

物美蒙进逼:物美尝到了互联网变革的甜头

“拥抱互联网,全面二次创业。”物美商业董事长蒙进逼表示,商业本质依然是消费需求,在品类管理方面,物美已经尝到了变革和创新的甜头,2016 年会继续以互联网的工具和手段来推进变革,在蒙进逼看来,在市场形势仍然变化多端且竞争激烈的情况下,适者生存,变者领先,优者整合。

今年 1 月初从香港退市后,北京及华北地区最大的连锁超市物美的下一步动作格外引人关注。“拥抱互联网,全面二次创业。”北京物美商业集团股份有限公司(以下简称“物美商业”)董事长蒙进逼表示,商业本质依然是消费需求,在品类管理方面,物美已经尝到了变革和创新的甜头,2016 年会继续以互联网的工具和手段来推进变革,在蒙进逼看来,在市场形势仍然变化多端且竞争激烈的情况下,适者生存,变者领先,优者整合。

变革零售技术

“2015 年是改革创新年,2016 年是全面二次创业,继续拥抱互联网。”蒙进逼介绍,二次创业并非由退市引发,而是根据企业发展面对社会、市场、顾客的变化,从而做出的选择。在上述人士看来,“如果不能产生有效的结果让顾客更加满意,那么任何改革创新都是形式,烧钱也没有用”。

在过去的 3 年时间里,物美通过数据驱动业务、驱动流程、驱动组织,对零售行业内品类优化的问题做出了本质性改变。“从供应商招商到品牌招商,现在发展到单品招商,最大限度地解决困扰超市所谓的品类管理、品类优化问题,也净化了供应商和采购之间的灰色地带。”蒙进逼认为,品类优化之后的好处显而易见,好的供应商、品牌、商品进入到物美体系,商品随着消费需求有序进行更迭。

同时,物美对传统订货流程也进行了互联网改造,“已经实现了系统自动补货,没有



●物美董事长蒙进逼



人为干扰,店铺没有订货权,采购也没有订货权,正常商品和促销商品都可以自动补货”。蒙进逼介绍,之前订货是由门店单店订货,存在很大的人为因素,订货数量和品牌几乎由供应商、导购、采购把控,不能科学合理地保证是否符合消费者需求的商品,实现系统订货后,在后台数据监测到某家门店的某类商品售罄后,会自动补货,不需人为操作,同时也可以从数据上反映出哪些商品畅销、哪些商品卖得不好,通过数据驱动排名排序不断优化商品品类,“这个事情做了 3 年,2015 年比较全面地解决了这个问题。”据蒙进逼透露,像这样的变革在物美内部有十几二十项,“不仅仅要追求业绩好,更重要的是经营模式、经营技术的变化”。

构建全渠道

乐视冯幸:视频是手机商与运营商合作的纽带

近日,乐视控股高级副总裁、乐视移动总裁冯幸在接受记者采访时表示,2016 年手机行业将迎来重要的分水岭,手机产业链上将有至少几十家产业链企业消失。当下手机厂商的渠道越来越下沉,线下渠道以及公开渠道占据了越来越多的比例。冯幸亦表示认同,乐视将大力开发公开渠道。谈及运营商渠道,他表示:“运营商的终端补贴虽然降低了,但与其合作的空间从来没有减少过。目前视频是重要的一个合作点,将有利于激活运营商的存量用户。”

在冯幸看来,只有拿着硬件去跟运营商要成本补贴的厂商才会被淘汰。

东亚鞋材蔡君昌:有态度的上游供应商如何过冬

“温岭市东亚塑胶有限公司”比很多温岭当地的制鞋企业的历史来得悠久,从军转业以后,蔡君昌在鞋底厂从学徒做起,迄今为止已经 18 年,而温岭鞋业从萌芽发展至今也不过 30 年左右。从军的经历加上 18 年在鞋市摸爬滚打的磨练,让董事长蔡君昌看上去不像商人,而更像一个组织部长,把温岭的鞋企和温岭大大小小的鞋材、鞋底厂组织串联起来。蔡君昌认为,供应商作为上游产业,应该走在市场的前端,根据不同鞋企的需求,整合资源,价值最大化利用。

军事化管理促进品质标准化

走进“东亚鞋材”一厂的办公大楼,“集中决策,分层管理”几个大字赫然在目。蔡君昌介绍,在东亚的办公体系内,这一套团队管理理念已经约定俗成,每个东亚人在这样的管理体系下都会自发形成东亚的主人翁意识,东亚的产品品质也是基于此建立起来的。

最有力的证据是,每一批产品下到车间后,由各道工序上的负责人自行定下品质标准,本着“谁定标准谁负责”的原则,品质标准的责任细化到流水线每个执行人手中。

“这源于我们一办厂就开始执行的‘军事化’管理体制。服从命令是军人的天职,执行战略目标是专业人员的天职。把手中的品质责任当作战略目标来完成,就没有做不好的产品。”蔡君昌说,他的管理理念是“不在于拥有多少资源,而在于利用了多少资源。”每个人都有值得挖掘的潜能,而他就是引导

