

2 热点透析 Hot Dialysis

魔幻现实:任正非卖牛肉 华为做电商

之所以套用《百年孤独》式的开头,不仅因为任正非这次电商讲话太过震惊,而且任正非的电商念头其实也与南美大陆有关。

“电商做好了以后,我们的酒也从这上面卖,我们将来从阿根廷买回来的牛肉也可以在网上卖。我们的货物是真的,我控制货物质量。京东、淘宝都管不住质量。我们有货源,全球140多个国家,从每个国家买个好东西放到电商上销售,华为公司的零部件将来都可以拿到网上卖。”线报人士在复述任正非讲话时,他自己也被老板的大手笔和大胆想像震住了。

4月初,在被南美某运营商老大用私人飞机接到庄园,品尝烤肉和各式水果之后,吹着安第斯山脉凛烈、刚硬的风,任正非卖电商的念头也许就是那个时候酝酿发酵的。

任正非从南美回来后,恰好一年一度的华为终端战略研讨会召开。在这次会议上,任正非毫不客气:“你们太僵化了”。任正非称,此前他一直反对终端去做所谓的渠道,因为去做渠道一家家去谈,成本太高,而应该发展低成本的电商。“我们优先发展低成本、猛发展低成本的,改变格局。”

“我看可以大胆地干。”任正非为华为电商的发展定了调。据知情人称,5月定调之后,华为电商开始酝酿一系列大动作,下半年将会有重磅产品推出。

电信设备制造商华为,转向电商,甚至任正非把目标指向淘宝(注:按华为电商模式应该是天猫)、京东,这听着的确太魔幻,跨度太大。

但如果你全部了解了华为在电商领域一年来的变化之后,也许就不会那么吃惊了,有那么点靠谱。

我姑且将任正非的电商梦想称之为魔幻现实主义吧。

华为电商源起

早在电商梦之前,华为曾经试图向互联网转型。2012年初,负责华为互联网业务的朱波离职一事,曾在业界引起“华为没有互联网基因”的说法。

但不久之后的2012年6月,华为终端公司的电子商务部悄然成立。

这次组织架构调整非常低调,外界几乎毫不知情。公开层面,唯一可见的痕迹是,华为终端公司CSO徐昕泉的微博自我介绍变成:从“云管端”到“电子商务”!

早在2012年巴塞罗那电信展会期间,华为终端公司董事长余承东在已经高调张扬“华为要做电子商务”,2012年3月18日华为商城已正式对外营业,但不可否认的是,华为电子商务部的成立更意味深长。

成立初期,电子商务部老大徐昕泉更是非常低调,对于我的采访要求,他只回应:“我

多年之后,面对一个跟淘宝、京东齐名的电商华为,华为内部员工将会想起2013年4月华为终端召开的那个上海会议,也许未来的华为会将之命名为“任正非电商宣言”。

们这个部门刚成立,没什么可说的,先做起来吧。”

“公司成立电子商务部,起点非常高。”知情人士称,虽然电子商务部隶属于华为终端公司,也就是现在的华为消费者BG,但其独立性很高,运作、经营都有自己的节奏。

在了解了这些细节之后,去年8月,我撰文分析了华为的电商思路,我认为,电子商务部的高规格,就是华为在互联网发展战略上的新思考。华为是想通过电子商务部的运作,通过手机在电商上的努力和试探,从而找到华为设想中的“互联网之路”:依托电子商务,结合手机等终端产品的销售,开始自己的互联网建设。电子商务部的成立,让华为补全了这条互联网通路。

盈利:华为电商模式

小米带动的互联网营销模式震动了传统手机企业,很多手机企业都开始在网上销售,一方面与京东、苏宁等电商合作,一面自建商城。

华为也不例外,但华为还有一点与众不同,就是华为并没有把线上渠道仅仅当成一个线下渠道的补充,而是做了特别规划,比如把传统渠道与电商销售的手机截然分开,甚至一款新推出的主流手机,先在电商上销售,传统渠道完全没有铺货。

去年华为电商主推了两款手机,一是荣耀2,一个是Ascend D1。今年华为主推的P6则是先走传统渠道,并没有在电商主推。

把传统渠道与电商通路截然分开,有两个目的:一、可以看出华为对电商的重视和培养,二是,有目的的避免传统渠道与电商渠道的“打架”,避免造成价格体系混乱。

这样看,似乎华为电商渠道销售的手机就很少有很少的几款手机。其实并非如此,华为也有所考虑,当传统渠道的主推手机过了市场主攻期之后,华为就会将其放在华为商城销售,进一步通过电商渠道补传统渠道的“漏”,并不主推,与线下渠道并不冲突。

