

俘获“屌丝”的心 大赚“屌丝”的钱



最近“屌丝经济学”这个词比较火。有人称，得屌丝者得天下。“高富帅”史玉柱要甘居屌丝，甚至注册了“屌丝”和“屌丝网游”两个商标。盘点那些成功运用“屌丝经济学”的企业，他们是如何俘获屌丝的心的？这些当红的大赚屌丝钱的企业、或许包括YY、360、巨人网络、淘宝网、光线传媒等。不过，尽管他们赚了屌丝的钱，他们自己可都是货真价实的“高富帅”。

1、360：颠覆式创新就是屌丝的逆袭
在移动互联网界，奇虎360CEO周鸿祎以“本人偏屌丝”自居，但有着一颗屌丝逆袭的心。

360的产品生来有一股屌丝的气质。免费的杀毒软件，声称要逆袭的360搜索，所谓“0利润智能手机”，都是这一路数。

周鸿祎特别强调屌丝的逆袭。周鸿祎说：别人消费你免费，别人做的很贵，你把它做的成本很低，你让过去不是你的客户的用户变成你的用户，或者把很多低端用户都变成你的用户。所以，所有颠覆式创新，我总结一句话，就是屌丝的逆袭，如何击败高富帅，赢得白富美。

2、巨人网络：誓将屌丝进行到底

“我是真屌丝。我就喜欢自称屌丝。是自贱吗？本屌丝也不知。反正我以后继续以屌丝自居。据说我的部下去注册‘屌丝’商标了，为我保驾护航。以后谁自称屌丝，向本屌丝交一分钱。”在中国商界大佬圈中，以“真屌丝”自称最彻底的非史玉柱不可了。

巨人网络“中国首款屌丝网游”《仙侠世界》项目组与易观智库共同发布了《中国互联网“屌丝”用户游戏行为调研报告》报告显

示，我国屌丝人数超达5.26亿人。这意味着，在13亿中国人中约四成属屌丝人群。

巨人还斥资在美国纽约时报广场打出《仙侠世界》“屌丝 DIAO SİMADe in China”的户外显示广告，并称之为“中国首款屌丝网游”。广告播出几天后，因“屌丝”一词存在争议，日前遭到美方广告播出机构的禁播。

据悉，巨人网络2013年已经推出屌丝online网游。

企业领导人代言，注册商标，发布雷人屌丝研究报告，去时代广场做广告，史玉柱带领的巨人网络无疑是认准了“屌丝”二字的巨大商业价值。

3、淘宝余额宝是如何聚到屌丝们的钱的？

刚刚诞生半个多月的余额宝公布了首轮战绩。7月1日，余额宝和天弘基金共同宣布，6月13日上线的余额宝服务，截至6月30日24点，累计用户数已经达到251.56万，累计转入资金规模66.01亿元，累计用于消费的金额12.04亿元，存量转入资金规模达到57亿元。

这是一种纯屌丝和民间的投资。你若是余额宝的用户，不难发现余额宝其实有个投

资上限，就是100万元！100万元在投资市场是什么概念，差不多就是你投资一个信托计划的最低门槛。跟传统基金理财户均7至8万元的投资额相比，余额宝用户的人均投资额仅为1912.67元。

不少信托计划都超过10%的预期年收益率了，屌丝们为何都爱去买年收益率5%-6%的银行理财产品，碰到7%-8%的理财产品发售就争得头破血流？

据调查，收入在6001-8000元人民币的男性和收入在3001-6000元人民币的女性最爱自称屌丝。如果这个调查实在，那么上述分析就靠谱。屌丝的收入决定了他们在多年里几乎与双位数收益率的投资品无缘。

余额宝正是这样，门槛低，网络原生态，适合屌丝。

4、光线传媒：不经意地赚了屌丝的钱？

《泰囧》一个月票房达12亿，《致青春》16天破6亿，《中国合伙人》三天破亿，光线传媒连破票房记录。

光线传媒也许没有刻意，但他们确实很懂赚屌丝的钱。

《泰囧》是原本只有3000万元投资的低成本电影，上映后首周票房却突破3亿元。

有人笑言，《泰囧》与同期上映的《一九四二》，就是“屌丝”逆袭“高富帅”的现实版本。前者投资不足3000万元，后者投资2.1亿元；而两部影片的导演，一个是首次担任导演并兼主演的演员徐峥，一个是成名已久的著名导演冯小刚，两者可以说完全不在同一个级别上。

