

传媒焦点 | Chuanmei Jiaodian

上演巅峰“登陆战”：成功上市 人民网历经“八年抗战”

上市历经“八年抗战”的人民网终于闯关成功,但仍然缺少被广泛看好的商业模式。

如无意外,人民网将于今年3月中旬正式登陆上海证券交易所,从而击败众多竞争对手成为中国“官网上市第一股”。

不过,这个以严肃著称的网站还是在上市前夜闹出了一个“娱乐新闻”。在其公布的经过精心包装的招股说明书中,披露了527亿元融资的详细使用计划,其中包括花费40万元购置40台iPhone、iPad等苹果产品。这惹来了外界的一片批评,甚至嘲笑。

更多商业方面的瑕疵被陆续发现,其中一个极端案例是,人民网旗下的人民搜索2010年营收为0,净利润却逾3000万元。对此,人民网选择了沉默。

然而,既然选择上市,就必须接受公众的挑剔与质疑,这或许是与在体制内生存时最大的不同。形势并不十分有利。尽管人民网组建了一个堪称豪华的股东团队,中国移动、中国联通、中国石化、中影集团等“中字头”企业均在最后时刻进入战略投资者行列,但仍然无法消除人们对官办新闻网站上市的不信任感。与最初8亿元的融资计划相比,人民网A股最终定价可能在6-7元之间,估值为30亿-40亿元,最终融资额527亿元,融资规模有所缩水。

人民网试图将自己塑造成在特定领域具有优势和盈利能力的官方互联网媒体。但在众多互联网消费者观念中,脱胎于体制内的人民网更多扮演着舆论引导的角色,与商业毫不相关。

当然,人民网上市不乏支持者,他们将官网上市看作一次“破冰之旅”,这种体制上的突破将在长时间内给官网带来变化,登陆资本市场则可以为其引入更多的市场化观念。

实际上,很少有媒体主板上市能引发如此大的争论与分歧。目前,将众多官方新闻网站推向资本市场,以抗衡舆论影响力日益扩大的商业网站,是这次文化改革的任务之一。

人民网上市最大的意义也许在于,它犹如打开了“潘多拉魔盒”,在文化体



制改革的大背景下,已经没有什么力量能够阻止即将到来的官网上市潮。目前,包括新华网、央视网、千龙网在内的30多家官办网站正排队等候上市。

2011年11月的十七届六中全会上,《中共中央关于文化体制改革若干重大问题的决定》获得通过,让官网上市的脚步再次提速。两个月后,筹备三年、一波三折的人民网IPO首发终于获得中国证监会的批准。

“中央的观念已经开始转变,意识到把控制权死抓在自己手中搞不好文化传媒事业,必须要改革。”一家证券公司分析师罗濮告诉诉记者,因此相关单位的上市重新开始提速,现在不再是个别机构自己去争取,而是从上层推动,“想改不想改你们都得改,从事业单位变成企业,然后上市融资,做大做强。”

虽然坐落在守卫森严的人民日报社院内,人民网却独树一帜,它的建筑有着简洁明快的白色风格和玻璃大门,比周围老旧而神秘的楼层更富有朝气。

但这样的位置在一定程度上也映射着人民网的宿命,它依然与庞大、权威的政治宣传工具有着撇不开的紧密关系。

的确,无论是股东结构还是利润来

源,人民网的背后都站着强大的政府身影。招股说明书显示,财政部连续4年都是人民网的第一大客户。此外,人民网还享受着令其他企业眼红的“税收福利”。

问题恰恰在于,依靠体制内的思路 and 做法,封闭的人民网董事会能否带领这家网站走出一条市场化道路。尽管人民网借助上市准备铺开战线,开辟一番新天地,但对于竞争激烈的互联网来说,仍缺少一个被广泛看好的商业模式。

无论网站收入还是用户访问量,人民网目前都是“商业网站”的零头。在收入方面,暂不提年收入超过百亿元的腾讯,新浪、搜狐等年收入都在30亿元以上。人民网日均访问量仅是新浪的8%。

