



经销商生存状况调查

相比 2010 年比亚迪大规模的退网风波,最近广汽本田部分经销商的退网更让人感到震惊。一直靠 B 级车不老神话雅阁支撑利润空间的广汽本田,不知让多少经销商获得了丰厚回报,而如今却被曝出经销商卖出一辆雅阁就要赔本 1 万元,导致其无法继续经营。

广汽本田正在上演的经销商退网事件,正是目前中国车市竞争惨烈的真实写照,也是目前经销商生存状态的反映。J.D.Power 咨询公司最近发布的报告显示,去年国内处于盈利状态的汽车经销商仅 63%,而这一比例在前年还是 81%;同时出现经营亏损的经销商占比则从前年的 9%猛增至去年的 20%。在中国汽车市场尚处于增量市场的情况下,汽车经销商的生存现状令人担忧。

马太效应

中国汽车市场销量急速放缓的压力正被迅速传递至经销商,在强大的压力下,“强者愈强、弱者愈弱”的“马太效应”尽显。

中国汽车流通协会公布的数据显示,2011 年度营业收入达到百亿的经销商集团已达 21 家,2010 年和 2009 年仅为 13 家和 11 家。而百亿集团销售额占整体百强汽车经销商企业的六成,他们的收入增速为 59%,销量增速为 30%,净利润增长率高达 61%,远高于行业平均水平。这意味着一些规模较小或经营能力偏弱的经销商日子越来越不好过。从这个角度看,未来经销商之间“大鱼吃小鱼”的现象将愈演愈烈。

扩张恶果

除了汽车市场销售放缓导致的经销商竞争加剧外,汽车厂家过度扩张网络也被业内认为是造成去年许多经销商盈利出现下滑的一大原因。

2009 和 2010 年超出预测的井喷增长,让各大汽车厂家纷纷加快了经销网络的扩张步伐。盖世汽车研究院的研究人员表示,由于《汽车品牌销售管理实施办法》并没有限制汽车厂家在同一地区布置经销网点的密度,这导致一些汽车厂家在大城市无节制布点,损害了经销商的利益。而在 2011 年市场销售放缓之际,使得一些有增长依赖症的经销商企业的短板毕现。

出路何在

目前国内经销商盈利水平之所以受市场销售波动较大,其重要原因之一就是过分倚重新车销售带来的利润,而汽车维修、保养、金融和保险等综合贸易服务发展尚不成熟。

根据中国汽车流通协会公布的数据,2011 年国内经销商总体营收中整车销售业务占比高达 88%,而在西方成熟的汽车市场,例如美国市场,其经销商的毛利润约有 60%是来自服务维修以及金融保险等业务。这样的利润结构使得美国经销商抵御市场风险的能力更强。

相关专家表示,目前中国汽车经销商的利润结构已经开始发生改变,但速度依然较慢。在中国汽车销量走低的形势下,经销商的转型又显得十分急迫,可以预见的是,未来经销商的重组和洗牌将不可避免。

(摘自《北京晨报》)

“消费返利”骗局调查

随着福州谊生科技发展有限公司(下称谊生公司)运营的百分百返利商城一夜之间崩离析,风头正盛的以“消费返利”为幌子的网络传销带来的冲击波正在扩大。

“消费返利”为经营方式的企业组织已达 2000 多家,“消费多少全额返还”的企业近 1000 家。

“‘消费返利’行业存在大量的投机行为,为投机取巧者提供玩金融传销的土壤。”邹凌波说,“更有甚者,就是纯粹的金融传销、网络骗局。”

野蛮生长

谊生公司风波绝非个案。就在谊生公司案发期间的 5 月 30 日,深圳警方破获“幸福缘”全国网络传销大案。“幸福缘”全称为四川省幸福缘农业开发有限公司,其全国传销涉案资金高达数亿元。

记者了解到,仅在福建南平市下辖的武夷山市,除谊生公司的“百分百返利网”,还活跃着“万家购物网”、“返本一百”、“易联盟”等名目繁多的所谓消费返利高回报“钱生钱”游戏。

事实上,2011 年以来,消费返利在福建已成为十分热门的“生

意”和“投资”。据当地媒体报道,仅在福建经济最活跃的泉州市,就有近 1600 家商家加盟一个名为“万家购物”的返利网站,涉及百余行业,而消费者参与这种模式,以购买一辆 4000 多元的电动车为例,消费者就可分 500 天获得 3500 元返利。