王长田自述，他们很大的一个特点就是“接地气”。譬如，建立地面的发行系统，而不是高高在上的中央总部式的发行系统。四年多以前，光线传媒在全国七十个票房最高的城市，都安排了一个人每天和当地的影院、院线打交道，事实证明效果非常好，这个系统可以吃掉30%到40%的票房。

另一个就是做商业类型，比如《致青春》，它是中国青春类型片，反映的状态、人物、故事和中国“接地气”。

5、YY：屌丝才是互联网的核心

一个嗲声嗲气的女生或者一个操着满口东北腔的男生，坐在摄像头和麦克风前，一边切换着各种知名或不知名的歌曲，一边进行着二人转式的调侃，有时还会自己秀一下歌喉甚至说一个满座皆喜的段子。随着YY语音在美国上市，使屌丝经济现象更是成为了学术界的一个研究热点。

据YY上市前发布的招股书显示，在YY的营收构成中，2012年上半年YY音乐的营收已达到9272万元，占总收入的30%，远超过外界熟知的在线广告业务。而这也归功于在YY语音作为语音通讯工具已经通吃游戏江湖之时，李学凌赋予YY的另一种新角色：娱乐社交。

真正在互联网上花钱的人，到底是高富帅、还是草根呢？李学凌的看法是：“很多高富帅，在互联网上基本从不花钱。”

在李学凌看来，草根才是中国互联网最核心的用户，任何一个真正成功的公司，必须抓住草根用户。没做到这一点的话，基本上还飘在天上。而且，他还有具体的举证。他说，中国现有的大公司，都深深地抓住了草根用户需求，比如淘宝，可以让每一个二三线城市卖家都能够活下去，腾讯更是从骨子里就是草根公司。

(津禹)

企业的育人： 将凡人 培育成“超人”

企业基业常青的关键就是持续地培养优秀的人才。所以，企业育人，人育企业，企业辉煌自然一浪胜过一浪。

那么，怎样才能将凡人培育成企业的“超人”？这离不开企业的育人。不好好地培育，凡人怎么可能成为企业冲锋陷阵的“超人”呢？

育人如种树，举个简单的例子：果农种树是为了收获果子，企业育人是为了发展企业，从这里可以看出企业育人与果农种树施肥的道理是一样的。果农要想得到又大又多又好的果子，就要选种耕作施肥，叶子绿了，树干粗壮了，果子自然又大又好；反之，叶子枯黄，树干细少，稍有风吹草动就夭折了，又何来果子呢？企业育人也是希望得到又多又好的人才，正如同果农一样，需要不断地耕作施肥，所以选人、用人虽然重要，但关键在于育人。

措施一：造人先造己

“造物先造人”，那“人”是如何“造”出来的呢？举个简单的例子：我们知道钟表有时针、分针和秒针，如果想把这个表调快一点，是调时针比较快还是秒针比较快呢？如果公司当中有高层、中层、基层，想让公司有快速的提升、发展和突破，是改变高层比较快还是基层比较快呢？答案是不言而喻的，肯定是调整高层比较快，作为一个公司的领导人，如果总想改造自己的下属，却从来不改造自己，那你很难得到改变。所以，要想造好“人”，先要造好自己，也就是“造人先造己”。

措施二：提供训练诱因

现代社会中，很多人不一定热爱学习，也不主动去学习；或者主动了，但不能坚持学习，为什么会这样？我觉得有三个原因：一是老板没有危机感；二是没有好的课程和好的老师；三是被不好的老师和不好的课程害得没有学习意识了。找到了原因，就要对症下药。提供训练诱因最直接的方法，就是制造危机感。最简单最有效的方法是淘汰。达不到标准，完不成结果，就淘汰当事人，这样会让一群有危机感、一有了危机感，人们就愿意进步，愿意提升。

措施三：寻找有吸引力的训练资源

这种资源可以是比较优秀的书籍光盘，也可以是比较优秀的老师，也可以是公司内部自己组织学习。这些不仅能帮助你的员工提升能力，而且对留住人才也有很大的作用，同时这些培训也可以作为员工的一种福利和奖励去吸引他们不断提升自己。

措施四：让员工参与管理

怎样让你的员工参与管理呢？比如说，公司要做某个重大决策的时候，让员工来参加和讨论。实际上，在决策过程中，员工并没有决定权。但是员工在讨论的过程中，他们能够看到怎样决策才是对的，才是最有效果的。这实际上也是高层与中低层的一个脑力激荡，通过这样的讨论，我们可以教育员工未来如何做好一个领导者，以及怎样决策最有效果，最能给公司带来帮助。

