

文化聚焦 | Wenhua Jujiao

如果确实存在企业基因这种东西,那么过去 10 年间全球最成功的科技公司之所以能够崛起,一定是拜企业基因所赐。谷歌执著地关注数据;而苹果则对简约的风格有着一种参禅一般的着迷;Facebook 的特点是汇聚遍布全球的社会关系;亚马逊的特点更为简单实际,那就是:节俭。

“节俭文化” 亚马逊的成功基石

美国《财富》杂志网络版最近撰文称,节俭在亚马逊的成功道路上发挥了巨大的作用,甚至已经完全融入了它的企业文化。

发家之本

亚马逊,这家总部位于西雅图的在线书店成功转型为电子商务巨人靠的是节俭的理念,它体现在运营、品牌定位、以及 Kindle Fire 平板电脑等新产品等各个方面。“降低成本是亚马逊成功的基石,”美国投资研究公司晨星公司股票研究总监 RJ 贺托维表示。亚马逊无需承担维护实体店所需的巨额成本,所以它能以低价向客户提供同样的商品。

根据总部位于芝加哥的投资银行 William Blair & Company 提供的数据,亚马逊网站销售的产品售价,最多要比网络和实体店竞争对手低出 13%。拥有着超过 16 亿活跃用户,亚马逊当前占据了全美网络零售总额的 20%。市场分析师预计,亚马逊将会继续增长,且新用户年增长率将达到 20%。

激进的挑战者

这些已经把公司的品牌烙在了消费者心中。对竞争对手而言,亚马逊一直不断地变为挑战者。它甚至对电路城和 Borders 等零售商的破产起到了

推波助澜的作用。

去年,亚马逊变得更加激进。在去年 12 月的一个星期六,这家公司向购物者提供了一份令人注目的服务。当用户使用亚马逊免费的 Price Check 比价应用,并只要利用 Price Check 在实体店内对比商品价格,并在应用中下单,亚马逊就会为该用户提供 95 折优惠,最高额度为 5 美元。虽然有报道称,就在那个周末 Price Check 应用的使用量增长了两倍,但这同样也招致了强烈的批评,《纽约时报》在一篇专栏文章中就描述这一战术是“焦土资本主义”。亚马逊对此反驳道,“Price Check 应用的目标,是尽可能让消费者接入产品信息、价格信息和客户评论,就如他们在网上能够得到的一样。”

“节俭文化”

对亚马逊而言,节约不仅仅是一个竞争的问题。诚然,亚马逊把“节俭”作为其 14 条原则至上的领导艺术之一。(亚马逊在其企业网站中表示,该公司哺育了足智多谋、自给自足和创新。)这要追溯到 1994 年,当时首席执行官杰夫·贝索斯(Jeff Bezos)刚创办这家电子商务公司,并临时在屋内搭了一个“门台桌”。在亚马逊进行首次公开招股之后,“门台桌”也便成为了亚马逊流行的办公设备。这家公司甚至推出了“门台桌奖”,把该奖项颁布

给能够为公司节省大笔开支和让消费者得到更低价商品的内部员工。(所谓“门台桌”,是指购买一扇木制门,像那种没有摆设孔的空心木门,将一个 4'4" 的支柱平分,以一个莫名的角度,用螺丝将支柱和门连接起来,把它放在程序员们的面前,这就是他们的办公桌,取名为门台桌。)

这种节俭的血液也流入了亚马逊企业文化的其他领域中。2009 年,贝索斯在公司年度股东大会中透露,公司自助餐厅的自动售货机已经取出了所有的电灯泡。贝索斯对此解释说,“每台自动售货机都拥有电灯泡,目的是为了广告更加醒目。”此举让亚马逊每年节约数万度电。这样的活竟然出自于一家当时市值达到了 480 亿美元的公司。

支出大幅增长

当前的问题在于,随着亚马逊的不断成长,该公司能否继续维持低价?去年,该公司斥资 46 亿美元兴建了 17 座新订单处理中心(fulfillment center),这也让亚马逊在当年的运营支出增长了 44%。今年,亚马逊计划继续加大投入,开设更多的订单处理中心,并可能对 Kindle Fire 平板电脑等产品进行更新。许多分析师当前均认为,亚马逊一直在亏本销售 Kindle Fire。部分亚马逊投资人一直对贝索斯的支出感到惊吓。



