

2005年7月14日,32岁的江南春按响了纳斯达克股市的开市铃声,当天,他创立的分众传媒(中国)控股有限公司在纳斯达克成功上市,市值达到8亿美金,他的个人净资产也随即超过20亿元人民币。今年8月底,分众传媒发布的第二季度未经审计财务报告显示,其第二季度营收已经达到1.79亿美元,净利润达到4280万美元。

江南春:电梯里“走出”的亿万富翁

□ 任武

从白手起家到亿万富翁,江南春的赚钱方式看似简单,分众旗下的液晶屏广告遍布了中国近百座城市的中高端商场、住宅区和写字楼,在江南春发现这项独特的广告投放模式之前,还没有多少人意识到其中蕴含着的巨大商业价值。

“第一桶金”蒙生从商之意

江南春说,大学生活是自己生命中最快乐的一段岁月,也是在那段时光,他赚到了自己的第一桶金。

进入90年代后,浪漫主义和理想主义被洪水般的商业浪潮浸透,曾是校园骄子的江南春逐渐感觉到了冷落,相反,能够赚到钱的个体户成为了众人追捧的对象,这种变化给了江南春很大冲击,他开始重新思考自己的价值,决定“投笔从商”。

1992年底,他进入上海一家广告公司兼职拍摄电视广告,每月底薪300元。

没有任何广告专业背景的江南春



凭着一股进取心和学习能力,很快打开了局面。因为工作,大二时江南春就已经接触到了许多大公司和大客户,他的视野逐渐开阔起来,“打工者”和“个体户”已经不能再令他满足,他决

定开始自己事业上的第二次超越。

在自信中成长超越

1994年,仍在读大学三年级的江南春筹资100多万元,创立了永怡传播公司。由于资金和资质有限,法律上公司仍然依附于永怡集团,这也是当时很多创业者不得不选择的起点。

当时,江南春有一个朋友负责美国国际数据集团(IDG)在华东地区的风险投资业务,他建议江南春和IDG合作,共同开拓中国IT领域的广告市场。

IT广告市场的确是一座海阔天空的金山,谁能最先意识到它的价值便能抓住最好的发展时机。凭借多年积累下的大量经验和客户资源,最先一批进入这个领域的永怡传播在很短时间内就成为了上海IT领域最大的广告代理商。到1998年,永怡传播已经占据了上海IT领域广告代理市场95%的份额,营业额最高时达7000万元。

那段时间,永怡传播的盈利因为互联网业务呈几何式增长,被他形容

为“钱赚疯了”。“疯赚”并没有持续太久,2001年,互联网泡沫破灭,永怡传媒几乎一夜之间失去了所有互联网客户。

从商多年,江南春在知识分子自信、乐观的同时,也学会了理性。他反思过走过的成功与失败,发现这个自己最先进入的领域竞争逐渐激烈,而在整个产业链中,自己只是处在最薄弱的环节,所以,他想创造一个产业,然后快速地在在这个产业得到垄断地位,只有这样,才能真正把所有竞争对手丢在脑后。

投资别人不看好的

离开校园多年,江南春仍然保持着每天看一小时书刊的习惯,他希望跟上时代的步伐,这也是为何在一次极其平常的等电梯过程中,他会被电梯门上的粘贴广告吸引住。

十几秒无聊的电梯时间,如果用一种全新的方式投放广告,会有怎样的效果?说干就干,江南春当时就找到大楼物业,询问能否把电梯大门承包下来变成广告载体。2002年6月到12

月,他终于说服了最早一批40多家高档写字楼与自己合作。到2003年1月,江南春的300台液晶显示屏装进了上海50栋高档写字楼的电梯旁,“分众传媒”应运而生。

到2003年5月,覆盖江南春电子液晶屏的写字楼已经达到100多栋。到2004年底,分众传媒总营业收入已经达到24亿,总共有1.5万块液晶屏和部分等离子电视悬挂在全国各地的大楼电梯旁,公司自此走上正轨。

【背景阅读】

江南春“押宝”团购网站!

