



斯科特·汤普森

据中国之声《新闻晚高峰》报道,9日,斯科特·汤普森正式成为雅虎公司新任 CEO,这也是雅虎在 5 年内第三度更换掌门人,而他的加盟,却大大出乎之前媒体们的猜测,汤普森究竟凭借何种法宝,赢得了雅虎的青睐?

作为互联网先驱,雅虎的光环现在看来几乎就要熄灭了,或许一连串未取得成功的首席执行官是其中一个重要特征,而且在过去的 12 个季度中,雅虎的净营收持续出现下滑。现在,斯科特·汤普森出现在了人们的视线中,他究竟是一个新的拯救者? 还是雅虎的终结者? 新华都集团总裁唐骏认为,雅虎选中汤普森的一个重要理由是汤普森拥有的技术背景。

唐骏:前任的巴茨他是缺乏技术背景,纯粹是一个管理者,因为汤姆森本身也是学计算机出身的,所以雅虎需要一个,既然是一家技术公司也应该有一个懂技术的 CEO 来重新振发起雅虎这种市场地位或者说说是内部员工的这种心情。

的确,在知名 IT 评论员洪波眼中,雅虎陷入目前困境的一个不可小觑的原因在于,它的发展忽视了技术驱动的本质。

洪波: 它的这个媒体业务,应该说在 2000 年之后发展得还是比较顺利,很快让公司盈利,但是呢,同时它的媒体业务的增长也让它忽视了技术的发展,尤其是 Google 在他眼皮子底下迅速崛起,而且 Google 也曾经一度试图卖给雅虎,雅虎都不感兴趣,就是媒体的这种很好发展的形势让他忽视了互联网技术驱动的本质。

而在汤普森履新之后,雅虎将会拥有一位以技术和注重细节而著称的首席执行官:他在 2008 年初开始担任 e-Bay 旗下一家在线付款服务公司 Paypal 的总裁,在他的带领下,PayPal 成功地占据了全球在线支付界的领先地位。用户数量从 5000 万扩大到 1 亿 400 万,遍及全球 190 多个国家地区。商业合伙人超过 800 万,并在去年收入从 18 亿美元增长到 40 多亿。因此,唐骏认为雅虎将汤普森纳入门下,相比技术,可能更值得关注的,是汤普森的互联网背景。

唐骏:因为雅虎毕竟是一家互联网公司,互联网和传统企业其实还是有很大的差异,所以这个他在 Ebay 的经历恰恰让汤普森在互联网领域

域里有他的口碑或者他的经验,雅虎看中汤普森,看中他过去的成功的经历,也就是说他可以把一个企业从零开始也好或者从数量几千万扩大到 1 点几个亿的用户数量,也就是说他在硅谷里面有很的人气或者说一个成功的案例。

雅虎目前拥有大约 1.37 万员工,每月在全球吸引着大约 7 亿的访问用户。不过,此前对于雅虎的未来传闻不断,其中雅虎将会被出售的传闻一直呼声最大,阿里巴巴、微软等都是热门收购公司。对此,汤普森在本月 4 日的新闻发布会上,首先明确否定了出售的传闻,他说,“Yahoo 不会被出售,他们正计划利用 Yahoo 强大的资料库,来恢复过去在数字媒体服务业务上的优势。”对于这一表态,新华都集团总裁唐骏说,汤普森在发布会上,作为一个新的 CEO 肯定会有此表态,否则他的 CEO 的工作就不再有意义,但至于未来是否会被收购,恐怕不只是汤普森能说了算的。

唐骏:雅虎对很多的股东来说因为它的这个股价的表现,或者投资收益率并没有达到他们的预期,所以股东最希望找到一个新的买家接手雅虎,提升雅虎的价值,对于雅虎的未来,因为我觉得雅虎确实拥有很多优质的资产,像日本的雅虎也好,还是说我们中国的阿里巴巴也好,对它的市值来说带来了很大很大这种增量,所以可能雅虎被收购是一个更加好的选择,但不被收购不是汤普森所决定的,应该是所有股东来决定的。