© 亚马逊首席执行官杰夫·贝索斯:“公司有两种:一种试图多收费,一种则努力压低价格。我们要做第二种。”

亚马逊管理层一直没有回避大规模的收购。也就是说,亚马逊斥资 7.75 亿美元现金收购仓储业机器人厂商 Kiva Systems,而该收购将成为亚马逊第二大收购交易。花旗集团分析师马克马哈尼对此解释说,“通常情况下,降低基础设施成本和渠道成本,是降低高质量、服务和选择成本的途径。”

在短期内,亚马逊的这一举动可能会增加支出,但是它能够进一步合理化亚马逊的运营。换句话说,就长期来看,此举将会让亚马逊在成本上较竞争对手获得优势。市场分析师并未预测亚马逊上述举措将能够为公司长期节省多少资金,但表示此举将极大的降低订单处理所需的成本。花旗

集团预计,亚马逊去年仅订单处理一项便支出了 45 亿美元,相当于该公司年度营收的 9.5%。

营业税之困

这里同时还存在着州营业税的问题。截至目前,美国许多州都没有向亚马逊收取营业税,这也是亚马逊能够在产品价格上更加激进的原因。《华尔街日报》的报道称,亚马逊迄今已采取了一系列措施来避免上缴营业税。许多分析师均认为,亚马逊未来上缴营业税不可避免,这可能会压缩该公司与竞争对手之间的产品价格差距,令其成本优势大幅降低。(无忌)

“心理家园” 为职工打开“心锁”

中原油田天然气处理厂二气厂轴轻烃操作工王利是今年春节过后调到新疆项目部工作的,面对艰苦的工作条件和生活环境,感到很郁闷。3月24日,他拨通了该厂“心理家园”服务热线电话。该厂工会干事、心理咨询师王春梅耐心地给他做心理疏导,打开了王利的“心锁”。

据悉,该厂开通“心理家园”服务热线两个月来,先后提供各类心理咨询服务 59 人次,理顺了职工情绪,凝聚了职工力量。

天然气处理厂有 600 多名职工长年工作在新疆、内蒙古、陕北、普光等外部技术服务市场。由于工作场所地处偏远山沟或荒漠戈壁,职工工作和生活的条件非常艰苦。为帮助职工解决心理问题,该厂开通了“心理家园”服务热线,通过采取普及心理学常识、传授心理调节方法、提供心理咨询疏导、实施心理危机干预等方式,及时为职工舒缓心理压力、解决心理问题。为确保服务质量,该厂专门选派 10 名优秀政工干部及工作人员外出参加心理咨询专业知识培训。其接受专业培训后,担任该厂心理咨询员,轮流值班。

“心理家园”服务热线为该厂职工开辟了一个心理服务“绿色通道”,使职工能够随时敞开心扉、诉说困惑,出现心理问题能够早发现、早疏导、早解决。该厂高级电气技师任道成被评为油田“青年智能员工”。近年,他先后解决生产技术难题 39 个,完成立项攻关项目 16 项,创效 680 余万元,获得各类荣誉称号 20 多个。在获得荣誉的同时,他也背上了沉重的心理包袱,常常因焦虑而失眠。经过该厂心理咨询员多次给他做心理疏导,他消除了心理顾虑,紧绷的神经得到了放松。

此外,该厂积极探索建立心理服务长效机制,制订了心理教育疏导工作基本规范,建立起了心理档案制度,力争做到信息反馈有记录、心理波动有跟踪、心理疏导有措施。同时,该厂组建了心理服务应急分队,每逢职工处于岗位调整、评优评奖、家庭变故等“敏感时期”,及时跟进服务,使心理服务工作实现了制度化、规范化。(中原石油报)



羚锐制药探索企业宣传新途径

适应加大品牌推广和宣传力度,实施品牌战略的需要,近日,国内知名医药上市企业——河南羚锐制药股份有限公司向国内服务用户最多的两大互联网企业新浪及腾讯公司,申请并通过了羚锐小羚羊企业官方微博:新浪微博、腾讯微博。这是羚锐制药首次尝试以新型社交网络平台作为企业的宣传通道。