人民网主要业务由互联网广告业务、信息服务、移动增值业务和技术服务四个方面组成。2011年上半年,51%的收入来自于互联网广告业务。不过,广告作为互联网最早、最传统的盈利方式,带给人们的想象空间已经不多。人民网旗下旨在进行业务延伸和商业运作的多家子公司均处亏损状态,其中去年上半年,环球在线亏损501万元,人民视讯亏损98万元。

各界视角 | Gejjie Shijiao

“官网上市一定要解决盈利模式的问题。否则,即使能强行上市,但在资本市场上也会被低估。”中国人民大学新闻学院教授喻国明表示。

人民网总裁廖曾表示,将进一步扩大新闻编采和发布业务的优势,充分展现图文、音频、视频等多媒体形态,提高多媒体业务的影响力和盈利能力;将进军新业务领域,包括地方频道、舆情监测、无线增值业务、多媒体视频业务及全媒体数据库业务,使人民网的盈利模式更为多样化。

值得注意的是,人民网还是首家将采编和经营整体打包上市的官方媒体。由于历史原因,商业网站并无采编权,而人民网却拥有121人的采编团队,这被认为是其核心竞争力。

不管市场如何看待,人民网的上市已经启动了官网上市的大幕,大批官网上市也许将带来一个新的互联网格局。“可能今后传统网站走向专业化,偏向娱乐、交流、视频、汽车等专业平台,新闻这部分还是由国有企业经营。”陈少峰表示,这可能是国家整体的新闻政策,至少,门户网站要准备迎接国家队的“入场”。 (钦言)

王庄矿元月份生产煤炭 55 万吨

1月份,王庄矿克服节假日职工思想活跃、安全管理难度大和生产组织困难等困难,强化安全管理,优化采掘衔接,坚持正规循环作业,全月共生产煤炭55万吨,完成掘进进尺2332米,实现了安全生产开门红。

为做好矿井安全生产等各项工作,开年以来,该矿认真贯彻落实集团公司安全工作会议精神,扎实开展“夯实安全基础,落实安全责任”生产季活动,针对井下5216孤岛工作面受顶板来压、来水和构造复杂,生产组织困难和6202工作面安装工期短、任务重,影响工作面正常接替等困难,该矿精心组织,超前谋划,采取注浆、补打锚索、拉底等措施,使5216工作面生产趋向平稳,6202工作面实现了一次安装试产成功,保证了全年煤

炭生产。同时,该矿科学合理安排节假日期间的生产任务和施工项目,严格按照“不安全不生产、不安全就停产”的原则,强化业务科室包保跟班,突出抓好井下安全生产、地面平安稳定、交通安全管理、矿区亮化期间的安全管理和整顿矿井安全管理,确保了特殊时期矿井的安全生产和节假日期间的信访稳定、党风廉政建设工作。

此外,为保证煤炭装车外运和电煤生产以及集团内部用煤正常供应,该矿按照集团公司的统一安排部署,制定了春节期间“六大”保证措施,加强了春节期间领导值班带班管理,强化生产、外运组织工作和职工思想稳定工作,实现了欢度佳节和安全生产两不误。

(王红斌)

企业惯性成为隐形杀手——诺基亚大变局给企业的警示

5年前,诺基亚是手机代名词,炙手可热;5年后,诺基亚是企业的警示柱,令人反省。商业如戏,其兴也勃焉,其亡也忽焉。成立于1865年,拥有146年历史的手机行业老大诺基亚,面对苹果,一家成立于1976年,历史仅有35年的企业,一落一起。个中缘由值得深思!我们禁不住疑惑:是苹果打败了诺基亚?不,是诺基亚自己!在时代大变迁中,诺基亚迷路了。

牛顿第一运动定律,又称惯性定律,企业亦如是,也有自己的企业惯性,企业越大,惯性更强。一个行业的领导型企业,在经历市场的攻城拔寨,占领绝大多数市场份额之后,会逐渐形成自己成功的心得,构建起独有的价值取向、成长方式、业务流程、管理方式等,并在企业内部固化下来,作为企业的法宝继续发扬,这就是企业惯性。企业惯性让企业对于过去的成功路径有一种天然的惯性依赖。作为一种沿袭既往企业行为模式的组织趋势,企业惯性容易导致企业对环境变化反应迟钝或失当。

