



他们掀动 2020 年商界风云

在残酷的疫情影响下,2020年度的中国商界受到了极大的震荡

在惊涛巨浪中,在商界沉浮的企业家们有了不同的模样。2020年,突如其来的疫情改变了地球人的生活,改变了国际关系,改变了经济增长方式,催生了线上经济的蓬勃发展……对于想要有所作为、有所改变的企业家来说,无疑需要充足的勇气和智慧去应对。



任正非: 走上“风口浪尖”

2020年人们最关注的商界话题,莫过于华为芯片断供和出售荣耀问题。对华为来说,2020年是不平凡的一年,美国的内外打压将之推上了风口浪尖。对华为实施芯片断供,让华为直接失去了世界智能手机销量第一的位置。

最近,腾讯科技做了一件非常有意思的事情,他们整理了华为掌门人任正非在会上的视频资料,盘点了任正非在2020年说得最多的词汇,最终统计出了“任正非发言稿的高频词TOP10”。他说得最多的四个字是“美国”“国家”。

11月17日,荣耀的出售方案公布。华为决定整体出售荣耀业务资产,收购方为深圳市智信新信息技术有限公司。对于交割后的荣耀,华为不占有任何股份,也不参与经营管理与决策。在2020年11月25日荣耀的送别会上,任正非寄语道,荣耀要做华为全球最强的竞争对手,超越华为,甚至可以喊打倒华为。如今,华为已度过最艰难的一年,踏上新的征程。



钟睒睒: 中国新首富充满传奇色彩

2020年4月29日,钟睒睒持有75.15%股权的万泰生物登陆A股市场,其以26连板成为当年连板数量最多的新股。再加上旗下的养生堂、农夫山泉,三家上市公司财富的迅速增长助推65岁钟睒睒的财富从年初20亿美元一路激增。

2020年9月,农夫山泉赴港上市,其创始人钟睒睒随即成为中国新首富。这位传奇的企业家也再一次刷新了自己的传奇纪录。

在2020年的最后一天,据彭博亿万富翁指数,钟睒睒超越印度信实工业集团董事长穆克什·安巴尼,成为亚洲首富,在

全球富豪榜上名列第11位。钟睒睒是在保健品、医药行业到饮料、农业、房地产等行业多元发展的企业家,行事低调,很少在公众面前露面,极少接受媒体采访。他在行业内却以擅长高举高打的营销手段,天才般的广告创意而闻名。无论如何,他可以被称为最懂消费者心理的企业家之一。



曹德旺: 2020年捐赠15.5亿元

曹德旺是最具中国本土色彩的慈善家,他坚持“义利相济”的中国商道文化,身体力行地投身慈善公益事业。2020年,武汉爆发新冠疫情。1月24日,曹德旺看到新闻后,十分关注疫区的情况,他立即安排集团属下企业在应对疫情工作的同时,建议基金会行动起来,制定捐赠方案,助力国内抗疫。

这一年,他为救灾、扶贫、医疗、教育等慈善事业捐赠了15.5亿元。

几十年来,他已向社会累计捐赠160亿元,被誉为“中国首善”,获得民政部颁发的中华慈善奖。但是对于“首善”这个名号,曹德旺并不以为然。“只是捐了一点钱而已。”他说,慈善的终极目的是构建和谐社会,促进社会发展。



董明珠: 直播带货刷新了自己的身价

以言论出格为标签的“铁娘子”董明珠,2020年以另一种方式刷新了自己的身价。12月12日,格力电器全国巡回直播第八场在珠海举行,当晚直播销售额达25.1亿元。

与直播首秀就开门红的罗永浩不同,董明珠第一次直播带货就吃了闭门羹。4月24日,董明珠的抖音直播首秀成了“大型翻车现场”。当晚累计观看人数431万,但最终因网络卡顿,商品销售额只有22.53万元。从这22.53万元,到后续的快手直播破3.1亿元,再到京东直播的7.03亿元,如今的董明珠,再次回归到最初的销售业务,冲劲依旧不减当年。据媒体统计,董明珠2020年共进行了13场直播,

累计创下了476.2亿元的直播带货战绩,成为网直播带货销售额最高纪录的保持者。

在多个行业重新洗牌的2020,董明珠的销售思路也有了重大转变。此前曾倾向于传统零售的她,已在力求销售渠道的变革。在她看来,格力即将开启一个新零售的时代。



卢敏放: 放大中国乳业全球声量

卢敏放以中国乳业代言人的身份,先后在国际乳品联合会(IDF)等多个重量级国际组织当选董事或高级别成员,代表中国乳企参与全球乳业事务治理,践行全球责任,放大了中国乳业的国际声量,为全球乳业的可持续发展贡献出了中国智慧。2020年10月12日,第十一届中国奶业大会(D20峰会)在河北石家庄召开。蒙牛总裁卢敏放出席大会并致辞,他表示,中国奶业经受住了疫情冲击,实现了快速复苏,这得益于中国乳业日益完善的利益联结机制。未来三年,蒙牛将布局建设八大种养加产业集群。同时,卢敏放就“乳业强国”提出五点倡议。

作为中国乳业领军人之一,卢敏放带领蒙牛集团以“点滴营养,绽放每个生命”为使命,按照“草原牛,世界牛,全球至爱,营养二十亿消费者”的愿景,汇聚全球优质乳业资源,以高品质乳品服务消费者,推动中国乳业迈向高质量发展,引领中国乳业不断深入全球价值链。



