来临的时候,一切都还刚刚开始,竞争完全没有结束。

齐鲁晚报:在这一轮竞争中,80后的一代人会起到什么作用?

吴晓波:在可预见的未来,我把它定义为80后主导世界,80后的生活,整个商业模式出现四个新变化:第一个是所有的商业都将互联网化,所以跟互联网没有关系的商业模式,无论是制造业还是消费业都会出问题。第二,在未来互联网领域或在新经济里面,所有的品牌都将品牌化。第三,大部分的消费都是在娱乐方面,一个企业、一个品牌如果没有娱乐元素,就很难被年轻人所接受。第四,一切流行都将城乡一体化。

以网络购物为例,苹果公司卖苹果6,当他在中国地区开始发售的时候,无论是济南的孩子,还是沂蒙山区的孩子,抑或北京的孩子,他只要能够支付6888块钱,在互联网能抢到订单,他就能第一时间买到这个手机。

齐鲁晚报:现在有一个说法,就是在电子商务中,年轻人都很注重个人的消费体验?

吴晓波:对。电子商务中,所有信息的核心就是“人”。中国三十多年来的经济发展,无论是计划经济也好,商品经济、市场经济也好,主要讲的是物的流

通,但以后不同了,将来所有能够存活下去的品牌必须具有人的特征。

人有什么特征呢?人是有体证的,是可以互动的,品牌也是要互动的,人是有缺陷的,而所有的东西都是冰冷的,标准化的,也是格式化的。比如雷军,他告诉你说他做了一个手机,并且让你知道这个手机是不完善的,你要帮助他一起完善,你提的每一条建议,他都给你回馈。你在哪里帮着提建议呢?在小米的社区里。当他有三千万粉丝帮着提意见时,他在你们的帮助下,做出手机,只发布了三十万台,粉丝们就争抢,因为这里有你付出的付出啊,这就是激励营销吧,也是一种互联网思维。

制造业里能活下来的将是中小企业

齐鲁晚报:您提到互联网思维,这对于传统制造业转型升级有何启示?

吴晓波:我的看法比较悲观,传统制造业大部分面临的是一个死的问题:现在你不转型是死,转型是早死。为什么这么说?传统制造业现在最大的问题是,你在上半场所形成的所有盈利,在今天都一一丧失了,回想一下过去三十年,从广东到山东,我们大部分老板靠什么挣钱?第一,土地很便宜;第二,劳动力很便宜;第三,可以偷漏税;第四,对保护环境不需要承担任何责任。而这些优势,在网络信息化时代,统统烟消云散了。

现在你去沿海地区,正在发生的是中小制造企业大规模歇业倒闭,而且我认为这个景象很有可能持续下去。

齐鲁晚报:那他们没有出路了吗?

吴晓波:也不是。我认为,中国制造业领域里真正能够活下来的是中小企业,那些超大型的“恐龙型”企业是最危险的,五年内中国的某些超大型企业,要么崩盘,要么自我解体,真正活下来的是中小企业。

未来活下来的模型是什么?我认为大概需要三种特征。第一,你必须是一个专业公司。以前我们接到一些老板的名片,上面有很多企业的头衔。将来这种多元化投资的企业模式将不再存在,未来能够活下来的一定是一个非常专业的企业。

第二,你必须要用信息化的手段改造你企业的内部和外部,用信息化的手段改造你的供应链,你的生产流程,你的OA流程,你的学习流程,你的财务流程,来降低运营成本,提高效率,然后通过信息化手段再造你跟消费者的关系。

接着就会发生第三个革命性的变化,你这个制造业企业的未来产品将由大制造变成小制造。

齐鲁晚报:这中间要经历多长时间?

吴晓波:现在已经开始。我认为改革到今年已经进入第四个阶段,前面三个阶段分别是:1978到1992年,自下而上增量改革时期;第二阶段,1993到2002年,自上而下的配套改革时期;第三阶段,2003到2012年,为外延扩张时期;第四阶段,也就是2013年至今,改革进入下半场,无论是从客观环境,还是产业发展,都将与上半场截然不同。

另外值得一提的是,虽然到今年年底,中国电子商务在全社会消费品中的比例估计会达到8%,将超过美国,但我们的电子商务依然在吃存量老本,在可预见的将来,会有无限潜力。