

面对 B2C 市场的巨大诱惑

李明远离职 百度调整业务重点

百度电子商务事业部总经理、百度有啊负责人李明远已正式离职，百度公司董事长兼首席执行官李彦宏已于 3 月 9 日已批准了李明远的辞职申请，该职位将由百度联盟总经理蔡虎接任，而联盟总经理之职将由原百度数据分析负责人储达臣接替。

离职之因:业绩和人事

3 月 10 日，有不愿披露姓名的电子商务业内人士分析，百度有啊总经理李明远离职可能是两大原因所致：

首先，从业绩看，有啊虽然占百度 5% 的总流量，却只有电子商务市场 0.7% 的市场份额，转化率之低让董事会对有啊业务十分不满。

该人士认为，这对于百度本身是一个矛盾：由于百度搜索业务的巨大流量，让管理层对于对进入电子商务领域过于乐观，但百度又不可能冒着风险，让其他业务影响搜索业务。结果导致了有啊缺乏针对性流量导入。该人士认为百度与日本乐天的和参股性电子商务合作模式要好于自建模式。

其次，从人事结构上看。李明远虽然顶着“最年轻的总监级领导”的光环，但系原百度产品副总

裁、首席产品设计师俞军的弟子。俞军在 2009 年 6 月离职后，李明远在公司内的话语权下降，时隔一年离职也在情理之中。

B2C 市场诱惑

针对百度有啊总经理李明远离职、调整业务方向的信息，业内分析人士认为，这只是百度全面调整电子商务业务的一个部分，未来预计百度将会把有啊业务和乐天合资公司业务进行更多的整合。

易观国际分析师曹飞认为，百度当初就应直接进入 B2C 市场，而不应该进入 C2C 领域，当初做出的决定就是没有把控好市场脉搏。他表示，百度进入 C2C 市场之后却发现电子商务市场中大企业的需求猛增，此时，淘宝商城等 B2C 领域模式取得了迅猛发展，而百度 C2C 却一直拓展乏力，前景很不理想。

“在意识到应当进入 B2C 市场时，百度已经晚了。而和日本乐天共同投资 B2C 公司之后，有啊更加成为鸡肋了，做出调整是必然的。”曹飞表示。

资深互联网分析师洪波也认为，百度有啊的人事和业务调整是必然的，而从时间来看，现在进行调整也有点晚了。他表示，百度与日本乐天成立了 B2C 合资公司，而

百度有啊的业务会和 B2C 合资公司的业务产生一些冲突，百度必须要重新梳理业务，确保自己涉足的两大业务不要打起来。

百度有啊未来的走向是怎样的呢？百度又将如何重整自己的电子商务地盘呢？

洪波认为，百度未来电子商务的重点会放到与乐天的合资公司上，但因为合资公司中乐天占主导权，所以，百度还会有一些自己平台的考虑。他预测认为，百度有啊的产品库和搜索还会继续运营。

而曹飞则认为，百度未来应当把 C2C 全面转向 B2C，在投资运营有啊和乐天合资公司两个平台困难的情况下，百度应把有啊融入到合资公司中去，发挥搜索和 B2C 结合的优势。

艾瑞分析师张艳平此前也曾向搜狐 IT 表示，百度有啊必须要做出改变。她认为，百度有啊的发展比较缓慢，通过有啊购买过商品的用户仅为 5.9%，跟淘宝、拍拍等差距较大，面对强大的竞争对手，有啊需要一些改变。

“百度搜索太庞杂，对单一产业的针对性不强。百度必须要找到将搜索优势发挥到最大化、将流量转化为购买力的方式，否则其在电子商务市场发展仍然将停滞不前。”分析人士认为。

(本报综合)



蔡虎



李明远

相关链接：

蔡虎小档案：

蔡虎，男，百度联盟总经理。百度公司董事长兼首席执行官李彦宏于 2010 年 3 月 9 日，批准了百度电子商务事业部总经理、百度有啊负责人李明远的辞职申请，他的职位将由原百度联盟总监蔡虎接任，蔡虎的职位则由原百度数据分析负责人储达臣接替。

李明远其人：

今年 27 岁的李明远，两年半前受命组建有啊团队，成为百度首个事业部——电子商务事业部(即“有啊”)的总经理，这使得他成为“百度最年轻的总监级员工”。无论在有 6000 人的百度内部还是互联网业界，李明远都颇有知名度，不仅因为他年轻而位居高位、领军百度的战略性业务，还因为他为百度的社区业务立下了汗马功劳。其成名作是贴吧。