唐骏同时表示,现在雅虎的一个不可逾越的鸿沟在于创新元素,因而仅靠汤普森个人之力来扭转公司颓势可能将希望很渺茫。

唐骏:像雅虎的企业基本上在过去的 5 年当中,没有看到有任何新的产品、新的商业模式的出现,所以这就是缺乏了这种创新的基因。

在知名 IT 评论员洪波眼中,雅虎曾经如日中天的局面,在很短的时间内,估计也很难再现。

洪波:因为这个公司毕竟是互联网当中资历最老的一家公司,同时过去给用户留下的印象都还在,他们做事情也会有一些习惯的路径依赖,这些东西如果是不能够彻底改变的话,其实还是挺难的。它一个新公司在一无所有的情下去开创市场,可能难度反而更大一些。

(张棉棉)

2012 职业经理人高峰论坛山西太原开锣

由太原职业经理人协会主办的“相融·共赢”2012(中国·太原)职业经理人成长与发展高峰论坛将在省城举行。论坛邀请国内著名经济学家茅于軾、国务院发展研究中心宏观经济研究部部长余斌等知名专家、教授、企业家为该省企业实现转型跨越发展把脉。

本次论坛的主题是:“助力山西转型跨越发展,展示优秀职业经理人风采,全面推进宜居企业建设”。

据介绍,在本次论坛上将提出“宜居企业”这个新概念。

“宜居企业”是指充满生机活力、发展势头强劲的企业,是适合职业经理人和员工生存

(周利芳)

ZHIYEJINGLIREN

职业经理人

中企联:中青年职业经理人的理应成为企业管理中坚力量

【编前】

中国企业联合会 10 日发布《中国职业经理人调查报告 2011》称,在企业主要领导、副职领导和部门经理中,31 至 40 岁的职业经理人占比为 56.6%、49.2%和 60.1%,中青年职业经理人已经成为企业管理中坚力量。

中企联此次调研的调查对象为国有及国有控股企业、民营及民营控股企业和外资、合资企业的中高层管理人员,共 1547 位。40 岁以下的职业经理人分别占到民企、外企和国企职业经理人队伍的 77%、75.3%和 56.7%。“这说明民企和外企的职业经理人队伍更加年轻,国企则相对老化。”中企联培训中心副主任王建军说。

据王建军介绍,调查显示,我国职业经理人还呈现出高层职业经理人高学历趋势明显、管理专业人才占比较高、外企高学历和管理专业职业经理人占比更高等结构特征。

此次调查还首次对我国职业经理

人职业化、市场化、专业化和国际化水平进行了定量测量。结果显示,职业经理人“四化”水平由高到低依次为职业化、专业化、市场化和国际化。外企职业经理人“四化”水平均高于其他类型企业,民企职业经理人在市场化、专业化和国际化方面高于国企,国企职业经理人只在职业化方面略高于民企。

“我国职业经理人已经具有国际思维,但国际知识、国际经验相对欠缺,成为制约我国职业经理人队伍发展的‘短板’,而语言仍是许多职业经理人提高国际化水平的主要障碍。”王建军说。

按年龄段解析,31 至 40 岁的职业经理人的“四化”水平得分均高于其他年龄段职业经理人,专业化水平最低的是 30 岁以下职业经理人,而 51 至 60 岁的职业经理人在职业化、市场化、国际化方面得分较低。

国际化成为中国职业经理人队伍发展的短板。我国职业经理人已经具有国际思维,但国际知识、国际经验相对欠缺,语言仍是许多职业经理人国家化水平提高的主要障碍。

《中国职业经理人调查报告 2011》显示,我国职业经理人的职业化取得了显著进步,但国际化成为中国职业经理人队伍发展的“短板”。我国职业经理人已经具有国际思维,但国际知识、国际