措施五：抓住一切机会锻炼员工

对于员工的培训除了固定的时间和内容以外，还可以随时随地地锻炼员工，一个优秀的企业是懂得抓住一切机会锻炼员工的。以会议来说，比如晨会、晚会、周例会、月例会、季度会、年终会、客户答谢会、酒会、招商会、同事生日会、企业周年庆典、培训会以及庆功会等等，都可以让员工上台发言，不要老是固定几个人讲，应该让每个人都有机会上台，甚至是当主持人。总而言之，只要是公众场所能够讲话的地方，都要让员工去锻炼，让他们提出建议，表达看法。

总之，一个优秀的企业领导者，不要总是觉得员工应该为你怎么样，而是你要发自内心地去帮助员工，让员工觉得也许领导说话是不太好听，但是领导是为了帮助他，是为他负责任。今天对他严格一点，是让客户对他更客气；今天对他狠一点，是要市场对他更客气；今天对他要求高一点，是为了让这个社会对他的肯定更高一点。

国药准字H46020636
快克
复方氨酚烷胺胶囊
适用于缓解普通感冒或流行感冒引起的发热、头痛、四肢酸痛、打喷嚏、流鼻涕、鼻塞、咽痛等症状，也可用于流行感冒的预防和治疗。
请在医生的指导下购买和使用
海南亚洲制药生产
海南快克药业总经销

唯有过硬的产品质量才能赢得客户、用户的信任。双星青岛轮胎总公司以抓好产品质量为干好一切工作的总抓手和突破口，通过前期“销毁退赔胎、侧掉残次品”等举措，提高了骨干员工质量意识，增强了责任心，员工从每一步操作入手，努力生产精品轮胎。

——采访手记

岗位就是责任

本报记者 何沙洲

通讯员 王开良 车芳

6月26日，记者走进双星青岛轮胎总公司生产车间，设备伴着有节奏的响声不停地运转着，员工紧张有序地认真操作着，炎热的天气丝毫没有影响到生产一线认真工作的氛围。

“步步细操作，条条干精品是我们的目标，也是我们的责任”。在子午胎一厂3#成型机台，正带领成型技术人员对半成品进行抽检的张国栋厂长如是说。

我们的谈话丝毫没有影响到机台操作人员，他们埋头测量、递料、对齐、滚压，每一个步骤都很投入，顺畅操作中，主机手石文亮突然将上完的半成品部件拔了下来，又重新上了一遍，他指着机台的灯标告诉记者：“第一遍操作时，子口布偏离了灯标1mm左右，现在，完全合格了。”

感受着骨干员工对待产品质量的执着和认真，记者来到子午胎一厂硫化生产机台，阵阵热气扑面而来。三名骨干员工正围在硫化机旁，聚精会神地商讨着什么，他们半蹲在硫化机蒸锅前，时而对比、时而测量，工作服的后背一圈汗渍隐约可见，大滴汗水从脸颊滴落。直到最后一个数据测量完毕，他们才直腰休息。记者借机询问，维修工王海波说：“为保证产品高质量，我们分组对所有硫化机从拉伸高度、定型压力、定型高度等七个方面进行了精度检测，保证设备100%达标，为精品轮胎的生产奠定基础。”

在子午胎二厂11#成型机台上，标有“标杆机台”的流动红旗，引起了记者的注意。“我们机台本月未出现一条不合格品”，主机手丁德彩高兴地告诉记者。说话间，已经下班的几名成型工来到了该机台，认真地观察起该机台的操作，不时地虚心请教。“我们是24#机台的，在子口布滚压时容易出现气泡，上‘标杆机台’请教学习一下”，一职工告诉记者，“通过学习，我看到了自身的差距，找到了解决问题的突破口，以后工作中及时改正过来，也争创‘标杆机台’。”

论职业技能培训与创新能力培养

■ 高年丰

企业成功的关键在人，科技创新、组织要创造价值，关键也在人。可以简单地认为，能尽职尽责规范地做好本职工作的员工就是人才。培养这样的人才，就是企业员工技能训练的使命。基于对人才的培养，有必要权衡现在企业内员工技能的培训，讨论企业员工技能培训的再打造。

