

策划词 | CEHUACI
2012年3月15日,再次见到李海超。
相比两年前,他的变化挺大:不仅体重增加了,头衔也变“重”了,作为51汽车创始人,李海超又创办了一家公司——车王二手车,前者是一个互联网信息平台,后者是二手车零售超市,属于不折不扣的重资产型企业。
要在中国二手车市场有所作为,李海超的这个想法始于2005年。是年9月,他创立了51汽车网,目标是打造中国最大的二手车信息平台。

老总话道 | Laozong Huadao

掌声响起来

□ 刘鹏凯/文 何兵/图



1、清晨,我骑着车往厂里赶,老远就从大门栅栏中看见机修工大老王,扛着两根角铁,晃悠悠走向车间。



2、一根角铁两人扛是寻常事,可一个人扛两根角铁就不寻常了。



3、态度决定一切。大老王提前上班,一人扛两根角铁,大老王不同于平常人。



4、“要我做”是一种负担,“我要做”是一种乐趣。现代管理就是要培养员工的这种乐趣。



5、你拿了高额奖金,也许鼓掌的只有你的家人。



6、你的热忱感动了企业,全体员工都会为你鼓掌。

(作者刘鹏凯系江苏黑松林粘合剂厂有限公司董事长)



联手陈晓与君联资本 李海超“死磕”二手车

□ 稿件采写 郝凤苓

“51汽车”的坎坷

2006年1月,51汽车即获得德同资本等约500万美金的投资,不久后又引入第二笔资金,两轮共融资约1000万美金。

如今,李海超已经卸任51汽车CEO,交由职业经理人担任,自己将重心放在了新项目车王二手车上。

“51汽车已经是6年多的公司,团队、流程、客户资源等都相对稳定了,这个时候我在和不在,可能象征意义大于实质意义。”李海超说。

成立以来51汽车发展缓慢,“3年实现海外上市”的梦想至今未竟;原本预计“2007财年实现盈利,销售收入达到1亿美元”,直到2009年底才实现当月收支平衡。

在51汽车的近7年时间里,李海超做过很多努力,不仅个人持续跟投,也尝试过线下二手车经营;还跟SMG合作做过汽车频道,但都对51汽车的帮助不大。

对于51汽车的坎坷,李海超并不讳言。“主要是市场时机问题”,他认为,二手车媒体市场至今也没有完全起来,所以,无论是他自己还是德同资本,当初的判断都过于乐观。

另起门户

2011年底,李海超另起门户,涉足线下二手车零售。此前的2010年底,他就在筹备这件事情,忙着找人,找钱。

看得出,外表温和的李海超骨子里有种不服输的精神。1999年,李海超从英国回国与合作伙伴创办



◎李海超

了掌上灵通,担任过首席技术官,产品管理副总和首席财务官等职。

2004年3月,掌上灵通在纳斯达克上市后,李海超逐渐淡出,开始了“死磕”二手车的历程。

上海嘉定区江桥镇金园一路766号,一座外观绚丽的六层商务楼格外显眼,这里就是车王二手车总部,也是其第一家店所在地。

走进这座建筑,你可能很难一下子将这里跟二手车联系起来:这座去年底才落成的建筑,总营业面积达20000平方米,可容纳1000台车辆,是中国目前为止营业面积最大的二手车超市之一。宽敞明亮的展厅里,待售的车辆目前多达200余台,均为出厂时间不超6年、行驶里程不超12万公里的二手车,而且每辆车明码标价。

没错,这是车王刻意营造的氛围。

长久以来,中国二手车市场一直以鱼龙混杂的形象示人,一些关

键信息,如已行驶里程数等,车辆历史来源、车况及保险信息等环节信息不透明,同样的车,在不同市场上的估价甚至相差数万元,这让普通消费者望而却步。

在这座商务楼里,除了展厅,还设有6000平方米的检测、评估、美容、维修、上牌、金融按揭等后续服务空间。

作为二手车业务一站式服务提供商,车王希望以“更多放心、更多选择”的理念为客户提供二手车买卖、信贷保险、装潢美容、售后维修等服务。对于收购来的二手车,都要进行245项检测,杜绝无事故车、水泡车、抵押车等问题车辆。为了让二手车买家放心,车王承诺“7天无理由退换、3个月的质量保证、9个月的延保、24小时救援”等服务。

即便如此,李海超发现,来到这里的消费者依然有人心存顾虑。

看重规模

特地选在今年3月15日,车王宣布,从“车王二手车超市”更名为“车王认证二手车超市”。

所谓认证二手车(Certified Pre-Owned Vehicle)是指由第三方检测机构,汽车厂家,或二手车经销企业对二手车进行专业检测并确认达标后,对符合标准的二手车进行整备维修后销售,并为该车辆提供售后的质量保证服务的二手车。