去年,最具人气的手机华为荣耀四核电



商的销售非常火爆,最高一天订货到5万台。在今年美国CES展会期间,余承东兴奋地称:“我们的电商已经赢利了。”

终端业务是华为重点培养的未来方面,每年一次,华为终端战略研讨会都会召开。去年是在三亚,内部称“三亚会议”。在三亚会议前后,任正非对华为终端的发展有过四点明确指示:要有盈利能力、要有持续发展的能力、不能出现恶意库存、要管理好风险。

任正非很务实,“要有盈利能力”的指示之下,低成本的电商开始迅速做起,同时华为也不再烧钱打广告。总体来看,华为终端去年在利润上下足了功夫,据余承东称,华为终端利润增长70%。

华为能否成为电商大玩家?

成立不到一年,已经盈利,华为电商的试水非常符合任正非对终端发展的预期,甚至也让任正非对互联网销售有了切实的感觉和更大的设想,包括卖阿根廷牛肉。

其实,任正非卖阿根廷牛肉的想法并非无的放矢。华为在运营商市场耕耘多年,与全球50多个大T的关系可谓水乳交融,哥们一般。任正非去南美大佬的庄园做客、甚至还到南美的矿井考察了一番。

当电信市场遇到天花板之际,不仅华为在想如何突破、转型,连全球的运营商也在思考这一问题。某种意义上,也许阿根廷牛肉的想法不仅仅是任正非一个人的设想,此前,华为已经有了卖红酒的电商网站,其实这个电商通路就是一个尝试。

红酒,先是华为自己内部的商业需要,其次,有了货源顺手在网上卖一下也未尝不可。互联网未来的的商业,卖什么重要,但更重要的是销售渠道和全球市场关系。

华为在全球140个国家经营多年的人脉,可以利用起来。据一位从巴西回来的朋友称,巴西当地人把中国人分为三类:一是早期移民,二是华人,三是近年来的旅游者。可见,华为在全球各地的扎根之深。

尽管任正非有着长远的设想,但从上海



会议上透露的信息来看,华为第一步还是要先手机电商做好,才是最重要的。

据称上海会议期间,华为在终端的渠道发展方面形成了因地制宜发展渠道的核心思路。大意即以尽量少的编制,优先发展低成本渠道,达到最大化的销售覆盖。而电商将同时扮演B2C渠道和B2B交易平台角色,以此为目标分阶段实现。另外,在以开放市场为主的国家中,华为将通过加强与大零售、大国包的合作,实现快速和高效的渠道覆盖;而对于有电商基础和发展潜力的区域,则会采取优先发展电商模式。

而在互联网传播方面,华为也开始转变,开始鼓励员工通过微博等社交媒体传播品牌和产品,并根据用户数和影响力作为奖励标准。

据知情人称,华为电商受命重任之后的第一个大动作就是将发布荣耀3。荣耀3早在CES上就已经发布,从产品上看性价比很高,但为何至今雪藏?据悉,荣耀3在内部也有一番曲折历程,最终落地华为电商。这将是华为电商下半年的最大动作,试图接棒P6,在市场上再掀华为手机旋风。

先做好手机电商,打开互联网销售通道。进而,依托在全球140个国家的货源,玩一把大的,谋划一个华为电商梦,这就是任正非正在下另一盘棋。

但这可行吗?任正非这盘棋是不是下得太大了?

虽然任正非在讲话中提到了淘宝、京东,但从华为的资源、电商模式上看,与前两者的大规模综合类电商的定位并不相同。任正非的想法其实很简单,并不是一定要做成淘宝或者京东,无非就是利用自己的资源优势,以最小的成本做点最可行的事。某种程度上,其实是对现有电商市场的一个补充,基于优质货源之上的独特电商。

年近七旬的任正非仍然胆大敢干,比年轻人更有冲劲。更重要的是,任正非历来说话靠谱。我以为,华为电商梦尽管有点魔幻,但仍有现实意义。

马云、刘强东,你们怎么看? (李瀛寰)

《人民日报》头版盛赞 湖南天雁 产业升级发展路径

8月4日《人民日报》头版在题为《技改投入不吝啬,咬定升级不放松,衡阳产业转型助力企业》中,盛赞湖南天雁机械有限责任公司在增压器产业建设、技术升级、打破国外技术垄断中的工作成果和发展路径。这是公司自2003年命名成立以来,第一次受到中央主流媒体的充分肯定。

