

市场战略 | ShichangZhanlue

为面对电子商务的大潮汹涌,老牌百货公司北京王府井百货(集团)股份有限公司(下称“王府井百货”)也捺不住性子了。

王府井百货亿元再投网购 誓做传统零售百货业的“电商领军”

王先知

6月18日,在王府井百货2012招商推介会上,该公司宣布,拟投资1亿元构建包括王府井百货官方网站、移动商城、后台业务管理系统、仓储物流中心、客户服务中心等完整的线上经营服务体系,网站的定位是时尚、精品B2C购物网站。

“电子商务的发展势如破竹,发展速度远高于社会消费品零售总额的增速,对传统零售业市场亦造成巨大冲击。”6月21日,王府井百货电子商务销售总监庄帅接受记者采访时表示,在目前的B2C领域,互联网企业占有主要份额,而传统零售百货业在国内在线零售20强中尚未发挥重要作用,对于传统百货,这是挑战,更是机遇。

亿元再投网购

根据计划,域名为www.goonow.com的王府井百货旗下电商平台,计划在年底上线。

庄帅告诉记者,王府井百货多年经营积累的商誉将是王府井电商的一大优势。对于购物网站来说,商品的质量和真伪一直制约其发展。王府井百货已经建立了顾客信赖的金字招牌,在商品的品质上能够提供保



障。

6月20日,记者在前程无忧招聘网站还看到,王府井百货目前正在大规模招聘电子商务人才,职位涵盖采购总监、采购经理、商品筹划主管/专员、网站运营经理、网站资源主管、运营总监、绩效考核主管等。这些职位主要是以北京王府井百货集团旗下北京网尚电子商务有限责任公司的名义在招聘。

对于网购市场,王府井百货董事长郑万河认为,目前,中国电子商务的发展缺乏理性,过于浮躁,希望中

国的电商能找到对消费者、对企业自己,以及对投资者都有利的运营方式,网络购物市场潜力巨大,王府井百货坚决不打价格战。

其实,王府井百货是最早一批开始尝试电子商务的老牌零售企业,从2007年便开始涉足网上商城业务。记者了解到,2010年商务部公布的北京市“电子商务示范企业名单”有凡客诚品、京东商城、当当网、红孩子商城、中粮我买网等14家企业,王府井百货集团属于其中之一,享受国家扶持。

“未来,王府井百货将把大力发展购物中心业态和电子商务业态作为集团‘十二五’规划的重点发展方向。”据庄帅介绍,王府井百货电子商务的核心部分将由集团组成专业团队运营,个别环节会寻求同知名国际专业团队合作。

模式创新是关键

事实上,百货商进军电子商务,王府井百货并不是最早的一家。

截至目前,北京的大型百货商都相继上线了自己的电子商务平台,如新世界百货网上商城、西单商场购物商城、北京城乡网上商城、银泰百货集团连锁在线购物中心等。

但传统百货业触网经历并不是那么的美好。北京工商大学教授洪涛告诉记者,西单商场进军电子商务较早,其在百货业中还算做得可以,但是还是不太理想,他们没有把建网站和实体店有效融为一体,而是形成了一种相互对立的关系,网上价格比较便宜,就冲击了实体店的经营。

不过,作为后起之秀的银泰网自2010年10月份正式上线以来,在百货行业呼声就很高。银泰网由香港上市公司银泰百货重资打造,整合旗下40余家实体商城,定位时尚B2C网站。

银泰百货CEO陈晓东认为,随着市场格局的变化,网购对于传统零售业的冲击越来越明显,从去年起,银泰也尝试建设网购平台,目前网购业务占整体销售额的3%左右,但其增速可达300%,有时一些实体店并不畅销的商品在网络上很吸引年轻客人,可以与实体店形成补充。

传统百货行业触网的出路何在?范艳茹表示,目前百货行业的电子商务还存在缺陷,尤其是人才方面奇缺,做网店和实体店差别还是很大的,百货业在经营模式上还需要继续摸索,需要不断创新。