在国外,普遍由汽车厂家提供二手车认证服务,并提供质保,但中国的认证二手车才刚刚起步,之前只有东风日产等少数几个品牌涉足了这个领域。

“我们希望通过这种更直接的方式,更好地向消费者阐述我们的

理念。”李海超说。

除了服务,李海超还希望以价格吸引消费者,每台车的进销差价平均为7%,而一些小的二手车经销商或黄牛可以达到10%-15%。

但李海超看重的是规模。“我们卖的不是一台、两台,如果是500台车,每台7个点,那也是相当可观的。如果是5台车,就算10个点,也没多少钱。”

车王(CarKing)借鉴了CarMax的模式,他们连名字都很相似。这个模式在美国被验证成功了。

CarMax成立于1993年,目前是美国最大的二手车销售公司,也是世界上唯一一个跻身美国财富500强的二手车流通企业。创始人奥斯汀被称为二手车“教父”,他在CarMax倡导的经营理念就是:诚实交易、大规模、低成本、可复制、扩张。

引入陈晓和君联资本投资

从2011年底成立至今,车王共收购了约500台车,目前已销售200多辆。就在上个月,其月销量突破150台。而根据车王20000多平的营业面积测算,李海超说,如果满负荷运营,一个月的销量应该在500台左右。

但这也的确是一个重资产的行业,购车是主要的成本。

2011年3、4月份,李海超正在为车王寻找投资方,经朋友介绍认识了已经离开国美的陈晓。

而对零售连锁项目感兴趣的陈晓那时候也在寻找类似的项目。李海超用“一拍即合、相见恨晚”来形容他们对彼此的认可。

车王首期投资额1.5亿元。据李海超介绍,他和陈晓两人各自投入了几千万元人民币。后来,他们又引入了君联资本。目前,李海超持有车王不到50%的股份,但仍为第一大股东。

在陈晓看来,二手车拥有庞大的市场空间,所以投资车王肯定能赚钱,只是时间长短的问题。

但关键是对进价的把握。在CarMax创始人奥斯汀看来,估算二手车进价是永远的挑战。

在车王,也发生过“看走眼”的案例。除了对员工设置了处罚规则,绝大多数损失还是由公司来承担。

“误判是不可能避免的。”李海超认为,这是公司的挑战之一,只能靠培训不断提升员工的判断水平。

实际上,CarMax创始人奥斯汀也曾试图将这一模式复制到中国,他投资了帅车,但还是遭遇了水土不服,目前帅车已经关闭。外界也有人将陈晓的这次投资视为一次冒险。

“帅车在哪里跌倒了,车王就在哪里诞生。”李海超说,他吸取了之前51汽车的教训,并认为以前自己太浮躁,车王要稳扎稳打,先做好了上海这家店再考虑扩张的问题。

▶▶▶▶▶ [上接 A1 版]

必康制药 闯关中国医药 “第一梯队”

创始人让出董事长的职位,这在企业融资的案例当中并不多见。

对于单伟建的任职,必康制药创始人李宗松表示,“太盟投资集团以及单伟建先生是非值得尊敬和信赖的合作伙伴,不但对必康制药的现状和未来战略有着深刻的认识和高度认同,而且能够站在企业可持续发展的角度提供出色的建议。这种战略性资本的投资理念与企业高度吻合,加之专业化的管理,既能帮助必康制药巩固在企业经营和营销上已有的核心竞争力,还将提升其在资本市场的视野、形象和地位,推动必康更快更好地发展。”

种种事实显示,单伟建决心要在必康制药“发挥一把”。

资料显示,2007~2008年,在第一轮融资之前,必康制药曾用2年时间完善了企业的资本、组织、业务等架构。

那么,时隔4年之后,单伟建还能再做什么?或许,我们从其当年代表新桥资本入驻深发展过程的变化当中可以寻找思路。

对于入驻深发展之后的价值,单伟建曾这样表示,“我们是通过董事会引进国际最佳的法人治理结构,把握战略方向,并通过管理层奖惩制度来提高银行的价值和全体股东的利益的。在这方面,我们有很丰富的经验。”

类似的模式,通过董事会进入,担任董事长的做法,必康制药的发展思路我们由此可见。

携资本挥舞并购大旗

正是必康制药此前的疯狂扩张与并购,给单伟建带来了机会。

资料显示,成立于1997年的必康制药,经过10年常规发展之后,到2008年的时候,在2008年国家工信部、商务部公布的医药工业排名数据当中,已经成为中国医药工业500强之一。