魏建军: 拉开长城汽车变革序幕

2020年是长城汽车成立30周年。在这危机四伏的一年中,长城汽车屡次创造出骄人的成绩,引发了行业内外热议与推崇。长城汽车董事长魏建军抛出的话题——“长城汽车如何挺过明年”,让人震惊不已。在长城汽车2019年营收962亿元、且2020年二季度以来强势回升的背景下,如此沉重、“唱反调”般的话题,映射出的正是魏建军和他带领的长城汽车所预见的竞争与危机。

7月20日,长城汽车重磅发布“柠檬”“坦克”“咖啡智能”三大技术品牌,正式宣告向全球化科技出行公司目标迈进。魏建军在发布会上表示,长城汽车将继续秉承“研发过度投入”的原则,致力于打造技术核心竞争力,并带动品牌价值持续提升,让全球的用户感知到科技创新的

惊喜。在强烈危机感中拼搏的长城汽车,最终也取得了令人满意的成绩。2020年,长城汽车全年累计销售新车1111598辆,同比增长4.8%,连续第五年突破百万销量大关。



黄峥: 疯狂冲刺中退居幕后

年轻的拼多多势如破竹,年活跃买家数直逼淘宝天猫,在众人诧异的眼光中直接打破阿里、京东平分天下的局面。而一手创立了拼多多黄峥的却选择了退居幕后。2020年7月1日,黄峥发布致全员信,宣布自己正式卸任公司CEO职务,由公司联合创始人、CTO陈磊接任。而在他捐赠股份设立基金后,黄峥成功在“被”冲击中国首富的路上,大力踩下了刹车。8月,他还退出了拼多多主体公司的董事席位。从多个位置退下来,黄峥始终坚持拼多多不应有更多个人色彩。身份的转变,有利于本就不常公开发言的他继续保持低调。毕竟,拼多多这匹电商黑马冲得太快、太猛,手执缰绳的黄峥,需要保持清醒才不会从马背上摔下来。

2020年的黄峥,似乎还和2019年一样,低调、本分、冷静。但实际上,变化已开始在他身上慢慢发生。职务的改变仅仅是表象,曾担心“一荣俱荣,一损俱损”的黄峥,终于不用再一直站在聚光灯下。



雷军: 小米终于重拾荣光

小米在成立十周年的2020年,终于重拾荣光。这一年,雷军积压了好久的苦闷,以及那一口憋在喉中的气,终于悉数吐出。此前,由于小米在市场上的低迷状态,包括下滑的全球出货量排名,长期低于上市发行价的股价等,都让他难以释怀。

2020年10月30日,雷军在微博宣布,第三季度小米出货4710万台,成为全球智能手机出货量第3名。这意味着,小米花费了6年的时间,再次重返世界第三。

好事成双,次月的双11活动中,小米全平台支付金额突破143亿元,多个品类在天猫、京东、苏宁平台拿下第一。雷军在微博连发三个爱心:“感谢大家的支持!”

12月,小米集团股价连续大涨,最终突破8000亿港元市值的关卡。在2020年的最后一天,小米集团收盘价更是达到33.2港元,比最初的发行价17港元整整高出6.2港元。小米的逆袭,让雷军心头的

大石终于落下。在2020年实现逆袭,他已经等了太久太久。



梁建章: 开启“BOSS直播”系列

疫情爆发的2020年初,旅游行业大受打击,携程不断亏损,陷入黑暗。就在此时,携程董事局主席梁建章为了振兴旅游业、振奋携程员工,选择亲自上阵带货。在3月23日的抖音直播间,作为直播新人的梁建章收获6710个订单,一小时卖出1025万元。

自此,梁建章不断探索直播领域,开启了“BOSS直播”系列,并结合目的地特色不断变身,COS成各种造型的人物,例如唐僧,例如卓别林。敢于“放下身段”的他,不仅保持每周三晚直播的频率,扮演了37个人物,更创下了累计超过24亿元的成交额,鼓舞了不少人心。

正如携程集团创始人、董事长吴志祥所评价,梁建章的带货能力虽无法与专业主播相比,依靠其拉动更多营收也不现实。但在全行业陷入困境之时,他挺身而出的精神一定程度上挽救了携程。

在不断下滑的旅游经济面前,梁建章以自身的“小变”,帮助携程直面行业的“巨变”,扛过了最困难的时期。



张一鸣: 同意剥离TikTok美国业务

张一鸣带领下的字节跳动,一直是各大领域的搅局者。2020年初,张一鸣特地写了一封全员信,表示公司内部要做一个比较大的组织升级,来应对业务变化和转型为全球组织的挑战。同时,他也表示本人将花更多精力在欧美与其他市场。

这一年,在海外业务面临挑战的情况下,字节跳动深入了社区团购、在线教育、支付等板块。甚至张一鸣还定下了跨境电商、企业服务和办公硬件套装三个新业务方向。

2020年第一季度疫情在全球开始大规模爆发,TikTok也因此迎来了下载量高峰。从1月到6月,TikTok在全球APP下载排行榜中几次位居第一,其受欢迎程度甚至超过了Facebook和Twitter。

然而,8月美国的一纸通牒,要求限期出售在美业务,让TikTok陷入了前所未有的危机。张一鸣也因同意剥离TikTok美国业务而深陷舆论漩涡。业内认为,字节跳动有可能成为中国赴全球市场发展的互联网企业的前车之鉴。

(本报综合整理)