经验相对欠缺,语言仍是许多职业经理人国家化水平提高的主要障碍。

中国企业联合会和中国企业家协会发布的“2011 中国 100 大跨国公司及跨国指数”显示,“2011 中国 100 大跨国公司”的平均跨国指数为 13.37%,不仅远远低于“2011 世界 100 大跨国公司”60.78 的平均跨国指数,而且远远低于

2011 发展中国家 100 大跨国公司”显示 40.13%的平均跨国指数。现阶段我国大企业的跨国经营水平还处于初级阶段。随着世界经济一体化的演进和我国在国际政治经济新格局中地位的不断提

高,国际企业的国际化需求与职业经理人队伍实现国际化水平不足的矛盾将日益突出。

(何宗渝 董海华)

相关链接

中国 CEO 调查结果出炉 民企称仍面临严峻挑战

1 月 9 日,全球四大会计所之一安永和长江商学院共同发布中国 CEO 调查结果——《全球经济放缓的应对之道——中国领先民营企业家的观点》白皮书,民营企业家们表示,他们正在面临日趋严峻的挑战,不过,展望未来 12 个月的发展,多数参与调查的企业家持谨慎乐观态度。

调查显示,23%的企业家认为激烈的产品竞争是他们的迫切挑战;22%和 17%的企业家表示,劳动力成本和原材料成本上涨是目前营运的主要问题;另有 20%的受访企业家认为,难以发现优秀管理人才是制约企业发展的重要因素。

受访企业家普遍认为,战略定位

是应对全球经济放缓的核心竞争力。20%的受访企业家将当前的战略定位视为核心优势;17%的企业家将其创新能力和品牌塑造视为竞争优势。他们认为,企业需要在经济放缓时灵活调整战术,提升营运有效性。此外,在经济不景气时期,企业要保持健康的现金流,选择稳健型的投资模式。

参与调查的企业家们也期望政府能帮助他们度过经济放缓。24%的企业家盼望政府降低企业税。

展望未来 12 个月的发展,多数参与调查的企业家持谨慎乐观态度,28%的受访企业家预计业务将大幅改善,而 51%的受访企业家认为会略有改善。

(张艳)

前沃尔玛中国区总裁陈耀昌或空降卜蜂莲花

在公众的视线中消失 3 个多月的前任沃尔玛中国区总裁陈耀昌,将在近期以 CEO 的身份空降卜蜂莲花,回归自己的专业领域。

不过,对于这一消息,卜蜂莲花公

关人士近日接受记者采访时表示,目前公司内部尚未收到这方面的任命通知。而卜蜂莲花高层则透露:“这是八九不离十的事了。”有报道称,陈耀昌将出任卜蜂莲花 CEO,由集团董事长谢国民亲

自出马洽谈而成。空降担任的职务是 CEO 一职,任期 4 年。

1995 年,正大集团联手沃尔玛,将万客隆卜蜂莲花前身引入中国。对于继承一定沃尔玛“血统”的卜蜂莲花而

言,聘请“前沃尔玛人”显得顺理成章。

有业内人士分析,如果陈耀昌成功空降卜蜂莲花,他将可能大力加速卜蜂莲花的开店速度,甚至成为卜蜂莲花的业绩提升者。

(林晓丽)

广州家具行业 杰出职业经理人



刘朝晖

刘朝晖

欧派家居广东省分公司总经理

进入家居行业 13 年,担任过区域总监、事业部营销副总、集团营销总监、家居集团分公司总经理等职务,在营销领域屡有创新,先后提出过家具类产品中心市场营销模式、定制家居产品链套餐模式、行业客户推广模式,尤其是推进建材家居品牌“冠军联盟”的运作,取得了行业公认的成效。

在广州欧派期间,业绩取得逆市增长,“营销成败在于创新能力的高低,创新先要用心,只有用心揣摩市场动态,体会客户心态,创新才可以真正实现。”

许艳

吉盛伟邦营销策划总监

毕业于广告专业院校及拥有丰富 4A 广告公司从业经历,从 2003 年起就伴随吉盛伟邦征战广州市场,凭借自身良好的专业营销经验及对家居行业的深入了解和独到见解,一直坚持文化营销,创意为先。