然而,仅一年之后,其就成为了中国医药工业20强。

个中原因在于,2009年,必康药业完成了与辅仁药业集团的战略重组,使之快速成为集原料药、中成药、化学药品、生物制剂、疫苗研发、生产和营销于一体的现代化大型医药企业集团。

此外,除了辅仁药业旗下的河南开封制药集团,必康制药还曾先后控股了武汉五景药业、江苏康宝制药、成都长青制药等多家制药企业,开始了整合国内医药工商企业、建设覆盖城乡医药市场营销网络的战略布局,并由此拥有了中西药十多个系列、1000余种规格产品,其中进入国家基本用药和医保目录的品种有300多种。

谈到必康制药的商业模式,必康制药创始人李宗松曾表示,“从梳理整个资本市场的结构做起,以资本力促进商业的高速发展。而在商业经营上,必康的商业公司主要是做自己的1000多个产品。”

然而,在短时间内迅速扩张,无论从管理经验还是人才团队的储备上,必康制药是否已经准备好了?而这,显然也是单伟建的特长。

不过,在单伟建入主之后,必康制药能否实现预期整合的效果,一切只能等时间来验证。

西部首选

雄厚资金寻优质项目,免抵押,可风险投资,手续简捷,个人、企业项目不限、地域不限。

电话:028-68000128

红牛集团创始人许书标病逝

2009年被认定为泰国首富 生前低调 30年没公开露面

□ 熙怡

红牛集团发言人说,集团联合创始人、泰国第二富翁许书标17日在泰国曼谷一家医院病逝,享年89岁。

许书标是在泰国土生土长的华人,曾入选“十大最具海外知名度泰国人”。在《福布斯》2011年的泰国富豪榜上,许书标以50亿美元的身家排名第二,全球排名第205位。2009年,他一度是《福布斯》杂志认定的泰国首富。

据报道,私下里,许书标一直保持着旺盛的精力,闲时还兼养鸭场。他有过两段婚姻,共有11个孩子。据悉,许书标去世后,他的家人将在曼谷西部一座寺院为他举行为期一周的传统宗教仪式。

白手起家发明“红牛”

据泰国媒体报道,许书标可谓白手起家的典型。他出生在一个旅居泰国的中国人家庭,当时一家人在泰国



◎红牛集团创始人许书标

北部披集府靠养鸭和卖水果为生,家境贫困。

长大后,许书标第一份工作是公共汽车售票员。后来,他到兄弟位于首都曼谷的药店帮忙,还当过销售员,1962年在曼谷老城区创立一家医药工厂,名为TC制药厂。

上世纪70年代,许书标的工厂研制出一款内含水、糖、咖啡因、纤维醇和维生素B等成分的“滋补性饮料”,取名为“红牛”。当时“红牛”的目

标销售群体是倒班工人和卡车司机等蓝领,帮助他们在通宵熬夜工作时保持清醒。

“红牛”推出市场后大受欢迎。1982年,奥地利大亨迪特里希·马特施茨出差到亚洲时,意外地发现“红牛”饮料对缓解时差有很好的效果。随后,马特施茨特地到泰国找到许书标,希望把“红牛”推向全世界,两人一拍即合。

1984年,许书标与马特施茨共同创建红牛集团,1987年开始向奥地利出售“红牛”。如今,红牛饮料已经成为风靡世界的知名饮料,在全球超过79个国家和地区销售。2010年,“红牛”在全球售出超过40亿罐。单在英国,“红牛”每年的营业额就超过23亿英镑。

独辟蹊径打开市场

草根出生的许书标在生意获得成功后就一直保持低调,从不在公开场合炫富,也不喜欢在公众面前曝光。

据泰国《国家报》报道,许书标在过去30年里从未接受过任何一次媒体访问,也从未在公开场合露面。

但最近,许书标的儿子向媒体回顾上世纪70年代,父亲如何在家里研制出“红牛”饮料。“虽然当时功能饮料主要厂商都把精力放在曼谷市场上,父亲却另辟蹊径,采取‘农村包围城市’的策略,通过向卡车司机免费派发试饮的方式,先抢占曼谷外围市场。”

许书标的儿子还透露,父亲从不言倦。“我从未听他抱怨过‘困难’或‘不可能’。他把一生精力都放在工作上,他确实喜欢工作,常常工作到半夜一两点。一谈到工作,他总是显得很积极和快乐。”

虽然许书标没上过大学,不过他曾自学英语和法律,因为他认为这些科目对生意有帮助。“红牛”刚起步进军国际市场时,很多西方国家的人甚至连泰国都不太了解。但许书标却觉得没有什么不可能。