《人民日报》在头版文中指出:“在湖南雁机机械有限责任公司,汽油机增压器的专线厂房正在紧张建设。从军用到民用,从柴油机涡轮增压器到汽油机增压器,在党委书记黄毅看来,没有一次次的技术升级,就不会有企业不断上扬的发展轨迹。黄毅告诉记者,多年来,企业的研发经费一直占销售额的5%。正因如此,才有了打破国外技术垄断的底气,才有了国内柴油机市场30%多的占有率和民族品牌中的地位。”

文中强调指出:“‘老字号’也有新活力。天雁的发展路径折射出衡阳产业升级的战略选择——以持续的技术升级,刺激企业活力的持续释放。”

中央主流媒体高度赞扬湖南天雁机械有限责任公司转型升级、做大做强成果,全体员工深受鼓舞。近十年来,公司在中国兵器装备集团和中国长安集团的正确指导下,始终坚持科学发展,积极面对复杂多变的市场经济形势,尤其在产品、技术不断更新的环境下,集中力量、集中资金着力抓好新产品的研发,加大技改技措的投入力度,创立了国家认定企业技术中心、中国驰名商标,形成了以民族产品为核心的发展路径,增压器产品技术走上了全国第一阵营,汽油机增压器、天然气增压器等新产品,率先打破了国外先进技术的垄断地位,每年研发出柴油、汽油、天然气增压器新产品系列36种、100多种型号,近三年来,共成功申报国家技术专利66项,发明专利19项,荣获全国、省、市科技进步奖97项。

刚刚从外出差回来的公司总经理王一棣欣喜地说到:中央主流媒体宣传天雁,赞扬天雁的工作成果,这是对我们全体干部员工的鼓励。公司各级领导干部和全体员工要进一步按照上级的总体部署,紧紧围绕“211战略”第二步目标和“愿景2020”发展战略,不断创新思路,科学管理,砥砺奋进,努力争创国内外行业的领头雁。

(记者 李凤发 通讯员 周友元)

传递爱·让梦想飞

河南省宋河老子国学教育基金会举行2013年百万助学活动,他们拿出204万元捐助贫困大学生圆梦

■ 本报记者 李代广

8月18日,在河南省总工会礼堂内,河南省宋河老子国学教育基金会“传递爱·让梦想飞”百万助学活动隆重举行,来自省内18个地市的204名高考题名的寒门学子,每人被资助10000元踏入大学。

据了解,此次报名时间自2013年6月3日至7月31日,共收到报名学生400余名。经多方抽查、电话核对、实地调研等方式初步核实受捐学生资料,并接受河南省教育厅、宋河基金会等四方监督,按照宋河老子国学教育基金会章程和助学资格条件,最终取得受捐资格的学生共204名。其中孤儿家庭学生26名,单亲家庭学生65名,残疾人(监护人为残疾人或学生本人人为残疾人)家庭学生24名,其他特困生89名。

三年来,河南省宋河老子国学教育基金会在连续进行“传递爱·让梦想飞”资助家庭贫困大学生的同时,还开展了形式多样的诸如向中小学生发放字典、赠送国学图书、支持中小学教育、弘扬国学文化等社会公益活动,累计捐资助学助教支出1500多万元。

平顶山嘉成包装有限公司开业庆典暨中部地区纸包装行业高层论坛隆重举行

■ 王大庚 本报记者 李代广 陈天恩

近日,“平顶山嘉成包装有限公司开业庆典暨中部地区纸包装行业高层论坛”在河南省郟县隆重举行,平顶山市及郟县政府相关领导,江西南昌市经开区、南昌市工商联、中国包装联合会、中包联委会、河南包协、江西包协等相关单位领导,众品集团、盼盼集团、玖龙纸业等企业代表,华商学院嘉宾,圣光集团全体高管及关联企业总经理、采购负责人等500余人参加了活动。

平顶山嘉成包装有限公司由圣光集团与江西嘉成包装有限公司合资组建,是圣光投资集团实施以商招商、产业链招商引入的配套型企业。

该项目占地160亩,主要生产高档新型环保水印包装和彩印包装系列产品,在满足圣光集团医疗器械、医药等产品包装需求的同时,服务于郟县产业聚集区并辐射周边乃至整个河南省区域,是目前河南省内单厂投资规模和产能最大的包装企业。