从“家居文化节”到“家居采购会”,从“环球小姐走进吉盛伟邦”到“经典老爷车巡游”,一次比一次大手笔的营销活动让吉盛伟邦在行业内傲视群雄。

吴浩鹏

高德美居购物中心品牌营销经理



许艳

吴浩鹏

粤旺国际·家居世纪城总经理

作为广州一家“老牌”的家居卖场,高德美居从不拘泥旧有模式,不断进行创新,始终在家居行业里面保持了自己鲜明的特色,从第一代定位为“家居主题商场”,第二代转为“家居主题购物中心”,现在又提出打造“家庭式购物中心”。

在广州家居行业,高德美居有着明显的特色,不仅有家具、建材方面的优势,而且还有儿童板块、零售板块、体育板块以及餐饮板块的配套和完善,周末也可以全家人一起去放松休闲的地方,家居行业已进入“家庭式购物公园”时代,商家提供的就是“欢乐营销”。

刘移山

粤旺国际·家居世纪城总经理

进入家居行业已有 17 年,倡导人性化的服务措施、国际化管理理念和现代化的经营操作模式,倡导时尚、品位、个性化的家居模式,打造一站式家居新体验,粤旺国际成为国内外家居品牌抢滩广州东部的首选。

家居在城市的发展过程中,慢慢淡出市区、进入郊区是必然的趋势,在市区的卖场容易出现规模小、租金高、商户赚不到钱的问题,卖场压力会越来越大。2012 年的家居市场会更加严峻,但是粤旺的租金低,商户的压力小,商场与商户就可以共同度过艰难时期。



吴浩鹏

张晓峰

百信家居公司总经理

“君子务本,本立而道生”,出自《论语》,这句话的意思是君子致力于根本,确立了根本,道也就自然产生。零售卖场的根本就在于产品的质量和

服务,这两点做到最好,顾客对我们的信任,也就是“道”,便水到渠成。

百世家居将把“直营商业模式+全面一站式家居+休闲生活体验家”的家居超市模式打造得更加完美,在场内设置配饰中心,推出综合配饰套餐服务,根据不同的户型推出不同的全屋软装配饰套餐。

曾智文

维家思广场经营发展部经理

进入家居行业超过 8 年,经验丰富,参与了维家思经历广州家居卖场从高速成长到现在汰弱留强的洗牌阶段,经受过市场的一次又一次的考验,也见证了维家思多年来屹立不倒,在行业内

陆其凤

香江集团流通事业部企划营销部经理

进入家居行业超过 8 年,经验丰富,参与了维家思经历广州家居卖场从高速成长到现在汰弱留强的洗牌阶段,经受过市场的一次又一次的考验,也见证了维家思多年来屹立不倒,在行业内



张晓峰

曾智文

尚品宅配家居用品公司

进入家居行业已 8 年,对待每项工作都力求尽善尽美,坚持创新求变,从差异中寻找营销突破口,不断开拓营销工作新局面,特别注重团队的培养,乐于传授经验,为公司培训更多的营销人才。

从业以来成功策划了多个案例,2011 年策划的香江家居在成都的开业,创造了家居行业有史以来最轰动的销售成绩,开业当天市民凌晨就开始排队,队伍长达 3 公里,创下平均每分钟卖出 105 套家居纪录。

李嘉聪

尚品宅配家居用品公司

2003 年至 2004 年,从进行市场调研,管理一家直营店,到出任尚品宅配总经理,前后不到半年时间就完成了传奇性转型,2004-2011 年,以出色的领导能力和管理能力解决了品牌建设、渠道拓展、终端销售、运营管理、营销策划、团队组建、绩效考评等课题,带领尚品宅配创造了一个又一个神话。

尚品宅配已成为定制家具行业知名品牌,让家居行业感受到了科技的力量,他本人先后被评为厨卫行业年度十大风云人物、中国厨卫业十大营销领袖、华南地区家居杰出经理人、广州家居风云榜十大人物等。

(郝婧羽)