纯硬件时代已结束

冯幸表示:“手机行业将有两类手机厂商长期生存,一类是拥有核心技术的厂商;另一类把手机当成服务平台去打造。”面对后者,乐视的生态提法一直备受行业的质疑,对此,冯幸表示:“具体数据不方便透露,但包括游戏联运等收入非常可观。目前还处于扩大用户的阶段,接下来重要工作是生态运营,即全面服务和运营用户。”

面对手机行业的创新瓶颈,冯幸表示纯硬件的时代已经过去。他所:“行业的确处于瓶颈;主要表现在纯硬件的需求饱和,产能过剩;市场增速放缓以及低层次价格战制约

他们挖掘自身潜能的“指导员”。

也是因为这一点,“东亚鞋塑”还被评为“温岭市非公企业党建示范点”,党支部书记兼行政厂长孙洪标还被员工称为“企业员工的知心人”,东亚的多项生产专利就是在孙洪标的带头下研发著述而成的。

“产能下降以后,供应商之间的竞争更加激烈,但我们希望这种竞争是品质或创意的竞争,而不是价格的竞争。”东亚把企业的发展愿景定义为:“成为受人尊敬和最具创意能力的行业领先企业。”

两军相争,胜者为王,在市场角逐中也一样,不进则退,不能赢得市场就会被淘汰,军队优秀的人才培养与储备方面同样具有可持续性 and 不间断性。

供应商应该为“鞋企升级转型”助一臂之力

在外贸鞋材厂的推动之下,目前的温岭产业带的鞋材供应链中,无论是新产品的开发能力还是产品检测和品质管控能力,实力都有目共睹。现在,基本上从研发、生产、销售、检测等构成了比较完善的产业链。但是蔡君昌认为这还不够。

“传统上,大部分鞋材供应商都是走在鞋企的后端,被动适应企业的需求。既然是上游企业,技术和思维更应该走在鞋企的前端。”为此,连续 5 年来,“东亚鞋材”已经投入了大几百万资金研发新型材料以及开拓节能环保生产线。

“不仅是款式上的创新,还有材料上的

产业发展。”

全渠道覆盖用视频拉升手机销量

冯幸一年前从联想手机加盟乐视移动,他曾说:“我是带着强烈的传统基因到了一个互联网公司来重新执掌手机业务”。回顾这一年,他表示:“在互联网公司,依照传统业务的心态很快就会拒绝。但互联网给了方方面面的可能性,的确学习到了快速的决策和迭代。”

谈及合作渠道商,他着重强调了立体作战的成熟模式。据了解,乐视的全渠道包含自有商城、京东、天猫等线上第三方、LePar 和线下运营商渠道。



●东亚鞋材

创新。”以童鞋为例,一款好的童鞋鞋底不仅在颜色和纹路上要不断推陈出新,在弹性力度、植形的科学性、材料的轻盈度、橡胶的耐磨度,都会随着一款新鞋的推出,有很大的改变。东亚要做的,就是在客户提出要求之前解决这些技术难题。

“温岭鞋必须根植于温岭的地区模式,其中离不开‘快速反应’和‘大批量生产’两个关键点。”基于此,“东亚鞋材”一直保持着精准的市场敏锐度,蔡君昌和他的研发团队一年有 2/3 的时间穿梭在国内外的鞋业市场;另外东亚和他的销售商和其他大大小小的加工厂也结成了技术联盟,一有新款,马上形成“共同开发,共享成果”的良性互动。

“东亚是温岭市鞋革业商会副会长单位,与温岭鞋业近 30 年的发展历程几乎同步,深知其中一荣俱荣,一损俱损的道理。”

上游产业希望进入“互联网+”事业

所谓温岭模式就是:一款鞋从定版到出

部分中央电商,构建全渠道解决方案”。蒙进逼介绍,现在通过 App、微信等各种互联网工具,可以得到比之前的 CRM 系统更为精准和及时的消费数据,运用好互联网可以更加有效地回归商业本质,“2013-2015 年,我们在不断改革创新,但速度还是慢了点,不够全面、彻底,这几年的实践物美不但真正认识到,也真正尝到了创新的好处,也更有理由彻底拥抱互联网”。

同步推进多业态

在传统的大卖场、生活超市、便利店之外,物美第一家尚佳会员店去年在北京管庄地区开业。同时,物美旗下的中高端超市品牌 new mart 品超市也开出了第二家门店。蒙进逼希望,每开一个店进一步,每开十个店升一级,对于速度和规模并没有硬性指标。先把内功练好再去追求规模,这样的理念贯穿在物美旗下各业态品牌的发展中。

“大卖场我们没有放弃,只要有合适的位置、租金和物业,还会继续开店。”对于目前仅有两家的中高端超市品超市,蒙进逼介绍,目前有一支独立的团队在做品超市,还处于磨合和总结阶段,另外还需要找到合适的商圈,商圈里的消费水平也要足够才能去开店。