中国包装联合会党委书记、常务副会长兼秘书长葛江河,河南省包装技术协会会长张大岭,圣光投资集团董事长周运杰,嘉成包装董事长李辉共同为公司开业揭牌。

在随后的中部地区纸包装行业高层论坛环节,与会人员就中部地区纸包装企业如何把握形势,提升综合竞争力和核心竞争力等核心问题进行了探讨。



让“天工梦”插上“更科技”的翅膀

——《“天工梦”——天工人的“中国梦”》系列报道之五

朱小坤对记者表示,厂房面积翻番了,如果还沿用老产品,肯定无法实现效益上的飞跃。今后天工将逐步淘汰低档产品,专做高档工具产品。在切削工具方面,开发生产硬质合金工具、粉末冶金工具、汽车刀具等;在工模具新材料方面,不满足于天工高速钢产能世界第一,模具钢国内第三的现状,进一步完善所有高速钢、模具钢的产品品种、规格,突出产品差异化,做别人不能做、做不了的产品。

朱小坤语重心长地告诉记者,我们在“寸土寸金”的基础上,使“老树”开出了新花,并使这棵“树”成为天工发展史上的一个里程碑,是“天工梦”里的一棵“创新树、幸福树”。我们一定要继续“见缝插针”,充分利用好每一寸土地,让其发挥最大的效应。须知,人类只有一个地球,人们的生存空间越来越挤。天

工人的“见缝插针”之所以值得肯定,是因为他们用“绣花针”来绣“天工梦”。

科研中心: 科技成果的孵化“总部”

2012年11月27日,以天工国际为主体的江苏省工模具钢工程技术研究中心正式启动。该中心是依托天工国际工模具钢生产优势设立的工程技术研发中心,填补了江苏省工模具钢科研中心的空白。中心将主要以天工国际工模具钢生产优势为依托,致力于整合行业资源,开展工模具钢行业关键共性技术方面的技术研究、产品开发等工作,天工国际将通过该中心的建设,聚集和培养出一批工模具钢领域的高科技人才,3年内使工模具钢工程技术研究中心成为全省一流研究中

心,5年内向国家级研究中心晋级,使天工国际真正成为全国工模具钢行业标准拟定和促进科技成果孵化的主要创新基地。

产品创新是提高企业生产力和综合实力的战略支撑。近年来,天工国际大力实施“科技兴企”战略,将科技创新作为企业实现可持续发展、提升企业竞争力的重要砝码,使天工这个有着30多年辉煌历史的企业焕发出勃勃生机。从普通切削工具麻花钻到高速钢,从模具钢到钛合金,天工实现了从低档到高档、高端产品的生产裂变,不断调优产品结构、做优做好产品,践行了创新给天工带来的“蝴蝶效益”,使天工走出了一条独具特色的发展之路,创造了引领行业发展的天工模式。

去年以来,天工在成功开发生产M42扁钢、6542—232mm以下大规格高速钢圆钢,并

已正式对外销售的同时,国内首款高硫高速钢在钢研中心研发成功,顺利完成了规格24mm圆的试轧,磨光圆后即可出成品,并将正式进入批量生产,成为高速钢传统产业在天工实现创新的又一新篇。同时,首创专门用于生产天工工具品牌产品的加钴6542高速钢材料也在紧锣密鼓的研发中。

由钢研中心新研发的国内首款高硫高速钢,实现了中国高速钢行业多项关键技术突破,代表了同行业最新、最高的技术水平,其多项关键技术具备了国家高新技术专利资质,填补了国家高硫高速钢的生产空白,代表了中国高速钢生产新技术水平和发展方向,打破了国外在高硫高速钢生产技术上的垄断地位。插上“更科技”翅膀的“天工梦”,正在飞向更辉煌的目标。

达芬奇说:“科学是将领,实践是士兵”。

这位画出了世界上最幽雅、最神秘微笑的女人《蒙娜丽莎》的伟大画家,说出了一句似乎与绘画无关、但同样“伟大”的话。用这种深含哲理的箴言来诠释“更科技”的“天工梦”,觉得颇为“般配”。将军带领,士兵突击,取得了一个又一个胜利,这不就是天工科技的进步之道么!

朱小坤说得好:科学“种田”,越种越甜。真是言简意赅,意味深长……

企业家日报记者点评:30多年来,天工自始至终把科技作为做大做强企业的头等大事。这当中,朱小坤在诠释这个真理时,朴实而新颖的见解令人耳目一新:用钝刀子割肉,是半天也割不出血来的。刀耕火种即使“天连五岭银锄落”,也抵不过最标一点的“秒杀”之功。一句话,工欲善其事,必先利其器。朱小坤如是说,天工人如是做。

[上接 P1]