精通社区的李明远深受百度掌门人李彦宏器重。在百度宣布进军电子商务的 2007 年 10 月，24 岁的李明远受命从零开始组建有啊团队。据百度公司企业文化宣传书籍《壹百度》记载，李明远只用了 11 个月的时间，提前 1 个月让有啊及百度网上支付工具“百付宝”上线，他带领的有啊团队还为此获得了百度公司 2009 年最佳团队奖。

李士骥:新蛋年内将上市

日前，B2C 电子商务新蛋网二号人物、全球执行副总裁透露，新蛋将在年内上市，融资主要用于优化仓储、物流等基础服务及市场推广。去年 9 月新蛋已提交了 IPO 申请书。

李士骥强调，新蛋中国是一家本土企业，他十分看好中国 B2C 电子商务未来的发展前景。目前中国是新蛋除北美之外的第二块市场。

在具体的发展策略上，新蛋中国强调稳健，先打好包括仓储、物流、客服、平台软件等基础服务，通过拉回头客的方式，稳步扩张市场份额。“只有地基打得越深，楼才能盖得越高。”李士骥说。

新蛋中国 VS 本土 B2C

新蛋网总部位于美国，2001 年创办，同年进入中国市场。但因发展初期自身精力及中国电子商务大环境的限制，直到 2008 年才开始在中国市场发力。目前新蛋主要市场包括北美和中国。

因为总部在美国，新蛋中国常常面临本土化的质疑。再加上国际互联网巨头在中国的频频失败，如雅虎、美国在线、Ebay 等，甚至到最近的谷歌，以及 3C 类 B2C 领域中，苏宁、国美

等传统实体店纷纷触网，淘宝、百度等平台转型 B2C，京东 1.5 亿美元融资，所有这些因素，都让媒体对新蛋如何应对本土化，如何面对竞争更加感兴趣。

对此李士骥十分无奈，他反问：从什么地方可以看出新蛋中国是一家国外企业？

他认为新蛋中国是本土企业，理由有二，一是新蛋网的创始人和大部分高管都是华人，对中国文化有一定的了解；二是新蛋中国总裁邹果庆有很大的自主权，总部不会在具体运营上做过多干涉。

邹果庆说，2008 年之前，新蛋中国多是扮演支持角色，而现在则是总部扮演新蛋中国的支持角色。

或许还有个例子可以说明新蛋本土化的努力。在美国市场，新蛋创办 4 年销售额即达 10 亿美金，且从 2001 年创办起一直处于盈利，这很大程度依赖客户之间的口碑传播。但在中国市场，新蛋却开始尝试与线上线下媒体合作开展市场推广，甚至上市融资的一部分金额也计划投在这里，以提高新蛋中国的知名度。

在谈到新蛋中国的竞争优势时，邹果庆认为技术积累是其中之一。新蛋在美国发展近 10 年，一半员工在从事相关软件研发工作，在电子商务平台等方面积累了很多经验。

新蛋中国产品负责人于雅雯举例说，新蛋

中国网上商品与竞争对手之间的差价，当高于或低于一定的比例时，会自动预警，并将信息发送至相关负责人手机。

在过去两年，新蛋中国只发生过一次价格标错事件，且在半个小时内更正，之后执行已发生的订单，因此并未引起用户不满和媒体曝光，也给公司减少了损失。

新蛋中国另一个优势则是全球采购的价格优势。李士骥称，Nvidia 图形显示芯片全球零售的 1/3 都是由新蛋网售出，这种大规模的销量也带给新蛋很强的议价能力。在进入中国之初，新蛋中国就曾利用几款特价商品迅速提升了在用户中的知名度。

不去讨论“本土企业”还是“洋企业”的“名分”问题，以上两点，都是新蛋全球这个大局方切切实实给新蛋中国带来的好处。

新蛋中国 VS 京东商城

虽然有众多竞争对手，不过最常被人们提及的还是京东商城。两者最像，都是 3C 领域的 B2C，都没有线下实体店（不同于苏宁、国美），都不做平台（不同于淘宝、百度）。甚至在上市规划上，两者也前后脚，新蛋计划年内上市，京东则刚刚完成 1.5 亿第三轮融资，业内分析将于明年上市。

京东商城创始人、董事长兼 CEO 刘强东此前在接受采访时表示，B2C 的消费者最关心品类、价格和服务，即产品要丰富、价格要够低、服务要更好。他还称，低价将是京东一直的策略，无论将来京东做多大，都还将打低价牌。京东第三轮融资的 1.5 亿美元，其中一半将被用来帮助京东继续保持低价，准备好未来三年继续亏损。