教授侃道:

洪涛认为,百货行业从整体上来看,触网效果都不是很好,因此如何更好地融合线上和线下的关系,是百货企业需要解决的问题。天猫是一个开放性的平台,只要条件具备都可以在那里开店,但是传统百货行业做的网站比较封闭,主要是上传实体店的东西,这样就导致品种比较少,因此,王府井百货如何把电子商务做成开放的平台,让供应商在其上面开网店是必须要解决的问题,否则还是按照传统的思路做电子商务,找不到合适的商业模式,投再多钱也白搭。

HTC因销售不佳将完全退出巴西市场

据报道,由于市场份额不断下降,台湾手机生产商HTC上周五宣布,该公司将完全退出巴西市场。

一名HTC的发言人称,通过分析销售数据,该公司将“完全关闭巴西运营中心”,停止手机销售并,裁掉许多员工。

今年4月份的一份报告指出2012年第一财政季度HTC北美地区的销售利润同比下降70%。HTC的营收一般来自美国市场,但是苹果iPhone和安卓设备迅速挤占了HTC的利润。4月份末,HTC的CEO周永明(Peter Chou)称,iPhone 4S是HTC在智能手机领域的主要竞争对手。

虽然巴西是一个正在发展的无线通讯市场,智能手机的普及率不断提高,但HTC似乎不能与陆续推出高端机的竞争者抗衡。

有趣的是,周永明最近告诉《华尔街日报》,HTC打算占领新兴市场但是同时不会生产廉价的低端机,而高端机市场已经被苹果和三星占领。

(小川)



传万达将收购《大众电影》社长称谈合作非收购

日前,在大连万达集团股份有限公司的网页上公布了一条信息,称“万达文化集团近期将收购《大众电影》杂志月刊。”而记者向新成立的万达文化集团企划部工作人员核实,对方确认了这条消息。

作为国内老牌的电影杂志,《大众电影》曾是内地影迷了解电影信息的最重要最权威的平台,在上世纪90年代之前,《大众电影》因为风格比较大而开放,曾经风靡一时,杂志发行量曾高达965万册,成为当年国内最畅销的艺术刊物,而且当年那些风光的明星们,都曾经以能登上《大众电影》的封面为荣。中国电影의三大奖之一,大众电影百花奖最初就是由《大众电影》杂志编辑部主办。

对于近期传出的万达将收购《大众电影》杂志,记者向新成立的万达文化集团企划部工作人员核实,对方确认了这条消息。

但是《大众电影》杂志社长胡子光在接受记者采访时表示,《大众电影》杂志社仍然是国有单位,目前的确与万达有接触,但是是在谈合作,而不是收购,与万达的合作目的是为了同一推动民族国产影片的发展,并严格依照国家政策办事。

他表示,万达有实力雄厚的院线,双方都希望能够扩大市场。记者在《大众电影》的网页上也看到,今年第6期的杂志,这半月期的杂志仍然保持了“影谈”“影片”“影人”“影史”等传统的栏目。全彩的杂志版式也是非常的规整,整体以介绍国内电影作品为主,没有任何的八卦消息,某些评论文章还带有些学术的气质。网友们对于万达收购《大众电影》一事也是讨论的相当热烈,网友们纷纷表示,希望万达的血液能让老字号《大众电影》起死回生。

(温飞)

宗庆后赴欧引品牌觅商机 娃哈哈进军百货业

中广网

据报道,早在两年前的一次采访中,“中国首富”宗庆后就说过,国内饮料行业市场发展空间已经不大。而近年来,60多岁的宗庆后亲自下过1000米的矿井,考察国外矿产,几次到澳大利亚考察,准备养牛,但没料到多元化思路中,最快落地的还是商场。