“许多人受到高额利润的诱惑,开始动用巨资,利用亲戚朋友炮制虚假交易和假订单,并将相对应的佣金付给‘万家购物’,将价格极低的商品高价卖出,拉高营业额后套取相应的返利。”泉州一位“万家购物”加盟商透露。

邹凌波认为,“消费返利”模式从 2010 年的“星星之火”,已发展到如今的燎原之势,充分说明这类模式发展之迅速,且大部分偏向于炒作和投机,并逐渐演变为“空对空”的资金游戏。

合法注册下的致命诱惑

从谊生公司运营的百分百返利商城崩盘可以看出,如此漏洞百出的圈钱模式,在超高利润包装下,竟一而再再而三地迷惑众多人群。

“从参与人数、卷入金额和涉入区域分布情况都可看出,‘消费返利’模式如不加以监控和引导,危害绝不低于其他类型传销,甚至短时间内会超过其他类型传销。”邹凌波表示。

调查发现,近两年来,“消费返利”的经营方式以“不但省钱还能

返利”、“消费多少返多少”等宣传口号,逐渐成为投机者的新宠。

“为何返利网站多如牛毛?只要花 120 元即可做一个返利网站。”邹凌波说。而运营这种模式的主体都是经过合法注册的电子商务公司,所以在其市场推广过程中,商家、会员、消费者都对其具有较高的信任度,且前期公司运行并不会出现资金崩盘,会员都能得到返利,致使消费者减少质疑,拼命发展推广。

以“享利宝”为例,今年 5 月 11 日,有人向上海市工商局咨询“享利宝”的返利是不是真,有没有存在欺诈?工商局的回复是:上海工商官网“企业基本信息查询”中可查询到本市已合法登记注册的企业信息。对于一些公司承诺会有返利或者有回报等情况,建议投资者提高警惕,这种诈骗案件实在太多了。

“‘消费返利’经营模式具有比以往传销发展速度更快的特征,会员制‘线上推广+线下发展’的综合运用,既借用了互联网的快速传播及无地域限制,又通过会员和商家线下的推广,每个加盟商家都可以将其消费顾客发展成为下线。”邹凌波认为。

据联盟调查监测,目前参与“消费返利”的人员层次多样,有传统行业的大老板,也有高学历的知识分子,大部分人都想通过这种方式投机获取高额回报。

(摘自《21 世纪经济报道》)

创业后才知道的十大秘密



关于创业有一个小秘密,那就是:创业是件很痛苦的事儿,并且会让创业者不得安宁。越是伟大的创业想法越是会带来挥之不去的痛苦,让创业者彻夜难眠。只有在创业思路逐渐明朗成型后,痛苦才会稍微减轻一点。但是创业者所要承受的困扰,付出的汗水甚至流下的泪水却不会就此结束。在痛苦的创业过程中,创业者应该了解以下几点内容,以期可以让创业之路轻松一些。

一、“优秀的艺术家靠借鉴,伟大的艺术家靠‘窃取’”

先不要急于反对,听我把话讲完,不是所有伟大的创业理念都是原创的。推特可以说是微博的一种,但在推特成立之前,很早就已经有人在脸谱上这样做了,而且比这更早些,人们在图片上加上说明文字,可以看作是当时的推文。

诚信领导力有两重意思

第一重是正直,但中国传统的源远流长的厚黑学的本质就是做痞子加奴才。第二重是胸怀,但中国的大环境却要求人们讲究城府、胸有丘壑,城府和胸怀常常是矛盾的。所谓口蜜腹剑、含沙射影、阳奉阴违,都是城府而不是胸怀。

曾国藩和李鸿章都是枭雄人物,后人也时常将这二人相提并论。曾国

问答网站 Quora 是一种新形式的论坛;百事可乐是另一种的可口可乐;温迪快餐(Wendy’s)是新版本的麦当劳;iPod 就是新款的 mp3 播放器。明白我的意思

了吧?如果你的创业想法、服务或产品并非完全独创,这并非什么大问题。你的经营方式才是重点。

二、“目标明确”

