

此前一些迹象表明,凡客正在缩减成本。今年凡客降低了网盟合作佣金,比例从16%调低至10%,引发一些网盟站长的不满。当时就有分析指出,此举至少能给凡客增加2000万的利润。这一做法也被外界解读为凡客由于广告等成本投入过多,借此降低成本压力的信号。

规模扩张太快 凡客诚品大裁员

□ 刘佳

至今尚未盈利的凡客诚品(下称“凡客”)快速扩张显现隐忧。

近日,一封以凡客被裁员工口吻发给CEO陈年、副总裁吴声、李红义等高管的《三问陈年》邮件内容在网络广泛传播,邮件称凡客诚品日前按5%的比例向每个部门摊派裁员名额。

对于裁员一事,凡客曾表示正在调查情况,稍后将给出答复,但随后又改口称不作回应。

扩张过快

预计将在今年第四季度IPO的凡客,为何选择在此时进行裁员?

不少接近凡客的人士告诉记者,一个重要的原因就是企业扩张过快,不得不削减成本减缓压力。

根据易观国际发布的2011年第二季度中国网上零售市场季度监测数据,淘宝商城、京东商城和卓越亚马逊分别占据前三名,凡客以1.3%的份额居第六。

成立4年已跻身B2C领域前列的凡客,除了依靠其良好的服务以外,很大程度上在于其惊人的扩张速度。自2009年以来,凡客通过大力度广告宣传,品牌知名度得到提升。

经营男士衬衫起家的凡客从2007年开始试运营,随后的几年不断拓展产品线,目前产品范围涉及男装、女装、家纺、鞋、化妆品、配饰等多产品线。从去年开始,凡客加速扩张步伐,高价聘请韩寒、王珞丹代言29元T恤,并开辟了V+品牌B2C商城。

“这种扩张速度太快了。”派代网分析师李成东对记者说。他认为,从经营数据来看,凡客的订单增长、转化率、客单价都有不错的表现,但有快速扩张扩招的企业,最大的问题之一就是



是管理问题。例如,因为业务增长过快,导致一些部门对于人员扩张的预期判断失误,是造成凡客裁员的原因之一。他认为,现在,凡客的做法其实是在优化管理。“IPO再加上8月是服装淡季,是时候优化了。”

“举个例子,京东仓储物流占京东总员工数的60%左右,凡客这一数字大概在45%。仓储物流配送的需求是跟着订单需求决定的,预计随着年底订单增加,毫无疑问还会继续扩招。但在仓储物流部门之外,凡客要比京东多得多,这些部门是否达到最大的效能,是否需要那么多人?”李成东质疑道。

易观国际分析师陈寿送也对记者表示,“凡客和当年倒下的PPG在一个问题上很相似,就是发展冒进,过度追求规模化的增长,企业运营和控制方面稍显逊色。”

“之前凡客冲得太猛,现在是时候踩刹车了。”一位凡客员工对记者说。

成本压力

不过,一位接近凡客的人士告诉记者,裁员只是一个被动的过程,背后的问题很可能在于企业发展遭遇瓶颈,例如在规模增长、毛利水平等方面出现问题,导致成本、现金流无法满足目前团队的成长,逼不得已进行裁员。

去年夏季,凡客便以29元的低价推出了上百款T恤。一年后,伴随着人力、物力成本及主要原材料棉花的水涨船高,不少服装品牌纷纷涨价应对,但凡客价格依旧保持29元的特色,成本的压力可想而知。此前曾有媒体报道称,凡客一件29元的T恤衫,一月要卖出4万多件,而29元几乎是其成本价,加上运费、包装、随包装送的

推广册子,要亏近20元。

易观国际分析师认为,凡客此前粗放式海投广告的增长模式遭遇到挑战。“海投广告加上低价的策略,很容易就能够为凡客导入流量,获得订单增长,但现在广告成本日益增加,利润又没有太大的变化,凡客广告ROI已经很难做到理想的系数。”一个例证的



数据是,Alexa数据显示,凡客目前的用户量、页面访问量等数据几乎仍和半年前持平。

不过,对于外界的种种质疑,陈年的回应很淡定:凡客正处于市场扩张阶段,必要的投入是可以不计成本的。今年年初,陈年表示将砸10亿元做市场推广,将2011年的销售目标提升到100亿,甚至一度提出未来要收购LV。

凡客的底气很大程度上在于其独特的商业模式和资本市场的青睐。截至目前,公开数据显示凡客诚品已完成第五轮融资。

不过,在经过几轮融资之后,上市已迫在眉睫。有投资分析人士认为,凡客此举或许迫于风投的压力。凡客很可能在今年第四季度赴美IPO,为了交上一份光鲜的财报,缩减成本被视作必然之举。