剧变时代,企业惯性成为隐形杀手。全球范围的竞争升级,消费升级,产业升级,市场分层,消费多元化,竞争焦点变换频繁,呈现多样化发展,趋势的不确定性越来越

强,这些多重变量让企业经营环境日趋复杂难料,竞争环境日趋激烈。世界范围内,从西方欧美国家到东方,做一个长寿的成功企业,越来越难了。面对剧变的环境,尤为固守以往的传统和习惯,而从优秀走向没落,诺基亚是典型代表。在智能手机时代的大潮挟裹下,诺基亚3G时代铸就的法宝开始失灵。

诺基亚于1992年开始推出第一款GSM电话1011,适逢手机行业的起步发展期,市场机会众生,消费者成熟度低,诺基亚的多产品多渠道多国家全网覆盖策略可谓逢盛

世,不同肤色不同国度的很多人,人生第一部手机都叫做“诺基亚”。在此期间,诺基亚也构建起了企业在手机市场的竞争法宝:“良好的产品和通信质量,发达的渠道体系,严格的渠道管控能力,覆盖高中低端各个价格段丰富的产品线,完善的售后体系”。

然而,三十年河东,四十年河西。环境的动态变化会侵蚀企业原有的核心能力。手机市场步入智能时代,手机软件操作系统越来越成为关键。2007年苹果iPhone智能手机的发展引领了手机行业新的潮流,而诺基亚被当时很好的销售业绩迷惑着双眼,没有意识到苹果正在为其带来一场危机。

(述由)

实施三大主题 促进经济发展 衡变公司打造特色党建工作新品牌

特变电工衡阳变压器有限公司党委在抓党建工作中以落实科学发展观、坚持“以人为本、为民谋利”的坚定信念,大力开展“党员示范岗、金奖杯质量工程竞赛、青工技能大赛与岗位技能等级评定”的三大主题实践活动,促进了企业经济持续发展。

在“三大主题”实践活动中,衡变公司党委统一部署,以“深入学习实践科学发展观,加快推进企业经济持续发展”为主题,周密部署、科学组织,围绕

中心、力求实效,形成了全员参与、全方位开展、全过程推动的争创格局,根据公司核心工作的要求,公司的党工团组织在方式、方法、内容上不断创新“三大主题”实践活动的内容和形式,抓好成果的应用、推广和与个人绩效、岗位晋升、先进评比相结合的工作。结合本单位实际情况,围绕市场开拓、全员营销等制订“党员示范岗”量化评比考核办法,季度评订,将绩效突出并且最具代表性的党支部作为示范党支部

来抓,充分发挥先锋模范的带动作用。围绕“比创新、比绩效”,通过金奖杯质量工程竞赛的工作,使企业的人均劳动生产率、交货期、产品合格率、客户满意度等均得到了不断提升。通过青工技能大赛与岗位技能等级评定全面结合举行,确保企业员工全员参与。结合“创新创优 革新命名”活动组织广大青年员工与行业优秀企业在生产自动化等方面的对标学习,强化在产品智能化、生产管理现场无人化

等方面的引导创新,发动广大青年员工不断学习、持续创新。

衡变公司针对企业近几年所面临的困难形势和繁重任务,公司广大党员干部矢志不渝谋发展,在各项工作中经受考验、勇挑重担,展现出了高尚的思想情操和良好的精神风貌,以实际行动在各条战线上发挥了先锋模范作用,推动了企业持续健康稳定发展。

(肖锋)



刚刚开完一场高管会议,人人公司CEO陈一舟依然神采奕奕,一身休闲装扮的他说,今年计划再把SNS战火烧得更旺,“打SNS的仗10亿美元应该够了。”

距离SNS鼻祖Facebook提交IPO已经过去了两周,在FacebookIPO申请文件中,它将人人网列为其未来进入中国的头号竞争对手。而受到Facebook上市利好消息的推