在大卖场被看衰的同时,便利店在过去两年突飞猛进,物美是北京较早开始做专业便利店的品牌,目前有学院型、流动型、社区型三种类型门店,根据不同的类型商品配置也不尽相同。“便利店很火,但是不能为了规模去开店,要开赚钱的店。去年开始加快便利店发展速度,今年要进一步加速,条件成熟的时候会开放加盟,但是很谨慎。加盟会产生很多问题,尤其是商品质量问题,物美的品牌不能简单追求数量而毁掉。”蒙进逼表示,并没有惧怕竞争,发展节奏依然是根据自身的条件来决定。

尚佳会员店开业初期遭遇竞争对手威胁,供应商下架商品的危机已经过去。据蒙进逼介绍,目前尚佳会员店的会籍增长已经进入自然增长阶段,从市场调研结果来看,低价和优质的商品已经获得消费者认可,仍有反映商品数量太少,在他看来,一方面要继续引进优质的商品,一方面要进行消费培养,会员店和大卖场是不一样的结构,经营理念和服务理念不一样,引导顾客消费。

(邵蓝洁)



●老板电器工作人员为贫困用户换新并安装吸油烟机

老板电器携手妇基金 守护“家的味道”

2016 年 1 月底,老板电器携手中国妇女发展基金会,在北京、上海、广州、成都等地开展“家的味道,用爱烹饪”公益行动。全国妇基会结合不同扶贫人群的需求,不断促成和实施新的项目,为广大妇女彻底摆脱贫困实现发展创造条件。

“家的味道,用爱烹饪”公益行动是在 2016 年春节之际开展的一项大型公益活动,帮助的对象是年人均收入低于当地最低生活保障标准的贫困母亲和无脱贫能力的单亲母亲等,通过对北京、上海、广州、成都等地的部分贫困家庭捐助厨房油烟机,旨在关注妈妈们的身体健康与提升贫困家庭的生活质量,并在过年期间把“家的味道”带给大家。老板电器一直以来都非常注重在公益方面的投入,项目实施以来,已惠及多地贫困家庭,评估显示,各户受捐家庭的生活质量与生活幸福指数都有不同程度的增加,受到当地老百姓与妈妈们的欢迎。

上门服务 传递温暖

在北京、上海、广州、成都等地,老板电器的工作人员上门帮助贫困家庭更换厨房吸油烟机,并指出在寒冷的冬季厨房里浓厚的油烟极易让抽油烟机表面和腔内腔充满污垢,随着抽油烟机使用频率增高,其机芯容易积油,也容易变脏,更会影响吸油烟机的工作效率,而且由于其结构的复杂性,仅靠湿布擦拭、刷子清洁等手段是没有办法清洁干净的。

老板电器工作人员还提醒妈妈们,吸油烟机不分季节,是一年四季都需要使用的,所以日常的保养与清洁特别重要。老板电器作为厨电行业的领先企业,在产品设计与功能上已经远远领先,不管是在使用还是清洁方面都更大程度得满足了消费者的需求,凭借先进的技术优势,优质的产品量和不断追求的创新精神,当之无愧成为了调查中消费者最受欢迎的厨电品牌之一。

始终不忘履行社会责任

老板电器是中国厨房电器行业发展历史最长、市场份额最高、生产规模最大、产品类别最齐全、销售区域最广的高端厨电企业之一。而对于很多家庭来说,厨房油烟机属于大家电,一般很少去更换,甚至有些家庭几十年来都使用着同一台油烟机,油烟机是人们用来解决厨房油烟困扰的电器产品,然而长时间使用,吸烟机器的表面和腔内腔会充满油污,影响其正常排烟效果。此次,老板电器携手中国妇女发展基金会,将先进的科学技术作为公益项目捐助内容,希望通过这个项目,不仅为无数家庭带来“年味”与“家味”,更呼吁大家注意并关心长期在厨房辛勤劳作的广大妇女们,为社会构建更多幸福的家。(东方早报)



索尼重组 PS 业务:全部并入互动娱乐公司

据外媒报道,索尼上周宣布,将把全部 PS 业务整合至新公司索尼互动娱乐。索尼互动娱乐总部位于加州圣马特奥,将于 4 月 1 日开始运营,安德鲁·豪斯担任总裁及 CEO。索尼互动娱乐将整合此前索尼计算机娱乐的 PS 硬件和软件业务,以及索尼网络娱乐国际的 PS Network 业务,该公司也将在东京和伦敦设立本地分支。

豪斯表示,通过整合 PS 硬件、软件、内容和网络业务的优势,索尼互动娱乐将成为一家更强大的实体,有着明确的目标,推动 PS 业务的发展。与业务合作伙伴一起,索尼互动娱乐将开发创新的服务和产品,继续激发用户的想像力并领导市场,通过协调圣马特奥、东京和伦敦的全球业务运营,并利用各地的地区专业性,使企业价值最大化。

索尼表示,通过统一实体整合索尼计算机娱乐和索尼网络娱乐国际的业务优势,这一工作的重要性正越来越明显。未来,两家公司将合并关于硬件、软件、内容,以及快速增长的网络业务的资源,加强索尼互动娱乐的竞争力,继续推动扩张,并在所有领域取得市场领先。

未来,位于美国的索尼互动娱乐将负责 PS 硬件、软件和网络服务的研发。

(中关村在线)