与刘强东相反，李士骥坚持新蛋中国不打价格战，他强调价格合理。理由是低价客户忠实的只是价格，而不是平台本身，当有更低价的产品出现时，客户很快就会流失。而且压低价钱并不是长期做生意的办法，赚钱继续投资，继续运营，这才是新蛋做事的态度。

在丰富品类上，新蛋也显得保守或者说谨慎。在国内不只是京东，包括当当、红孩子等等 B2C 都开始做百货商城，以平衡单一产品的低利润。李士骥却说，新蛋不会为了利润而增加商品品类。

他考核的标准是，新品类能否提供价值。这个价值既包括有形的价格竞争力，也包括良好的售后服务。比如在新蛋并不熟悉的化妆品领域，目前还不具备这种能力。李士骥说，以后可能会考虑与第三方展开合作来解决。

通过对比不难发现，京东与新蛋两者的发展逻辑十分不同，虽然都是围绕“规模”和“利

► 老总文萃 | LaoZongWenCui

精英型管理和防范型管理

□ 新华都实业集团总裁兼 CEO 唐骏

其实管理理念可简单分为两种：精英型和防范型。精英型就是你把员工全部当做是精英，采用的是全面正面的管理模式，认为员工都是优秀的、职业的、敬业的。你可以充分相信你的员工，给你的员工更多的决策权，更多的空间。防范型就是在公司建立一整套的严格的管理体系，防止员工的不敬业、不敬业、不诚信，采用奖励+惩罚的管理制度。

而采用防范型管理的企业管理成本很高，除了制定监督成本之外，更大的成本就是“感觉”成本。员工永远是处在被管理、被监督的位置，无形中形成了压抑的工作环境。如果你在工作中根本没有决策权，你会去努力吗？更不用说去创新了。如果你的公司有严格的迟到扣工资的管理制度，那么有多少人愿意为公司加班呢？这种“感觉”成本虽然是无形的，但却是极其高的。

采用精英型的管理带来的效果明显要优于防范型的管理模式。也许你的员工进来的时候没有达到精英的标准，但是公司有义务，有必要去通过制度、管理、培训去培养、引导，让你的员工变成精英，让他们有这样的荣誉感、自豪感。我当时就是采取了精英管理的理念，招聘就是让世人知道我们招的是精英，让员工也感觉到他们就是精英。Service Camp 就是把员工培养成精英的第一步，至少是行为规范上的精英。

要管理好精英，还要很多的精英型的管理模式、管理理念。微软全球技术中心的员工满意度是微软全球第一，微软全球技术中心的工作效益也是微软全球第一，也是因为这种精英型的管理模式，我们得到了微软管理的最高奖项(比尔·盖茨杰出管理奖)等诸多荣誉。这其中有很多故事，有很多的感动，有很多的心血……

润”。

京东的方法是先跑马圈地，做大做强，然后再追求利润。刘强东说，40 亿是电子商务的盈利平衡点，2010 年京东的销售收入目标是 100 亿。规模优先也符合互联网行业的发展规律。

新蛋的方法则是求利润，赚钱去投资，完善物流、客服等基础服务，慢慢积累用户，逐步扩大市场规模。拿物流来说，京东从第二轮融资开始，也开始大手笔投资物流，不过新蛋的物流等却是与电子商务同时起步，更多是一种主动的选择。新蛋最新的动作是，位于上海嘉定的全国物流中心正式运营，并覆盖北京、广州等其他全国八大仓，在仓库所在省市，自建物流配送可达 50% 左右。新蛋的这种模式更类似传统企业的扩展路径。

两者一个激进，一个稳妥。会不会有一天新蛋突然发现，挂在前方的大饼被京东抢先吃掉了？当自己所有准备工作都做好的时候，市场没有了？

李士骥的回答是，“就算它成功，也并不一定表明我失败，我不相信。”

确实，未来中国 B2C 的电子商务前景，值得每一家企业去想像。

(牛千)





东阿阿胶 传承历史 高贵品质

- 东阿阿胶，与人参同列《神农本草经》上品。
- 李时珍《本草纲目》记载：阿胶，出东阿，故名阿胶。
- 东阿阿胶，传承中华养生文化，倡导健康管理理念。



国家非物质文化遗产
东阿阿胶代表性制作技艺传承人



1915年东阿阿胶
获得万国博览会金奖



3次国家优质
产品产量金奖



长城国际金奖
阿胶地理标志认证企业

□ 编辑出版：经理日报社 □ 发行：全国各地邮局（所）均可收订 □ 国外发行：中国国际图书贸易总公司