【背景延伸】

多名凡客内部人士向记者证实,最近确实有一些部门的员工离职。据悉,凡客此次裁员和公司内部推行的“整风运动”有关,意在精简一些“不靠谱”的人员。近日,网络又有消息称,“据至少三名以上内部人士交叉证实,本次裁员并非普通员工,甚至更高级别。按照正常原则,这些员工均将持股。”

工信部 提高乘用车企业准入门槛

□ 耿慧丽

8月31日,工信部产业政策司在网上公布了《乘用车生产企业及产品准入管理规则》以下简称“管理规则”的征求意见稿,明确了乘用车生产企业需要符合的详细条件,并计划于2012年1月1日起正式施行。

征求意见稿提出,乘用车生产企业比如符合六大方面的条件才可准入,分别是(一)符合国家法律、法规、有关规章和国家产业政策、宏观调控

政策的规定;(二)具备一定的规模和必要的生产能力和条件;(三)具备必要的产品设计开发能力;(四)所生产的产品符合有关国家标准及规定;(五)具备保证产品生产一致性的能力;(六)具有产品销售和售后服务能力。

这是继去年设定商用车企业准入门槛后,工信部继续对乘用车企业设定准入门槛。去年12月,工信部发布了《商用车生产企业及产品准入管理规则》,明确重型货车年产能不

少于1万辆,中型货车不少于5万辆,轻型货车不少于10万辆,大中型客车不少于5000辆,轻型客车不少于5万辆。这项规则自2011年1月1日起施行。

新管理规则指出,工信部应当按照随规则颁布的《乘用车生产企业准入条件及审查要求》,对申请变更的企业进行考核;达不到上述准入条件要求的,将暂停其新产品申报或暂停其生产资质。

该条款针对在本规则发布前已获

得准入的乘用车生产企业,汽车企业出现企业重组、变更股权或股东、变更注册地址或生产地址(如产业转移)、扩展产品类别或增加品种,均应当向工信部重新提交申请材料。

这意味着工信部加强了对车企的监管力度,工信部对车企的考核在建成投产之前,一旦考核不通过,就会导致新车型无法列入工信部的《车辆生产企业及产品公告》,从而车企售出的乘用车无法在公安部门“上牌”。

在上述两项新管理规则之前,只

有2004年颁布的《汽车产业发展政策》对汽车企业的准入资质有所限定:新建汽车生产企业的投资项目,项目投资总额不得低于20亿元,其中自有资金不得低于8亿元,要建立产品研究开发机构,且投资不得低于5亿元。

但最近几年,汽车企业纷纷进行扩产圈地,工信部曾出台禁止异地建厂的文件,但并未遏制车企普遍扩产圈地的风潮。分析人士认为,新规则出台将遏制车企圈地行为。

华为驶进海底捞 “IT味”火锅开烫

□ 王晶

近日记者获悉,海底捞已于近期和IT业龙头老大华为合作,耗资数百万元全套应用其信息化系统,这也是华为首个餐饮行业IT服务项目。

海内存知己 天涯共火锅

据知情人士透露,海底捞餐饮已经与华为达成合作,应用后者研发的企业信息化系统,其中包括基于华为智真视频会议的高端定制服务,这也意味着,不久后在海底捞的消费者可以在用餐的同时进行在线视频。

有网友在微博中调侃称:“据说海底捞计划在上海和北京推出基于华为智真视频会议的高端定制服务:远在三千里之外的亲朋好友可以通过智真系统,虚拟‘围坐’在一张桌子旁,共吃火锅。”届时,海内存知己,天涯共火锅,将成为现实。

事实上,不久前海底捞已经推出了iPad自助点菜服务,每个餐桌上均配置一套iPad点餐系统,消费者自助点餐后直接出总价,而数据则直接WIFI传输至总台与配菜。

华为内部人士证实,包含上述两

种服务在内的海底捞企业化系统均由华为提供,双方的合作于今年年初开始,目前已经有一部分开始交付。

该人士称,这也是华为自成立专门的IT服务部门以来首次在餐饮服务行业的尝试,他透露,该部门在医疗、教育、餐饮等各个行业提供解决方案,但餐饮业的投入并不大,海底捞的项目是作为一个标准案例性项目进行。

尽管他并未透露这一项目的具体实施金额,但据其他人士透露,这一数额应该达到了数千万元人民币。

俏江南会是前车之鉴吗

根据调查,海底捞不是第一家部署信息化的餐饮企业,华为也不是第一家进军餐饮行业的IT服务商。在此之前,静雅海鲜就曾耗资数千万元与IBM合作信息化系统,著名餐饮企业俏江南也宣称目标是实现完全的信息化和工业化。

