

# 胡润富豪榜的两大赢利点

有这样一段流行的自嘲语:“我每天早上起床都要看一遍富豪排行榜,如果上面没有我的名字,我就去上班……”在“读榜热”的今天,做富豪榜起家的胡润可谓是抓住了良机。

## 大成本的双刃剑

身高一米八多,一身深色西装,亮色领带配粉色衬衫,近日,41岁的英国人胡润现身济南中海国际营销中心,参加“胡润山东亿万富豪排行榜全国首发暨山东省亿万富豪交流会”,宣传其公司旗下的《胡润百富》杂志。

胡润的汉语十分流利,偶尔夹杂英文单词,不时与到场的企业家们热情兴奋地交流。他在济南举办的这场“亿万富豪交流会”,吸引了数百名企业家到场,如山东大学总裁班的学员们;场外的停车场停放着不少豪车。

中午,胡润还同部分企业家共进了“巴菲特式的午餐”。但到场企业家

的身家,外界不得而知,不知是否算是名副其实的“亿万富豪聚会”。

从营销中心样板间到会议现场的路上,记者与胡润聊起了他所做的“百富排行榜”。他坦言,榜单上的大多山东富豪,他都不曾谋面。而针对“做一期富豪榜需要投入多少资金”的问题,他表示,整体投入很大。“进行调查所投入的资金并不多,主要是同一些商会等联系,会花销较大。我们没算过具体数额。”

胡润的老东家《福布斯》中文版曾对外表示,福布斯中国富豪榜一期榜单所投入的资金大约在200万到300万元。外界猜测,胡润百富榜的投入或者与其相当。

对于巨额的榜单制作成本,胡润本人坦言,仅仅做富豪榜并不赚钱。“富豪榜其实是把双刃剑,很多人都不愿意上榜。他们或者是怕多纳税,或者是怕慈善机构向他们‘要钱’,还有就是个人安全问题。但我们做榜单还是一直在坚持自己的原则。我们不

会通知被评选的富豪本人,也不会经过他们的同意。”

## 两大赢利点

尽管胡润的赢利点不在富豪榜本身,但毫无疑问的是,富豪榜为胡润创造了实现赢利的平台。榜单之外,胡润通过富豪榜积聚的越来越旺的名气,成为他可利用的绝佳资源。

胡润对自己的商业模式并不回避。他说:“我们的赢利基本来自两方面,一方面是论坛、晚宴等活动;另一方面是我们自己创办的为高端人士提供服务的杂志——《胡润百富》的广告。”

显然,胡润也在与那些榜单内的“富豪圈”越走越近。近些年,胡润团队已经举办了百富私人晚宴、至尚优品评选、“王者杯”马球赛、国际奢华旅游展、名流晚宴、生活奥斯卡慈善晚宴、企业家峰会等活动,并同劳莱斯等奢侈品牌携手合作。



胡润百富榜也延伸出了越来越多的行业子榜单——能源榜、IT富豪榜、零售富豪榜、金融富豪榜……除此之外,“胡润制造”还扩展到了慈善企业榜、民营品牌榜、当代艺术榜等衍生领域。

值得注意的是,自2004年起,每年揭晓的胡润百富榜都获得了“深圳观澜湖高尔夫球场”等的冠名。毫无疑问,这些都给胡润和他的团队带来了不菲的收益。

(摘自《经济导报》孙罗南/文)

## 刘旗辉：小心被伪商业模式迷惑

“今天很多人有点迷信商业模式,虽然我们今天是探讨商业模式,但我仍然要提醒大家,别陷入了商业模式病,不要被那些伪商业模式所迷惑。”商界传媒董事长、总编辑刘旗辉先生在2011年度第七届最佳商业模式中国峰会上说。

日前,国内最权威的商业模式评选——“2011(第七届)最佳商业模式中国峰会”在北京开幕。本届峰会以“新引擎——寻找中国企业二次腾飞的黑匣子”为主题。作为本届商业模式峰会的主办方和联合承办方,商界传媒董事长、总编辑刘旗辉先生首先发表了致辞,阐述了如何实实在在、踏踏实实地去探索新的商业模式,反思对于商业模式的过度迷恋,甚至呈现种种危险的病态。