据媒体报道,从本月下旬开始,娃哈哈集团董事长宗庆后在欧洲开始了自己的招商十日游:法国巴黎、西班牙马德里、巴塞罗那、意大利的米兰、佛罗伦萨、那不勒斯、西西里岛等地,先后成为了宗庆后招商引资的胜地。按照宗庆后的想法,目前进入中国市场的主要是欧洲一线奢侈品牌,但实际上许多欧洲的一、二、三线品牌,同样也有着上乘的质量和良好的声誉。这些商品的性价比更高、更

符合中国广大普通消费者的需求。

这次的出击欧洲,宗庆后计划通过两种业态开展经营:一是娃哈哈只做“房东”,在中国各主要城市开设娃哈哈欧洲精品商场,吸引来自欧洲的厂商直接进驻开设专卖店或专卖柜台,欧洲企业可以自主在商场内经营。这样可以集聚品牌效应,在消费者中迅速形成较高的知名度,同时也能让欧洲厂商直接面对中国的消费市场,精确地了解中国消费者的需求。

第二是由娃哈哈作为欧洲品牌在中国的总代理,吸引全国范围内的加盟商在各个城市设立加盟店。宗庆后说,这些欧洲品牌在价格上,必须要有优势,不能到老百姓手里又成了奢侈品。中国市场很大,但希望大家心境平和,在保证一定利润基础上,合理定价。

宗庆后的这次欧洲突围,早在半年前就有些端倪。当时,在接受中央

人民广播电台经济之声记者采访时,宗庆后就表示,自己将进军零售业。

宗庆后透露,为了能够尽快引入欧洲精品品牌并在中国迅速推广,而且规避双方的风险,娃哈哈计划于11月中旬在杭州举办一次欧洲精品展销会,吸引中国国内的加盟商来看样定货,同时娃哈哈将举办二十五周年厂家及经销商大会,届时将会有15000人的经销商及80个地方政府代表团与会。

宗庆后宣称,他已经投入了10亿资金来启动娃哈哈商城项目。未来3年,他还会投入100亿。资料显示,2011年,娃哈哈集团以679亿元营业额和123亿元的利润位列中国民营企业第8位,纳税第5位。

从瓶装水的生意,继而成为中国的饮料大王。一向精而专的宗庆后,为何要做百货业呢?广东商学院流通

经济研究所所长王先庆表示,宗庆后多元化发展,是不得已而为之,因为饮料行业的利润在下降。

王先庆说,他之所以这么做,我想还是基于现在整个制造业的利润下降得太快,或者说竞争已经趋于饱和。而看到零售业搞得风生水起,尽管现在竞争很激烈,但仍然还是一团火热的热土。

在王先庆看来,宗庆后选择进入百货业好处多多。不光可以完善产业链,还可以通过商业地产来保值增值,百无一害。

现年66岁的宗庆后,42岁才开始创业,花了20多年时间,宗庆后打造出如今这个拥有550亿元营业收入的庞大企业。此次选择进军零售业,宗庆后坦言,也是为了接班人做准备。宗庆后的女儿宗馥莉已经开始在河南开建以娃哈哈命名的Shopping-Mall计划。

转变中发展 转变中腾飞 ——浅谈成都航空基层党建工作

董卓

伴随着成都航空公司重组、发展的契机,公司党委提出了“两个转变”,即:从民营企业转变为国有企业、从一家一般意义上的航空公司转变为承担国民机发展战略重任的航空公司。而如何在转变中求发展,在转变中求腾飞,如何将党建工作融入到转变中,就成了我们需要面对和解决的问题。

航空公司是集资金密集型、人才密集型、技术密集型为一体的企业。而其中人才的作用是尤为突出的,为此,本文将着重从人才队伍建设的角度,探讨成都航空的党建工作如何融入企业的“两个转变”,推动企业发展。