动,人人网股价一度大涨60%。对于在互联网行业摸爬滚打10多年的陈一舟来说,这或许是种慰藉。

不过,与外界对于Facebook的狂热追捧相比,陈一舟淡定许多。

在陈一舟的新书《情系人人》里,他提到了Google Chrome,提到了微软,苹果乔布斯还有腾讯带给他的启示,Facebook却只提及一次。

“可能是因为太熟悉了吧!我们一

Facebook 入华 陈一舟不看好

直都在做这事儿。”陈一舟爽朗一笑。“我在Facebook也有账号,今天早上还发了几张照片。我们每天都要学习,看人家是怎么做的。”

“让用户在最快的时间做他想做的事。”这是Facebook留给陈一舟最深的印象。“举个例子,很早以前Facebook把用户产生的内容下面加一个输入框自动打开,降低了用户的输入难度,这个做法就很好,后来我们把这种产品思想提炼出来就是‘让用户在最快的时间做他想做的事’,再用到人人产品的很多地方。”

在陈一舟眼里,社交网络不仅从根本上改变了人类商业的方式,更重要的是,从历史的眼光来看,它改变了未来人类社会沟通、思考、研究探索、组织的方式;最终它将改变和加速人类进化。

他现在预计,Facebook的营收计在5年以后就能赶上谷歌,甚至超过谷歌也不无可能。

不过,对于Facebook入华后的

市场表现,陈一舟却直言“不好预测”。

这或许与地域文化相关。陈一舟认为,如果进军中国,Facebook将进入一个竞争异常激烈的市场,而且中国的文化、商业环境和其他特点也都与此前在全球其他市场所面临的挑战大相径庭。“比如,虽然在日本,Facebook没有一家独大的竞争对手,但已有三家上市的SNS把市场分裂,进入日本,比较艰难;但它在巴西就很容易快速成长起来。简单来说,文化越接近,越容易介入。”

“‘小国’基本被灭,‘大国’之间竞争。”这是陈一舟对于国内的SNS未来格局的判断。

眼下,摆在他面前的挑战并不少:老本行社交网络面临腾讯、新浪微博的巨头围剿;团购领域,拉手网、美团网都是糯米网的有力竞争者;社交游戏领域,老对手开心正联手腾讯发起反攻;移动互联网,越来越多LBS+SNS应用正在崛起。

有第三方统计,微博用户中有八

成是SNS用户,二者重合度极高,SNS的用户很容易被微博分流;而且相比较SNS广受欢迎的转帖功能,微博中的原创、转发、讨论与分享的机制显得更加有优势。

“大家的 product 长得越来越像,都在进化、适应新的环境。”陈一舟如此分析。他预计,这场竞争起码还要持续三四年。“这要看谁本事大,更加执着、更加注重产品的体验,谁更加能够忍受住寂寞。”

陈一舟称,对于人人而言,今年不会启动太多新项目,而是要沉下心把老的产品做好,特别是继续加大对视频和团购的投入;同时加大对人才的投入,吸引更多“极客”加入。

在公司内部,陈一舟把移动互联网比作一场风暴,“风暴来了以后,可能互联网的整个版图都会推得一塌糊涂。”

看上去,移动互联网就像是“黑洞”,是互联网企业必须要去跟投,但不投是死,投了也不见得活得好。

“从前业界有个说法,在电子商务里你丢3块钱进去能有1块钱的营业额,但现在的无线互联网是,你丢10块钱进去,连响儿都听不到。”陈一舟苦笑着说。

一个好的现象是:现在不少人人用户已经转变成PC端和移动端的“两栖用户”,而这个习惯形成后,他们就会逐渐往手机上转移。

陈一舟称,2011年人人的手机用户已接近整体用户的40%,今年如果智能手机发展快的话,估计会超过半数。

不过,人人能否找到更好的方式应对移动互联网竞争?移动产品何时盈利?或许唯有“论持久战”,耐得住寂寞,找到绝处逢生的机会。

“我们就像是牛奶中的青蛙,马上就要淹死了,一般的青蛙不动等死,但有一只青蛙仍在不断划水,后来牛奶变成了奶酪,青蛙就能跳出来了。”陈一舟说。

(由实)