很多年轻的创业者可能有 10 个不错的创业想法,但是创业者应该只关注其中一个。创业者不要像杰克·凯鲁亚克(美国“垮掉的一代”的代表人物)的作品风格一样随意,并且不要輕易将注意力从一个目标转向另一个目标。

三、“地理位置至关重要”

地理位置不仅仅只对房地产重要。如果创业者希望目标客户能够很快了解公司的存在,那么公司的地理位置就要存在与客户群相关的区域内。如果创业者经营的是一家户外用品公司,那么将公司设立在田纳西州就是自然而然的

事。如果创业者希望能够在行业中与大企业抗衡,那么就将公司设在这些大企业还无暇顾及的某个小城内。

四、“数字比文字更重要”

如果创业者正准备花几周的时间撰写一份商业计划书,那么我认为这实在没有必要。商业计划更应该是一份数据详实的表格,而不是一份由文字堆砌的文稿。计算出相关的经营数据,远比陈述你将如何利用社交媒体重要得多,所有诸如此类的内容都会随着时间的推移而发生变化。所以,目前应当将注意力放在数据上。

五、“一步到位”

不要想着走捷径。例如,不能因为工资低,就聘用没有经验的平面设计师。当他们提交的平面设计一团糟时,你还得找人将工作重新做一遍,而因此为一份工作付双份的钱,就更别提因此而浪费掉的时间了。

六、“销售额不是最重要的”

销售额不等于现金流。在资金有限的情况下,现金流才是公司生存的必要条件。

七、“员工要不仅能工作,还要能创造价值”

初创公司所聘用的员工不仅要符合工作岗位的能力要求,还要能够为公司创造附加值。最关键的

创业初期,有能力的创业者是会不会在用人方面总考虑节约的。

八、“最麻烦的客户是你最好的老师”

比起溢美之词,客户的抱怨和投诉总能够让创业者学到更多的东西。因为你刚刚起步,你的很多朋友、家人和同事不愿意对你讲那些看似冷酷的真话,但是你的客户可以。

九、“做商业计划之先先做好生活规划”

创业者应当将个人财务和公司财务划分开来管理。在开始创业前,要先保证你的个人生活不会出现问题,否则你很难取得成功。创业者可以通过贷款解决公司运营资金的需求。创业是为了生活得更好,而生活不是为了更好地创业。

十、“当进则进,当退则退”

最后,创业者要设定好退出策略,可以选择转让、出售公司或者独立经营。创业者也一定要知道何时该进,何时该退。

金钱未必就能让你生活幸福,但是出于某些原因,每个人又都希望自己能够通过努力做个有钱的人。创业可能会让你整晚失眠,暂时感到非常痛苦,但是一旦公司业务发展有所起色,生活会因此变得更加幸福和成功。

(摘自《投资界》)

老外的道德生意经

如今的中国,外语几乎成为年轻一代事业上要有所成的必需品。正因如此,外语的培训市场也一度成为掘金的蓝海。在争夺这场盛宴的同时,乱象丛生,这个培训市场也需要“道德”的生意经。

华尔街英语创始人李文昊,今年 73 岁,他更喜欢谈《道德经》。李文昊告诉记者,“我觉得《道德经》涵盖了为人处世所有的智慧,所以我觉得不管是做人还是做公司都受到很多的启发。”不过,目前依然火爆的培训市场则没有太讲究道德,比如虚假宣传、缩短学时、恶性竞争等不时见诸媒体,不少屡屡被提及的“外教”可能也只是个过渡的临时工,或者也不是来自英美这样的发达国家,而是来自他们曾经的殖民地。

而在少儿外语培训中,问题也层出不穷。据德勤 2010 年发布的《教育培训行业报告》预测,未来几年,中国的少儿英语市场将以每年 12%的速度增长,家长每年的投入将高达 140 亿元。也正是如此巨大的蛋糕,吸引着众多“掠食者”,教学方法的抄袭与模仿则很常见。像首创于贝立兹的“全盘浸入式”教学法,早已见诸其他培训机构,甚至“克立兹”这样的名称也被“山寨”着。

李文昊也遇到有公司想“山寨”他们的英语培训方法,“为什么这些人会去复制我们的方法呢?他们主要是为了赚钱,而且有这样一个非常大的,也是这个行业里面的竞争对手,这里不方便提它的名字,他们也雇用一些之前我辞掉的人,其实这些人我觉得他们的能力有问题,为什么竞争对手还会用呢?就是因为他们更了解华尔街英语的方法,虽然被我辞退,但是仍然有竞争对手愿意去用这些人。”

