

策划词

德勤中国消费与运输行业全国领导人龙永雄表示,电商价格战是在特别时期引发的特别事件。“家电零售行业太过辛苦,正处于被迫要通过价格而拉开竞争的时期。”“在亏损的情况下打价格战,对有些企业是危,而对有些企业是机。”龙永雄说,“电商希望通过价格战争打击对手,再慢慢提升盈利空间。”

B 价格大战 多方喊话

此外,16日,京东 CEO 刘强东延续了之前积极攻势。一早,他就在微博上宣布,“没有耐心陪着苏宁 10 元 10 元的降价了,17 日上午 11:00-12:00,直接发放 2000-300 和 3000-500 的大家电优惠券。”刘强东还表示,“已经在 8·14 之后下单的用户,无论是否付款,都将获得一定补偿。”

其他电商继续跟进。当当网 CEO 李国庆称,愿意配合国美将电子商务定位到零售业补充地位,期待“国美大家电采购价格优势转化为当当网的优势”,称“线上电商要甘心扮演为线下实体零售擦皮鞋的角色。”当当还以 3C 家电单品为主,打出低于京东价的口号迎战。

今年 3 月,当当和国美完成合作框架签署,当月末当当进驻国美开卖家电。

苏宁易购李斌:促销活动不能靠玩噱头,只说不做,只有消费者认可的真实实惠才是根本,17 天的市场表现已经充分证明一切。

北京国美总经理刘永刚:这一次京东破坏了整个上下游的供应链,我们是师出有名,供货商没有埋怨理由。

当当网李国庆:在大家电竞争中老刘嘲笑当当网是擦皮鞋的,有道理,战略合作,优惠顾客理念一致,国美大家电采购价格优势转化为当当网的优势!我愿意给国美擦皮鞋,只要这个理念共识不破裂,我甘愿在大家电领域挣擦皮鞋的钱。

华西村官员称多年投资从未失败 金牛升值近 1 亿!

“有人说我吴仁宝说空话,我从来不说空话,只说真话……”后来,我也反复考虑,怎样才能做到人家讲的说空话。我看,现在确实可以说了。因为华西发展了,购买了两架直升飞机。村民和游客可以坐着飞机到空中讲话,这就是说‘空话’。

7 月 15 日,“纪念邓小平南方谈话 20 周年暨影响中国改革 20 年 20 人论坛”上,华西村前党委书记吴仁宝受邀发言。演讲中,他对华西村试水“航空旅游”一事颇感自豪。

7 月 26 日,华西村组建的通用航空公司通过民航局审定,正式开航。这是国内第一家村办航空公司,而且,截至目前,全国尚无低空航空旅游的成熟案例。消息一出,坊间再度热议,质疑与赞誉裹挟而来。

天价大楼助推产业转型?

仅从账面上看,华西南新村交出的成绩单足以“傲视群雄”。据披露,2002 年—2012 年,华西共上交税收 57.64 亿元,老村民人均每年交税 32.51 万元,同时,10 年来,该村共积累可用资金 21262 亿元,人均每年 111992 万元。不过,这个全国最富村也常常陷入争议。

2011 年 10 月,耗资 30 亿的华西“增地空中新农村大楼”竣工。这栋建筑物高达 328 米,与北京最高的大楼

电商价格战蔓延至苏宁国美实体店 国美称接受价格举报

A “战火烧到线下是好事”

16 日,苏宁国美均表示要以不同形式实现线上线下产品同价。电商价格战的战火由线上蔓延至线下。

此前,苏宁电器对电脑通信产品实行线上线下同价,传统家电并未纳入线上线下同价范围。

16 日苏宁电器宣布,除了电脑和通信类产品,北京地区的传统家电畅销品牌型号也将实行线上线下同价。

“战火已经从线上燃烧至线下了。”苏宁北京市场部相关负责人表示,“这是好事。”

至于这场价格战是否对供应商有影响,苏宁电器北京市场部相关负责人表示,定价权还是在供应商手里。苏宁作出线上线下同价举措并不是临时的,在一个月前就与供应商沟通过了,双方共同承担促销的返点。

C 分析 “价格战是一场残酷淘汰赛”

中国连锁经营协会认为,价格战结果必然导致一大批企业淘汰。

17 日,德勤和中国连锁经营协会联合发布《中国零售力量 2012》报告,“电商价格战”成为当日发布会上的热议话题。

德勤中国消费与运输行业全国领导人龙永雄表示,电商价格战是在特别时期引发的特别事件。“家电零售行业太过辛苦,正处于被迫要通过价格而拉开竞争的时期。”

德勤中国消费与运输行业华北区领导人刘劲柏表示,如今摆在每个家电销售企业面前的现实问题就是,如何寻找新的利润增长点。

报告认为,销售额增幅回落已成为家电行业面临的共同挑战。

E 相关链接 女装电商 让设计师帮你挑衣服

电商应该怎么做?大打价格战,或是靠大佬网上炒作?