刘旗辉先生说,今年,大家都知道现在站在了2012年的门口,是一个敏感的时期。房地产在最近也是很关键的时刻,究竟垮不垮下去,很多学者说要垮,有的又说不会垮。还有欧债危机。

七年前我们讲到了商业模式,那时候在国内很少有人提到这个概念,但在这七年当中,今天很多人有点迷信商业模式。虽然今天是探讨商业模式,但我仍然要提醒大家,别陷入商业模式病,不要被那些伪商业模式所迷惑。比如我周边的朋友看到所有的投资公司都希望找到创新的企业,新的企业,首先看模式,再看人员……现在最重要的是我们中国的企业有时候真不知道他们要做什么,是做产品吗?是赚钱吗?做品牌吗?

刘旗辉先生讲,我发现现在中国的上市公司从来不分现金,很少分现金。最近我在国外走了几家企业,上市公司,包括一些投资界的朋友,我觉得非常好。在国外投资,有的上市公司保证每个月、每季度分现金给你,分了以后你的股份另算,把利润按时、按月、按季度分给你。中国半年分一次,一年分一次,不会分现金给你,多数都是转成股票。

所以我在想,中国的企业如果长久这种模式下去,最后都是上市,还是有令人担心的一面。现在很多企业在构建商业模式的时候,目标就是上市,我认为这种趋势是有问题的,我们要注意,特别是做企业的,做投资的,面对这种急功近利的浮躁,必须要注意规避。

(摘自《商界》唐洪琼/文)



# 资本“热恋”本土化妆品

日前,在东莞举办的某化妆品公司华诞庆典上,数千名代理商和零售商汇聚于此,当然也吸引了包括联想、九鼎等在内的几家投资机构闻风而至。在他们眼中,看上去很美的化妆品行业,正散发着商机诱人的香气,成为众多投资基金追捧的对象,也成为众多渠道商挖掘的富矿。

## 资本热恋

“在化妆品行业,今日资本已经投了三家,九鼎投了一家,联想最近也在看,还有很多海外资本,包括新加坡、德国、法国等也都在看。其中,有些投资公司本身是欧莱雅、宝洁等公司的第三方财富管理公司,目的是通过对化妆品公司的参股,完成对品牌的曲线收购。”日前,国内化妆品行业资深专家冯建军对记者坦言。

然而,虽然国内化妆品零售总额的增速基本维持在17%以上,但外资品牌仍占据半壁江山,排名靠前的一般都是洋品牌,林林总总的“欧美系”、“日韩系”充斥着整个化妆品行业。因此,本土化妆品品牌要想突出重围,破除国人对舶来品的痴迷,自身须有核心武器和制胜秘籍。

“没有深厚文化底蕴的品牌最终是没有未来的。中国文化给予我们深厚的土壤,怎么样把中国的文化嫁接到品牌里面是至关重要的。”名门闺秀董事长钟悦日前接受记者专访时强调。

## 外资占主导

2010年,中国日化行业已经从2003年的740亿成长到1.608亿,预计2015年可以成长到2.565亿。2003—2009年复合增长率为11.7%,2010—2015年复合增长率将达9.6%。

国家统计局的数据显示,2010年,化妆品行业规模为889亿,是日化行业中成长最快、市场容量最大的子品类。2005年以来,国内化妆品零售总额的增速基本都维持在17%以上,且基本一直超过全社会消费品零售总额的增速水平。

“化妆品这个行业容量很

小,等于一个格力空调加娃哈哈。跟药品比,药品上市公司100多家,化妆品只有7家,蛮有玩味。另外,化妆品行业排名前20位的公司,谁还能够挤到上市的行列?中国有4000家化妆品公司,还不算渠道商和零售商,在这条产业链上的从业人员超过30万人,这么庞大的市场,增量不可能没有增长。”冯建军说。

在国家“十二五”规划中,消费品将作为拉动内需主力军的利好,这也让本土化妆品品牌充满希望。“中国品牌基于对本土文化的了解和积淀,相较国外品牌更有优势,‘近水楼台先得月’,对于本土化妆品品牌来说,这将是一个历史性的机遇和挑战。”某业内人士对记者表示。