一、公司“两个转变”的挑战

公司的“两个转变”不只是改变组织机构、业务流程、技术规范等,企业价值观、员工思想态度体系等与人相关的组织文化,才是我们转变的重中之重。从这个角度来看,当前公司“两个转变”的关键在于“人”,做好培

养人、激励人的工作,也就成了转变的关键所在。

而发挥党建工作优势,使员工改变思维模式、调整行为习惯、提升知识技能,主动投入到企业两个转变的发展潮流中来,是做好“两个转变”的重要途径。

二、公司党建工作亟待解决的问题

公司党建工作的目的在于为公司“两个转变”提供牵引力,通过凝聚党政工团的合力,有机整合各方资源,合力打通转型之路。

通过对公司员工进行调查了解,归纳分析目前公司“两个转变”推进过程中集中反映出员工在思想观念上、行为习惯上、工作生活的实际问题均或多或少地出现了问题,诸如:信心不足、怀旧情绪、主动性不足等等。

三、公司党建工作的探索

公司在“两个转变”的过程中,综合各方力量,采用党政工团资源共享、优势互补的方式,充分发挥党建工作的优势,变挑战为机遇,以务实

创新的精神推进了企业的和谐发展。

(一)变观念变出企业凝聚力

人的观念是最根深蒂固的东西,只有员工理解、认同并主动适应转变,才会事半功倍。在这个问题上,充分发挥公司党建工作的优势,从以下三个方面引导员工,以增强员工的凝聚力:

1、树立“安全至上”的服务理念。针对航空公司运营的特点和要求,大张旗鼓地宣传安全运营的重要性和“两个转变”的必要性,使员工牢固树立安全至上的服务理念。

2、让员工正确理解转型的内容。发挥党工团联合团队的作用,积极了解员工的思想动态,深入开展宣传教育,让广大员工充分理解“两个转变”的实质。

3、改变员工思维模式和行为习惯。公司通过《成都航空报》、《成都航空》杂志、讲座等,引导员工从民航业和公司全局的高度看待公司“两个转变”,改变思维模式和行为习惯。

(二)规制度规范员工行为

没有规矩不成方圆。必须提高管理制度的规范性与有效性。为此,公司专门就规范化管理工作成立了专项工作组,并且专门聘请了行业内的专家全程参与并进行评审。在事关全局、事关员工切身利益的制度,比如绩效考核办法、工资改革方案等,认真组织宣传讨论会,并通过职代会充分讨论,将之转化为员工的共同意愿,充分调动了全体员工的积极性,更好地发挥了绩效考核的导向和激励作用。

(三)带队伍带出员工战斗力

1、加强领导、干部作风建设。公司每周组织召开生产办公例会,遇事集体研究、集体决策;党政工团各项工作同步推进、同步考核,做到生产经营与发挥堡垒作用同步、行政管理与党务工作共进。

2、加强党员队伍的建设。开展创先争优等各项活动,塑造党员先锋模范形象,提高党员队伍执行力;强化党员先进性,通过各支部开展丰富多彩的各项主题活动,以实际行动奏响了“党员带头工作,努力实现转变”的号角。

3、加强员工队伍的素质培养。通过创建“学习型班组”、各项专业培

训,有针对性地帮助员工掌握实际工作中的各项技能;通过开展拓展培训等各种培训活动激发队伍活力,使他们在公司“两个转变”中脱颖而出,成为企业发展需要的优秀人才;通过新员工培训,增进新员工对公司的全面了解和增强对转型发展的信心。

公司自2010年重组以来,安全运营、经营业绩、组织建设等各项工作成绩斐然,公司员工斗志昂扬,对企业在“两个转变”指引下的快速发展充满信心。党建工作在企业快速健康发展和“两个转变”过程中焕发出旺盛的生命力,有效推动了企业的发展。

协办单位:

海南亚洲制药有限公司

董事长 楼金

总经理:

地址: 海口市国际商业大厦12层

电话: 0898-66775933

传真: 0898-66700763