美国电商网站 CakeStyle 只卖时尚女装,它并不打算和亚马逊等巨头比拼价格,而是希望通过帮你挑选最新潮、最适合的衣物,博得消费者的青睐。

CakeStyle 的模式是:该公司首先通过电子邮件或电话向用户询问

根据苏宁电器提供的数据,截至 15 日 18:00,苏宁易购网站访客数比去年同期增长了近 10 倍,页面浏览量增长了 12 倍,而整体销售规模则同比增长了 10 倍。

北京国美总经理刘永刚对记者表示,将采用“网上比价,店内下单”。全线产品都将参与与京东的大战,全国如此,线上线下将实现同价。

国美还称,接受价格举报,一旦举报店面价格高于京东商城属实,将对消费者奖励 1000 元。

京东表示,未来价格战将成为常态;当当网跟进价格大战。在“雷声大雨点小”的质疑声中,电商价格战进入第二天。16 日,针对“送货迟缓,缺货频发”等网友质疑,京东向记者回复称,由于 8 月 15 日销量火爆,京东出现部分大家电商品缺货的情况,目前正在全力进行补货。

与此同时,以京东商城为代表的电子商务企业对传统家电零售企业构成威胁。

自 2008 年上线以来,京东商城家电零售业务始终保持高速增长,增速远超已趋成熟的家电连锁卖场,以互联网为代表的家电行业新营销渠道在成本、效率和用户体验等方面的诸多优势正逐步得到体现。

和传统的家电连锁卖场相比,在线零售企业不需要实体店面和大量门店销售人员,因此在房租成本和人工成本两方面都占据了巨大优势。

龙永雄认为,“家电零售行业太苦,正处于被迫要通过价格而

京东回应质疑。“价格战”以来,多方消费者在网上反映,京东和苏宁易购上相同产品很少,根本无法比价。还有送货迟缓、缺货现象发生。此外,不少消费者感觉网上大家电的价格其实并不便宜。

针对上述质疑,16 日京东称,由于 8 月 15 日销量火爆,京东出现部分大家电商品缺货的情况,目前正在全力进行补货。

京东认为,未来,价格战将成为常态,线上渠道将成为消费者购买大家电的主流渠道,呼吁广大消费者去网上购买大家电,因为线上渠道价格更低,同时消费者无论在线上还是线下渠道购买大家电,配送、安装和售后都是由第三方公司承担,因此服务完全相同。

至于网上大家电便宜不便宜,京东称要用数据说话。

拉开竞争的时期。”

不过,电商目前的日子也不好过。目前,网络零售全行业处于低毛利,亏损状态。中国连锁经营协会此前发布的《2012 传统零售商开展网络零售研究报告》显示,中国电子商务的爆发性发展,主要来自资本推动,而非盈利驱动,主要策略是以低毛利、亏损抢占市场。

龙永雄认为,电商价格战是在特别时期引发的特别事件。“在亏损的情况下打价格战,对有些企业是危,而对有些企业是机。”龙永雄说,“电商希望通过价格战争打击对手,再慢慢提升盈利空间。”

(范旭光)

除此之外,用户还可以到芝加哥的实体店与设计师亲自会面。

CakeStyle 创立于 2011 年 8 月。对于经常购物的人而言,该服务吸引力不大,但对于那些不喜欢逛街或没时间逛街的女性来说,的确很有吸引力。作为 CakeStyle 在芝加哥的同城邻居,Trunk Club 则采用类似的模式提供个性化男装服务。



D 观点 “实体店好日子一去不复返”

中国电子商会副秘书长陆刃波表示,随着电子商务模式的成熟,家电连锁的商业模式也在发生着改变,但这种改变不会很快。未来的趋势是电商逐步上升,实体店功能发生改变,除了注重消费者体验,实体店也将向线上一样渐渐去电器化,引进更多品类的产品。对于供应商来说,渠道的多元化也将使得其话语权更多,而不是随着价格战丧失话语权。

家电专家刘步尘认为,家电连锁实体店的发展在今年出现了转折,根据国美苏宁上半年财报,净利润出现了下滑,甚至亏损。这说明实体店快速发展的时代已经一去不复返了。一方面是因为电商分流了客户,另一方面是因为如今的商业环境不好。

实体店大规模开店也不现实了,边际成本越来越高。在一二级市场,门店的覆盖率已经很高了,再开的话很多都是无效门店。而在三四级市场,消费者分散,消费半径大,连锁店进去的成本太高。“实体店跑马圈地的开店模式已经不现实了。” (刘兰兰)



CakeStyle 刚刚融资 100 万美元。这笔投资来自 Sandbox Industries 旗下的 Sandbox Advantage Fund。该公司表示,将利用这笔钱增强品牌认知度,并向美国更多女性推广该服务。 (书聿)



不少帮助。

以宁夏的华西村为例,当时,由吴协恩带队,我们和当地原住民一起改造盐碱地、植树、建房、在贺兰山脚下从无到有,“造”出了一个村子,而且,还教他们办企业、做生意。此后,在建村十周年时,我们把整个村移交给了当地,彼时,那已是一个“十亿元村”。

记者:近几年,你们在“带动后富”上还有哪些投入?