这其中,俏江南的案例较具代表性。作为一家创意川菜馆,早年的俏江南在北京小有名气,以新派川菜在京城著称。在获得PE圈中最著名的鼎晖和中金的3亿人民币投资之后,这家



传说华为的这个视频会议系统将应用于“海底捞”。

川菜馆的女创始人和她的公子开始频频亮相于电视、网络和时尚杂志,并投入巨资进行信息化建设。但俏江南的产品美誉度和品牌知名度并没有同步上升。

事实上,各大美食杂志已经不再把俏江南列为最佳商务餐厅。在造价

两亿的会所里,无论你吃的是江石滚肥牛抑或是摇滚沙拉,只不过价钱翻了番罢了——和信息化不信息化并不相关,越来越多的食客开始另觅新地。除了对其奢华装修失去新鲜感外,不断下滑的服务水准也是另外一个原因。

ERP带给这家餐饮企业的也仅仅是一种狭隘的品牌幻觉。当这家企业的创始人从幻觉中醒来,意识到自己在投资人的“忽悠”下忘记了生意人的本分,愤怒不可避免,于是,她和王功权的口水仗穿越京城。

如火如荼的餐饮企业信息化对于整个行业乃至消费者来说,究竟存在多大的价值?

一位不愿具名的业内人士表示,信息化的噱头好听,但就目前来看,餐饮业信息化的部署成本不菲,只有具备定制化需求的大型企业才会作出巨额投入。当然投入的前提是会给整体运营和管理带来良性改善。作为传统服务业,很显然餐饮企业在信息化建设方面必须从自身的实际情况和管理需求出发,更要有长远的发展眼光。在选择信息化方案时,充分评估产品提供者及其产品十分必要。要知道,不是每个饭馆与IBM挂上钩就能成为与之匹配的业界巨头。

越来越多的餐饮企业将目标定在成为服务标准化、规模连锁化的层面。巨额的信息化投入似乎成为通往目标的唯一捷径,反而忽视了餐饮企业的本质——饮与食。一直很推崇重庆乡村基创始人李红的企业愿望:想给离

中国钢企 组团入股 巴西铌矿

□ 杨萌

日前,有消息称,由中信、宝钢、鞍钢、首钢和太钢五大集团或总公司组成的中国联合体通过成立一家名为中国铝业投资控股有限公司的特殊目的公司,以195亿美元收购了对全球最大铌矿企业巴西矿冶公司15%股权。巴西拥有全球最大的铌矿储量,而巴西矿冶公司拥有巴西最优质铌矿的开采权。

铌作为一种主要战略性稀缺资源,主要用于合金中,是不锈钢等高级别钢不可缺少的元素,且通常与钽处于伴生状态。两者都为我国严重缺乏的稀有金属,每年需大量进口。我国的钽占世界储量的20%,而铌仅占世界储量的15%。目前,我国铌矿矿山包括江西宜春钽铌矿、新疆可托海矿、新疆阿勒泰矿、广东横山钽铌矿以及内蒙古自治区等,其中内蒙古包头矿的三氧化二铌储量最高。

某有色金属行业分析师向记者表示,铌是一种战略性稀缺资源。铌、钽和钨、钼一样都是稀有高熔点金属,它们的性质和用途也有不少相似之处。既然被称为稀有高熔点金属,铌、钽最主要的特点当然是耐热。它们的熔点分别高达摄氏2400多度和将近3000度。特别是制造1600度以上的真空加热炉,钽、铌是十分适合的材料。二者经常用于超导材料、不锈钢合金以及医疗等方面。

中国有色金属工业协会副会长曾表示,对于钽、铌等我国缺乏的资源,“十二五”期间将加大海外的开发与合作。而此次我国大型企业对巴西矿冶公司的股权收购,标志着我国在稀缺资源的海外开发上迈出成功一步,这对我国的资源保障来说具有重要意义。

作为全球最大的铌产品生产商,巴西矿冶公司的产量约占世界总产量的85%,其资源储备可以满足世界需求400余年。2008年,巴西矿冶公司铌铁年生产能力已达到9万吨。预计到2013年,其年生产能力可达到15万吨。巴西矿冶公司亦是世界上唯一一家可以生产全系列铌产品的企业。

而在国内,东方钽业、江特电机是目前钽、铌类上市公司中的两大龙头。

家在外的人做一顿好饭。仅此而已,但是乡村基却成为了中国第一家登陆美国资本市场的餐饮企业。

再回到海底捞,它的味道已经天下无敌了吗?事实上,这家企业最引以自豪的却是它的服务。要说味道,至今,它也没能在对餐饮最挑剔的四川成都开出一家连锁店。成都人并不讲究服务吗?近日被爆出的汤头及饮料“勾兑门”丑闻显然也不是一套豪华的ERP系统能够解决的。有时候消费者的需求真的很简单:让我们吃上一顿放心、实惠的火锅,仅此而已。

协办单位:

海南亚洲制药有限公司

董事长 **楼金**

总经理:

地址: 海口市国际商业大厦12层

电话: 0898-66775933

传真: 0898-66700763