江南春一手带大了分众传媒,与许多成功的企业家一样,已过不惑的江南春进行了另一次尝试,他选择成为天使投资人。目前,拉手、糯米、美团、窝窝等7家团购网站都获得了他的投资。在团购行业陷入瓶颈期的时候,身为投资人的江南春坚定表示,越是别人不看好的,自己才越有信心投。一如他的每次超越一样。

香港小额贷款之父 试水京城

□ 车利侠

日前,北京亚联财小额贷款有限公司揭牌仪式在京举行,这是北京市第一家中外合资小额贷款公司,合资双方为亚洲联合财务有限公司与北京小额贷款投资管理有限公司,注册资本金达到5亿元。

资料显示,亚洲联合财务有限公司成立于1991年,系香港上市公司新鸿基有限公司成员之一,该公司近年来一直稳居香港私人贷款市场的领先地位,董事总经理张炳煌在香港从事小额贷款30余年,被称作“香港小额贷款之父”。张炳煌2007年到内地开拓业务,他深感内地小额贷款市场拥有巨大发展潜力。

“我们在香港的小额贷款客户,六成左右是个人,四成左右是企业”,张炳煌告诉记者,在内地他们的客户90%以上都是中小企业,“内地人对‘借钱消费’的观念还不是很接受,不像香港人,借助个人消费贷款来买名牌、买电器和出国旅游。”

他笑称,公司几年前在深圳推广这种“无担保、无抵押”的小额贷款时,业务人员经常被误认为骗子,“大家都不相信,什么抵押物都不要也可以借钱,”据他介绍,亚联财目前在深圳、重庆、天津等7个城市都设立了分公司,未来计划是每年在内地开设8至10家新公司。

“几年前亚联财来到内地创业时,一些香港同行很不理解,他们觉得在内地发放小额贷款的风险很大,但从我们这几年的数据来看,内地客户还款记录非常好,坏账率还不到1%,”张炳煌透露,亚联财目前在内地投放的资金约为20亿元左右。

对于如何控制小额贷款的风险,张炳煌表示亚联财在这方面具有多年经验,“如果是企业客户,工作人员可以根据财务报表、银行流水以及账务往来等情况判断企业经营情况;个人客户则可以通过工资单、社保证明等。”

在北京,我们主要面向科技型中小企业、“三农”以及个人市民推出贷款业务,单笔贷款金额在2000元到30万元之间,”张炳煌表示,亚联财推广方式包括设立营业门店、建立直销团队、开展电话营销及外包等。

史玉柱“撒出”1亿元 “网游下乡”玩“农村包围城市”新概念

□ 张启明

依赖“农村包围城市”发家的史玉柱又将眼光瞄准农村市场。记者近日获悉,巨人集团将于9月中旬开启“网游下乡”活动,计划把旗下游戏拓展进五六级农村市场。

巨人内部人士透露,“初步投入1亿元人民币费用”,地推(地面推广人员)团队已经前往各地农村开展实地调研,“重点关注广东、湖南、黑龙江、浙江、江苏等农村宽带发展较为成熟的地区,首批网游下乡示范村将在近期敲定”。而巨人《征途2》项目相关负责人告诉记者,为农村玩家打造新游戏玩法、建立农村网游推广员体系、



打造农村游戏交友平台、进农村普及网游知识均在本次计划之中。“包含‘村村通点卡、锁镇有礼包’、‘玩《征途2》送化肥’等策略。”

事实上,整个网游行业目前仍在瓶颈期,去年甚至出现十年来首次负

全球定位之父杰克·特劳特谈企业生存之道

由《中国企业家》杂志社与中国首家定位培训机构厚德公司联合主办的“定位·中国10年”高峰论坛9月3日在北京举行。论坛旨在推动中国企业更好地应用定位,加快“中国制造”向“中国创造”的转变进程。