赵志荣:2001 年,江苏省调整行政区划,划拨了四个村给华西,此后,越来越多的“周边村”羡慕并村后带来的实惠,纷纷要求加入华西。近几年,我们的精力集中于发展大华西,把大华西建设好,对外扶持这一块也就没有太多的新的考虑。

(2001—2002 年,华西村分批合并周边 20 个村,组建“大华西”。这一区划包括 35 万人口,面积 35 平方公里,而原来的“小华西”只有 0.96 平方公里。尽管并村时,“周边村”几乎都是全票支持,但此后,有报道指出,这部分村民认为,他们的福利、待遇与华西的村民存在较大差距。记者注)

第 华西村是否考虑过与中西部对接

记者:既然如此,华西村是否考虑过与中西部对接,先富带动后富?

赵志荣:实际上,上世纪 90 年代初,我们就开始进入中西部扶贫,在宁夏、黑龙江等地都建立了华西村,也一直为苏北的几个友好村提供了

机。

据介绍,开航初期,华西通用航空的主业是为村内旅游提供增值服务。目前,“空中看华西”的收费为每人每次 1000 元,全程 15—20 分钟;“包机”的定价则是 6 人座机型 3.5 万/小时,8 人座机型 4.5 万/小时。

不过,以空中旅游充实旅游产业的做法在不少人看来“过于轻率”。中投顾问交通行业研究员蔡建明就认为,高额的消费必将使得空中旅游成为“少数人的乐园”,盈利前景堪忧。

“低空观光旅游只是我们的项目之一,关键是要走出去做业务。”据上述官员透露,华西通用航空已计划开发飞往山东青岛的“北线”以及到达福建鼓浪屿、广东广州等地的“南线”。

除此之外,华西村还考虑将在 5 年内培训百名飞行员。

华西村要“超时代俱进”?

记者:华西村周边的交通非常便利,不存在北京、上海等地的堵车问题,而且,即便华西村村民富有,会有直升机出行的需求吗?

赵志荣:关键在于如何定位。我们主要是看准了目前的机遇,提前进入低空领域,今后,国家一旦完全放开,我们就比别人早行一步,相关产业也可以带动起来。准确来说,我们

德国企业成功的秘密武器：家族控股

编者按：正如弗雷德里克·艾伦在《两倍工资两倍产量：德国汽车工业如何做到?》这篇文章中指出的那样,工会与雇主的合作在德国工业领域的成功中发挥了重要的作用。然而这只是广阔图景的一部分。

博世公司创始人奠定的企业基础就在于你身后的博世洗碗机。

德国企业的成功还有什么秘诀?

大多数知名德国公司都集中在工程和制造领域,这些行业要求企业对机械、研究和开发投入大量资金,但却无法提供提供巨大的投资回报。由于销售利润率通常低于 10%,这些企业必须采取战略性方针,期待产生长期利润,而不是寻求快速回报。

对华尔街分析师来说,这种做法似乎并不恰当,但是从近年来德国就业机会和出口增长的数据来看,他们已经找到了一种成功的模式,既让企业获得利润,也给社会带来广泛的效益。

这些企业能够避免迎合那些让许多大公司苦恼不已的短期股东,因为德国公司采用了一种独特的所有权结构。为众多成功的德国公司,比如麦德龙、厄特克尔集团、费森尤斯集团等都是家族控股企业,因此不会受到当前市场需求的束缚。

根据伯恩中小企业研究所(IIFM) 2012 年的报告显示,德国有 4,400 家营收超过 5,000 万欧元的大型家族控股工业企业,这些企业占 2011 年德国出口总额的 43%。在 85% 的这些企业中,至少有一位家族成员在董事会表现活跃。这清楚地体现出,所有权和管理集中在这些公司的重要性。此外,研究发现,这些企业内部的主要管理理念确保了家族企业性质,以及有着长远目标的发展方向。

当然并不是所有的知名德国公司都是家族控股。但是即便是那些并非由家族控股的公司,也有许多是完全由,或者至少部分股份是由基金会控制着。在过去一个多世纪以来,这种模式在德国非常普遍,基金会不会把资本回报率作为他们的主要目标。社会贡献一直被放在重要位置上。比如说,罗伯特博世基金会拥有家电巨头博世公司 92% 的股份,主要关注长期增长和员工福利。贝塔斯曼基金会持有媒体集团贝塔斯曼公司 75% 的股份,卡尔蔡司基金会拥有传奇性的光学设备制造商卡尔蔡司的全部股份,这家基金会表示,其主要经营目标包括公司经济保障和社会责任。

当然,德国企业也不是慈善机构。就像世界各地的同行和竞争对手一样,利润对他们来说也很重要。然而,他们的持久成功表明,只有坚持长期投入,摆脱强大的外部股东的需求,才能实现良好的经营业绩。

(本文作者是柏林欧洲管理与技术学院(ESMT)主管高管教育的负责人奥拉夫·普勒特纳,他著有《全球市场应对策略研究》一书。)