申请与羚锐小羚羊药品名“lin-

gruixiaolingyang”相同的企业认证微博,不仅是对自有产品和自主品牌的产权保护,更增加了羚锐品牌的认知度,拓展了企业宣传平台的广度,增强了企业宣传的自主性。

微博信息以宣传羚锐制药企业文化,推广羚锐小羚羊小儿退热贴产品功效,进行消费者体验式营销为主题。微博开通后两天,粉丝人数迅速暴涨到千余人,关注者不乏九洲通集团、老百姓大药房等这样的知名医药连锁企业,还包括了本单位的热心职工;借助微博平台举办的“砸金蛋,免费领取羚锐小羚羊退热贴试用装”活动,也取得了意想不到的成功,当日吸引近千名网友参与互动。

据悉,羚锐通络祛痛膏新浪官方微博也同步开通。微博这一平台改变了门户网站

的信息单向传播方式,使得沟通走向了互动时代。企业版微博具有舆情监控功能,可以帮助企业了解社会舆论动向,对潜在问题进行及时沟通与疏导,有效地维护了企业的社会形象。随着微博商业模式的探索,微博电子商务平台也将成为可能,这也为使用电子商务平台提供了更大的空间。(汤兴 许冬)

微博这一平台改变了门户网站

铁路法规宣传 进校园

2012 年 4 月 9 日,安徽淮北矿业集团铁运处保卫分处治安队员正在烈山区洪庄村小学 4 年级(1)班进行铁路安全法规宣传,并使用画图、铁路标示进行讲解。

淮北矿业集团铁运处现有 500 多公里铁路运煤专用线,大多分布在偏远的山区、农村等,铁路沿线的村庄群众的法制意识淡薄,尤其是铁路沿线学校孩子们铁路法制意识更是淡薄,为提高铁路沿线学校孩子们的铁路法制安全意识,保证矿区煤炭运输,铁运处保卫分处治安队员在铁路沿线 400 多所学校、幼儿园进行铁路法制安全法规宣传,张贴宣传图片,深入学校、幼儿园,现场进行铁路安全法规宣传与讲解,孩子们自觉遵守铁路法律法规,避免铁路交通事故。孟德强 摄影报道

好感“安全篇”

“好感”——安全的感冒药

北方的春天,像娃娃的脸,一会儿艳阳高照,一会儿阴雨绵绵。出租车司机老李经不起这天气的折腾,喷嚏、鼻涕接连不断,浑身乏力——感冒了。老婆劝他休息,但他一想每月 3000 元的房贷压力,还是出门了。

因身体不舒服,他开得很慢,走着,走着,车走不动了,堵车了。前面发生一起车祸,两辆出租车追尾,车都撞得变形了,两名司机一死一伤,场面凄惨,交警正在处理。远远地听见死难者家属哭诉:“昨天他感冒了,让休息不听,一早吃了感冒药,就出

门了,可怎么一会儿人就没了?”家属的伤心,让围观者也不免落泪。这时,听见处理事故的交警说:“出租车司机感冒了就要好好休息,不要带病上岗;一般感冒药都含有扑尔敏成分,容易犯困,打瞌睡,反应不灵敏;每年因感冒带病开车造成的车祸比例很高……”

看到这里,老李有些害怕了,他找了个地方将车停下来,闷坐抽烟。烟味刺激着咽喉,呛着他不停地咳嗽、打喷嚏、捏鼻涕,头也开始嗡嗡地痛起来了,唉,这日子……

“老李,怎么不走了?”突然听见有人在叫他,原来是同行小孙。“感冒了,有点不舒服”,老李答。

“吃药了没?” “我哪敢吃药,一吃药就想睡觉,更跑不成了,这感冒药可是我们的职业杀手?”老李闷闷地说道。

“不是所有的感冒药吃了都想睡觉,这鬼天气能有人人不感冒,我也感冒了,吃了见效快、不嗜睡的‘好感’感冒药,照样跑活。”小孙得意洋洋地说。

“还有不打瞌睡的感冒药?”老李

一脸惊讶。

“我吃的‘好感’可是美国畅销的感冒药,早一粒、晚一粒,不仅起效快,不打瞌睡,还把我的过敏性鼻炎治好了,因为它不嗜睡的特点,特别适合我们司机。”小孙解释道。

“吃了不嗜睡,还见效快”,听到这里,老李忙说,“那我也去买几盒,干我们这行,感冒时用‘好感’,就是平安,就是福,就是一切。”