北京大学副校长、汇丰商学院院长海闻教授在论坛上表示,中国企业未来十年面临三大基本经济形势:以城市化为主体的国内市场发展;以服务业为主的产业转型;成本上升、市

场饱和和带来的国际竞争。海闻教授认为,中国企业需要新的改革和发展,进行“定位”与“重新定位”,运用兼并与重组,积极创新,实现本土企业的崛起和持续发展,推动中国经济的转型和变革。

美国营销专家、“定位之父”杰克·特劳特在论坛上作了“大竞争时代的生存之道”的主题演讲,以其40余年全球战略定位实战经历,通过丰富的实操案例,从全球竞争的视角,

为企业指出了创建强势品牌的关键:在顾客心智中建立差异化定位。特劳特认为,中国必须由一个“制造大国”转型为“营销大国”。换句话说,中国必须考虑一条新的道路,他称之为打造品牌的高速路,即中国必须探寻一条开创本土品牌和国际品牌的道路。

特劳特全球伙伴中国区总经理邓德隆先生指出:随着全球化竞争的加剧,中国经济要得到持续增长,中

国企业就必须转变增长模式,只有告别“产品经营”,学会“品牌经营”,用战略定位代替运营效益和价格竞争,才有机会打造一系列的世界级品牌从而推动经济的腾飞,由此为中国如何由“中国制造”转向“中国创造”提供了崭新的思考路径。

据悉,2001年,《中国企业家》杂志首度邀请特劳特访华传道,将定位理论带入中国企业界。

(徐蕊 赵军)

曹宏斌:中国普天握有制胜的“撒手铜”

□ 李志勇

整车价格高、电池续航里程短、充电不方便等因素,使电动汽车一直没能社会上普及。中国普天信息产业股份有限公司通过积极探索,创造性地提出全新运营商业模式,为纯电动汽车能够进入普通人的生活开辟了一条崭新的途径。

“与同级别燃油车相比,目前纯电动汽车的高价格主要集中在动力电池上,其成本占整车一半左右,而且充电2000次左右就要更换新电池,这又是一笔不小的支出。”中国普天副总裁、普天新能源公司总经理曹宏斌说,这些因素再加上目前纯电动汽车一次充电行驶里程短、充电不方便等,都使得消费者很难主动选择购买。

针对这些难题,中国普天创造性地提出了“裸车销售、电池租赁、充换兼容、智能管理、刷卡消费”的商业模

式,以新能源电动汽车动力系统运营服务为核心,打造电池配套、充换电配套设施、运营服务的完整产业链,建立了可持续发展的服务支撑体系。

“消费者只买车,电池由我们出钱买,然后以租赁的形式给消费者使用,就像煤气公司给大家提供煤气罐的道理一样。”曹宏斌介绍,例如一辆20万元的纯电动车,电池成本约占一半,除去目前各级补贴12万元,还剩8万元,其中电池费用占4万元。如果按照普天的模式运行,消费者只要出4万元就可以买下这辆纯电动汽车,而且不用考虑电池报废后的处置和新电池的更换及其安全等问题。

那运营企业以及与运营相关的企业盈利从何而来呢?不只是电池成本,还有纯电动汽车使用中需要的充电桩、换电站、各种设备的购置安装、场地等费用如何消化?这些问题不解决,新能源汽车产业的发展也不会是可持续的。

曹宏斌说,这个模式的一个特点就是把消费者前期一次性投入的成本大大降低了,将费用摊入到新能源汽车全部的使用过程中。“深圳已有2000辆车、57座充换电站参与运营,在运营一定时期后,依据积累的数据,我们将和深圳市政府一起,向国家发改委提出相关电动汽车充电价格的建议,使提供服务的各个企业在这个价格中有合理的比例分配,以获得合理的利益回报。”