## 机会很多

某投资机构负责人认为,中国品牌成长的机会来自于中国多元化的城市结构,以及创新渠道和专业的产品线。

目前,中国高端化妆品市场规模仅占化妆品市场总规模的约4%,决定未来势力市场划分的是中低端市场。中国县市级城镇和农村消费量占全国消费总量69%,是中心城市消费量的两倍以上;随着国家农民增收政策的实施与推进,农村居民的收入和消费增长大部分时间内都已经超越了城市的增长,众多的二、三线城市以及农村市场将给中国化妆品行业带来更加广阔的增长前景;未来五年,二、三线城市以及农村市场日化行业整体收入有望保持18%以上的增速。

服装有凡客诚品,母婴有红孩子,鞋子有乐淘和乐淘,而化妆品的强势B2C初现端倪。如已获红杉资本投资的乐蜂网,2008年以自有精油品牌起家,明星主持人加专家指导提升了网站的信任度,以售卖自有品牌为主。再比如现在风头正劲的化妆品团购B2C聚美优品,拿到徐小平的天使投资之后又获得红杉资本千万级别的投资,2010年营业额已达3亿元。

同时,很多调研机构也在宣布,2015年化妆品市场的容量会达到4000亿元,未来在彩妆和药妆,包括护肤品,以及洗护类的产品,都会有一些品类冠军能够凸显出来,这就看投资公司的眼光和标准。“2009年国内彩妆规模过亿的品牌只有两家,2010年则发展至5家,可预见今年彩妆市场将在饱和的护肤品市场外开辟出一片新天地。”冯建军此前表示。

(摘自《融资中国》)

# 最善于培养领袖的 25 大公司

|                  |                  |                     |
|------------------|------------------|---------------------|
| 1、IBM 公司         | 年度收益:184 亿美元     | 员工总数:16000 名        |
| ■总部所在地:美国纽约州阿蒙克  | 员工总数:70758 名     |                     |
| 年度收益:999 亿美元     | 10、百事公司          | 总部所在地:美国纽约州帕切斯      |
| 员工总数:426751 名    | 年度收益:578 亿美元     | 员工总数:294000 名       |
| 2、通用磨坊公司         | 员工总数:33000 名     | 11、通用电气公司           |
| ■总部所在地:美国明尼阿波利斯  | 年度收益:148 亿美元     | ■总部所在地:美国康涅狄格州费尔菲尔德 |
| 年度收益:148 亿美元     | 员工总数:33000 名     | 年度收益:1516 亿美元       |
| 3、宝洁公司           | ■总部所在地:美国辛辛那提    | 员工总数:287000 名       |
| 年度收益:797 亿美元     | 年度收益:127000 名    | 12、毕尔巴鄂比斯开银行        |
| 员工总数:127000 名    | 4、印度博拉集团         | ■总部所在地:西班牙毕尔巴鄂      |
| ■总部所在地:印度孟买      | 年度收益:350 亿美元     | 年度收益:234 亿美元        |
| 年度收益:350 亿美元     | 员工总数:133000 名    | 员工总数:109655 名       |
| 5、高露洁棕榄公司        | ■总部所在地:美国纽约市     | 13、巴西纳图拉化妆品公司       |
| ■总部所在地:美国纽约市     | 年度收益:156 亿美元     | ■总部所在地:巴西卡伽玛        |
| 年度收益:156 亿美元     | 员工总数:39200 名     | 年度收益:51 亿美元         |
| 6、印度斯坦联合利华       | ■总部所在地:印度孟买      | 员工总数:7037 名         |
| ■总部所在地:印度孟买      | 年度收益:41 亿美元      | 14、美国迪尔公司           |
| 年度收益:41 亿美元      | 员工总数:15000 名     | ■总部所在地:美国伊利诺斯州莫林    |
| 7、印度工业信贷投资银行     | ■总部所在地:印度孟买      | 年度收益:260 亿美元        |
| ■总部所在地:印度孟买      | 年度收益:81 亿美元      | 员工总数:55700 名        |
| 公司收益:267 亿美元     | 8、麦当劳            | 15、3M 公司            |
| 员工总数:80057 名     | ■总部所在地:美国印第安纳波利斯 | ■总部所在地:巴西圣保罗        |
| 16、礼来公司          | ■总部所在地:美国印第安纳波利斯 | 公司收益:267 亿美元        |
| ■总部所在地:美国印第安纳波利斯 | 年度收益:231 亿美元     | 员工总数:80057 名        |
| 9、美国惠而浦公司        | ■总部所在地:美国密歇根州本顿港 | 17、麦肯锡公司            |
| ■总部所在地:美国密歇根州本顿港 |                  | ■总部所在地:美国纽约市        |
|                  |                  | 年度收益:超过 50 亿美元      |