虽然“并不特别在乎竞争对手的所作所为”,但李文昊也强调,在这个教育行业,如果你是做一些欺诈或者有恶意欺骗学员的行为,就是非常严重的问题,因为你欺骗以学习为目的的人,其实你欺骗的是他的梦想和未来,你毁掉的是他的希望和他的人生价值。“他们在复制我的产品,所以他们永远落在我们后面。”李文昊自认为是一个教育家,也不会考虑上市的问题,“我的哲学和理念,更多地不是从商业的角度来考虑。”

不过,这种理念并不代表没有给他带来财富。如今,这个品牌在全世界 28 个国家一共开设了 450 个语言培训中心。华尔街英语在中国一年的营业额就数以亿计。当然,李文昊的“道德经”不仅仅在于道德批判,他还从中找出了生意经。比如华尔街英语在开拓市场方面,所善用的就是《道德经》里“将欲取之,必先予之”的智慧。

(摘自《第一财经日报》田享华周重志/文)



最强大的领导力在内心

藩一世英明,最后却毁在天津教案。其实他在处理这桩案件的时候,还是秉持了很多做人的原则,结果却是吃力不讨好、“积年清望几欲扫地”。

李鸿章被调来接替曾国藩的职位,曾问他今后如何与洋人打交道,李鸿章答道:“门生也没有打什么主意,我想,与洋人交涉,不管什么,我只同他打痞子腔。”曾国藩听了,以五指捋须,良久不语,徐徐启口说:“呵呵,痞子腔,痞子腔,我不懂得如何打法,你试打与我听。”李鸿章一听老师对答话不满,连忙改口说:“门生信口胡说,错了,还求老师指教。”曾国藩又是一阵捋须不已,并久关注视李鸿章,说道:“依我看来,还是用一个‘诚’字,诚能动物,我想洋人也通此人情。虚强造作,不如老老实实,推诚

相见,想来这比痞子腔总靠得住一点。”

历史对曾国藩和李鸿章的评价并不在一个层次上。李鸿章的痞子腔造成的后果也很悲惨。英法联军后来打到中国来烧掉圆明园,就是为了报复清政府在“巴夏礼事件”中的不讲信用。

为什么“诚”如此重要

西方对诚信领导力的研究发现,伟大的领导者都要用现实考验自己,理解自己,发现自己的价值观、人生愿望,然后影响身边的人。坚持真诚是提高他们领导效力的良方。

为什么“诚”如此重要?某种意义上与我们的面部表情机制有关。人的面部有 43 块肌肉,做 43 种动作,总

共有 1 万多种组合方式。但大多数人能够有意识地表达、描述出来的表情大概只有二三十种。其余大多数要凭直觉判断这个人真诚与否。这种直觉,在某种意义上是进化的结果,是一种非常有意思的大脑处理信息的能力。所以,不管那些“扑克牌脸”多么高深,都掩饰不了“微表情”。

值得一说的诚信企业家

诚信领导力方面,有两个国内企业家值得一说:马云和任正非。马云怎么样用外圆内方的方式,把阿里巴巴做到今天的规模?实在值得我们去好好琢磨。他还创造了两个世界第一。首先,陪他睡地板的人数第一。其次,和创业团队同甘共苦的年数第一。

任正非则很善于把自己成长的

背景与员工和社会大众去分享。那篇《我的父亲母亲》感动了很多。他在 2008 年公开了自己在华为持有的股份,不超过 5%。对于企业的创始人、灵魂人物来说,这个股份是很少的。

美国的一个著名心理学家和韦尔奇打过交道。我问他,韦尔奇沟通的威力到底来自哪里?心理学家告诉我,韦尔奇沟通的秘诀在于,他跟任何一个人说话的时候,他就把这个人当做全世界、全宇宙中唯一关注的对象,用真诚去沟通。

所以一般人说起管理,都是向外去寻求方法、技术、工具,但从诚信领导力的角度,你要先把自己丢掉的本心找到,要向内去寻找。最强大的东西永远在你内心。

(摘自《商业评论网》肖兴兴/文)