“好感”——安全的感冒药,让出租车司机师傅,天天平安,天天挣钱。(王云清)

玫琳凯 注重公益事业 春雷项目献爱心

玫琳凯中国自 2002 年与全国妇联儿童少年基金会合作发起“玫琳凯中国春雷项目”,至今已在全国援建了 12 所玫琳凯春蕾小学,帮助 3000 多个来自贫困家庭的孩子重返校园。

为了让更多孩子在良好的学习环境下茁壮成长,2012 年 9 月起,玫琳凯中国特别发起“让梦想飞——春蕾班助学计划”,短短半年时间,就有 1289 位玫琳凯中国授权经销商代表和员工积极参与,最终筹得资金 270 万元,这笔善款将用于连续 3 年资助对全国 30 个省 50 个春蕾班共计 2000 名贫困学生提供生活补助。而这不是一笔资金上的捐助,参与一对一助学计划的玫琳凯人承诺,在 3 年里他们将通过见面、电话、书信等形式与结对学童加强沟通和交流,帮助他们树立正确的人生观,将爱传承下去。玫琳凯大中国区总裁麦予甫表示:“回报他人最好的方式就是将一份爱和感动不断地传承下去。一个企业对公益事业的贡献不仅仅在于其本身的参与,更在于在企业里营造爱与感恩的氛围,倡导一种全员重视、热心公益慈善的企业文化。玫琳凯中国举办春蕾班助学计划是希望通过玫琳凯人对春蕾学童长期的关怀和鼓励,帮助他们在儿时就有一颗敢于梦想的心以及正确的人生观和价值观。”

玫琳凯春蕾项目源于 2002 年,20 多名来自云南的销售队伍自发结对捐助昆明女中的 40 名少数民族班贫困学生,玫琳凯中国在了解销售队伍的善举之后,不久就与妇联合作启动了“玫琳凯春雷项目”。近 10 年过去了,最初春蕾班的 40 名学童如今都已长大成人。而春蕾项目在玫琳凯中国的推动下,已经在全国遍地开花,截至目前,玫琳凯中国连续资助了超过 100 个春蕾班、捐资 1201 万元,在全国共兴建 12 所玫琳凯春蕾小学,超过 3000 人次的贫困儿童得以重返校园。于此,全国妇联书记处书记范继英在捐赠仪式上表示,“玫琳凯春雷项目实现了社会公益、企业文化和个人价值三者的完美结合。玫琳凯中国在企业里倡导全员热心、重视、参与公益的企业文化,以企业文化引领和凝聚员工,提升他们回馈社会的意识,并为员工打造通过参与公益慈善活动来实现个人价值的平台。我们对此深表赞赏。”(佚名)

海尔的服务 就是真诚

洗衣机已是现代生活的必需品了,我家里那台服务很久的半自动洗衣机,不仅功能单一,而且早已面目全非,全家人都一致同意换一台新的。在商场我选取了一款以服务和质量著称的海尔洗衣机。在办完手续后我回到家里等待着,时隔不久海尔的安装师傅就提前到了。虽然送洗衣机的师傅还没有到来,但安装师傅来到家里一刻也没有闲着,他们在选取了最佳位置后,仔细地清扫着以前洗衣机留下的污垢,我看在眼里,感动在心里,一时语塞。随后洗衣机送到,他们熟练地安装好了洗衣机,接着仔细地给我演示了该机的操作和注意事项,并且还细致地给我讲解海尔的延保服务。在这次和海尔人的接触中,我看到了海尔的真诚和服务的细腻,使用海尔产品就是享受。(文文)