# 李开复的“商业帝国”梦

“在不久的将来,创新工场还将募集第二只规模更大的美元基金。而具体的数字和日期并未确定。”李开复透露。

但是,李开复对于创新工场的VC之道也有清楚定位,仍会以投资早期公司为主,并且不会因为资金规模变大就会放弃天使项目。“我们不会去投很小的公司,一定是初期的,可能少到一两个人甚至什么都没有,多的也不过十来个人,有一点雏形。我不会特别担心哪一种会比较好,我会希望这两种项目都一样的成果。因为我们评估的标准是一样的。”

## 转型做 VC?

## “大孵化”之困

实际上,创新工场初期过于强调“孵化”功能不可避免地为其发展带来了一些困扰。不断膨胀的团队对于办公场所、人力资源及法务等方面的需求像滚雪球一样越来越大,是创新工场所要面对的最直接的压力。尽管点心这样有了规模的公司已经被“赶走了”,但仍有越来越多项目入驻。

但是随着进驻创新工场的项目增多,李开复也开始发现,这种模式无法吸引最好的企业家进入。“因为企业家不希望有一个导师来告诉他们需要什么,他们希望拥有创业公司的多数股份,希望自己可以决定公司的未来。”李开复说。

所以,他不得不承认,“大孵化小投资”的模式是有问题的。“别说可持续发展了,每年的发展都很困难,孵化器需要退出时间,如果没有后续资金的注入将无力维持。”李开复告诉记者。

## “抄袭”工场?

创新工场招来原百度无线核心成员的张磊、原阿里巴巴支付宝架构师蔡学镛、开心农场创办人唐彬森等组成明星阵容,让外界对其期待值更高。“盈利模式存疑、雷声大雨点小、抄袭工场……”自其高调成立以来外界的批评就一直有停止过。

“点心”和“豌豆荚”等产品虽有亮点,但不耀眼。创新工场

没出什么激动人心的明星项目;“豌豆荚”手机精灵只是网龙91手机助手软件的“翻版”;“点心”手机操作系统只是谷歌Android系统的加强版,加入了一些满足中国用户需求的应用而已……各种质疑接踵而来。

而创新工场最新投资的知乎对应的国外模式Quora和Tumblr,甚至在界面上也保持高度一致。这让创新工场陷入了一场长久的公关危机之中。

李开复出面回应称,作为一家风险投资,创新工场要选择的是真正有潜力的项目,这些项目可能是前所未有的,也可能是受到已有模式启发的。“不一定开发革命性的产品,但一定要符合中国用户的需要,我们并不打算重复劳动。”李开复说,第一个发明者往往不是最后的赢家。Mosaic发明浏览器,但IE是赢家。LexisNexis很早就做了搜索,但谷歌是赢家,重点是谁能在正确的时机,把技术做到普及。

## “创业者还有机会超越”

对于创新工场来讲,李开复无疑是个活招牌。“无论哪个公司或者项目需要商业谈判或者融资,都要拉着开复一起去,有他在成功率就更高一些,而他也乐意提供这样的帮助。”“点心”一位内部员工告诉记者。

无论面对多少质疑,创新工场还是逐渐显示出了一个“商业帝国”的雏形:在其孵化的10家公司中,包括手机操作系统“点心”、Android手机助手软件“豌豆荚”手机精灵、移动应用统计分析工具“友盟”、移动平台图片处理解决方案提供商“魔图精灵”、网页游戏开发“行云”、Android应用商店“应用汇”、HTML5游戏公司“磊友”、轻博客“点点”、社交问答网站“知乎”、社会化营销工具“乐啊”等等。

而据接近李开复人士透露,在创新工场上海基地成立之前,李还曾接到重庆、南京、杭州、深圳等城市邀请,未来创新工场或将“扩张”。

(摘自《时代周报》王刚/文)