作为为新能源纯电动汽车的运营提供解决方案的服务商,除了创新商业模式外,中国普天还有着强大的技术支持。

曹宏斌介绍,普天目前开发了一套纯电动汽车智能管理信息系统,可以对每一辆入网电动汽车,以及车上每一块电池、每一个充电站的工作状态进行实时监控。车上的电池温度如果发生异动,会有不同等级的报警,达到一定标值时,监控中心就会以一

定的方式提醒司机停车、切断电源,从而避免事故的发生。

同时,根据不同使用需求,中国普天还设计了“充换兼容”的能源供应模式。对于只是上下班用于通勤的电动汽车可能更多采用夜间充电模式,而对于一些使用比较频繁、每天行驶里程较长的电动汽车采用换电模式,换电耗时只有三分钟,和加油的时耗差不多。

“普天‘裸车销售、电池租赁、充换兼容、智能管理、刷卡消费’的模式在国际上还是独创。”曹宏斌说,这种模式目前在深圳已经得到了实践的检验,尤其是在刚刚结束的深圳世界大学生运动会期间,收到了很好的效果。

曹宏斌说,一个城市的新能源汽车产业不是某家企业或几家企业就能够做起来,需要当地政府强有力的支持和主导,特别是要把各个企业定位的工作做好,这样才能让更多消费者乐于接受新能源汽车产品和服务。

“签地” 12000亩 沃尔玛相中河北皇冠梨

□ 郭春虹 生宋梦

和家乐福、乐购等国际行业巨头的“落地再说话”不同,沃尔玛还没正式入驻石家庄,就已经开始在这个城市渗透“沃氏元素”,载体就是生鲜。

几天来,产于河北省石家庄市深泽县的河北皇冠梨正在源源不断地运往深圳、上海、广州的大卖场,而将河北的梨和以上一线城市牵在一起的运输、销售渠道正是沃尔玛。

8月24日,沃尔玛中国在河北省石家庄市深泽县河北皇冠梨农超对接基地举行揭牌仪式,启动在当地新的农超对接项目。该项目覆盖当地12000多亩皇冠梨种植基地,种植基地将为全国的沃尔玛商场提供优质的皇冠梨。此举是沃尔玛中国进一步落实与商务部和农业部分别签署的《共促“农超对接”的合作备忘录》的新举措,该基地也是沃尔玛在河北地区建立的第一家农超对接基地。

据了解,沃尔玛通过与大连兴业源农产品有限公司合作,从河北省精选12000多亩梨园作为其农超对接基地。通过为当地农民提供专业的种植技术指导和销售渠道保障,沃尔玛将进一步推动省会郊县农副产业的发展,据称将带动周边农民5000余人,预计每年将为每户农民增收约2000元;沃尔玛表示,农超对接项目还将指导当地农民在生产中推进环境保护,在优化产业链的同时建立起农产品可追溯体系,提高食品安全水平。

深泽县兴业源建景果品专业合作社社长王建景说:“通过沃尔玛的销售平台,我们河北的优质皇冠梨得以销售到全国各地,这是让果农受益的事。”石家庄市副市长张殿奎在揭牌仪式上表示:沃尔玛公司和大连兴业源集团之间的这种新型的商业合作模式,可以积极推动农业和流通业的可持续发展。农超对接直接采购基地的建立,可以充分利用“从果园到餐桌”的优势,有效减少农产品流通的中间环节,降低物流成本,实现为农民增加收入,为消费者省钱目标,最终实现企业、环境、顾客、果农及地方经济的多赢局面。

与此同时,沃尔玛唐山店将在10月份开业,其石家庄店将在明年3月开业,届时这个一直停留在“传说”的国际零售巨头将踏踏实实地参与当地竞争,而且范围不只是限于生鲜,服务、价格、口碑都是其争夺的内容。“这对河北本土超市或者其他进来的国内外超市在各方面无疑有一定程度的促进。”河北商业联合会会长谭洪生说。