如果说员工的选用、满足工作岗位的要求是人力资源规划的第一步，而员工入职后的教育培训则是人力资源规划的第二步。企业的员工培训是员工职业生涯的重要阶段。经历这样的阶段，员工在组织中的作用方能完全发挥，个人也才能完全显现出自身的价值。

现今企业对员工的培训，大致可分为两个层面，一个层面是管理层面，另一个层面是生产操作层面。虽然这两个层面上培训的侧重点不一样，但总的来说，还是存在一些问题。

一、对人力资源这一职位认识不强。人力资源是一种特殊的资源，而此种资源又是以人的身体为载体由无数社会人构成的。对这一群体的部分人，我们已经过聘选在使用中，但对这些人在使用中忽略了对他们的从职培养或培训，对他们先期个人所拥有的知识进行了压缩式使用，结果造成知识未能及时更新而以老化的方式衰竭，大多数需要通过培训再提高的员工不能及时跟进生产发展、新上项目要求的需要，造成企业数年一貌，员工千人一面的状况，影响了企业的发展。

二、对人力资源中的素质认识不足。我们多数企业在谈到人才时，多以引进学历程度高的人为首选，唯学历高的人为人才，造成

一种只重员工文凭不识员工真才实学素质的氛围，而企业内部的大多数约占总人数80%左右的专业操作岗位的员工是否也能从引进中予以解决呢，显然是办不到的。那就是说，在不能大量引进专业操作人员的客观现实中，聘选的一般不具有专业技能的人员，即大量的社会劳动力涌入企业，使企业人员的层次发生新的变化，有一定文化基础的员工，急需通过培训提高自身素质适应企业生产需要，成为一个改善培训的重要课题。实际上对操作岗位上的员工也存在只使用不培训不培养的情况。

三、在实施培训过程中，重管理人员培训，轻专业技能操作人员的培训。对操作人员的培训，企业中老是流行“师带徒”的传帮带作法，老人以经验传授给新人，这一作法在劳动密集型且技能含量要求低的企业中未尝不可。但在一些创新型企业内争创高技术附加值产品的过程中就显出不足了。某些产品的高质量高标准不通过培训学习新工艺的操作，新设备的使用、维护，光凭操作经验显然是不行的。所以在企业中光重视管理人员的培训，轻专业技能操作人员培训的方法，有悖于全员学习、全员培训的内涵，企业的效益、企业的发展都会受影响。

人力资源是创造企业价值的主导要素，是一种特殊的战略性资源，企业必须从自身发展的战略高度来认识企业中人的问题，并从组织的角度上确立人力资源的培训观。员工的自主培训是企业经营和发展战略的重要组成部分，一个企业素质的提升，一个团队成员核心竞争力的打造，唯有靠科学有效的技能培训，不培训或培训不到位是浪费人力资源。所以应遵循最基本的要求，重视从岗位职

责，工艺流程的过程开始，就是解决怎样做，为什么要这样做的问题，从而达到符合规范标准的结果。

一、正式学习：固定时间、固定地点、固定内容，统一学习培训的平台。可以先做教材，后录制成电化教学软件，利用培训点再传播，并利用电化教育培训这一常规渠道，来做好专业技能知识的传达，将参训后个人能力集聚成组织的能力，完成组织设定的目标。但这种方式局限性大，不容易安排，对生产任务饱满的企业，难于组织人员参加。

二、非正式学习：制定企业网络培训解决方案，不固定时间、不固定地点、固定内容，随时随地通过网络学习。通过在线学习方式，学习方式虽不能控制，但员工的培训考核可以控制，通过在线学习预设的模块，就能掌握员工的学习情况。

三、依托现有的外部课程资源和有能力的企业，以行业工作流程为基准，整合现有企业的教师资源，多方面、多层次共同编制出适应企业生产发展，提高工艺流程的教材，开展多样化的培训，不固定时间、不固定地点，培训难的局面或会打开，培训效果可能会更好一些。作为企业基层的培训管理人员，迫切需要这种方式和教材。只要有好的教材，企业内部的专业管理人员就是最好的培训师。所以说，要采用在线学习这一培训方式，关键是解决培训课件的制作。师傅教“应会”，培训课件解决“应知”，企业可以提出基于提高生产工艺水平所需的要求及培训大纲，培训内容，由专门的机构。专业的人员来制作适应在线学习方式的课件，剩下的问题就由企业网络化的在线学习来解决了。（作者单位：铜陵铜冠黄狮湖金矿有限责任公司）