

B2 | JINGYINGGUSHI | 经营故事

雷军的小米之路



□ 郑实

最近,中国互联网圈子非常热闹,接连几场大战:电商价格战、搜索3B大战,以及李开复老师带头的华人企业界抗击国际做空机构之战。众声喧哗中,雷军多少有些落寞。这几场世纪大战,似乎都没他什么事儿,甚至老对手周鸿祎都不带他玩了。而他整的“小米2代”和“小米1S”,网民们也显得吐槽无力。

但是,谁也不敢断然下这么个结论:下一场,或者下下场互联网大战,依然没有雷军戏份。

每个大佬心中,都藏着一架战斗机。

乔布斯教主驾鹤西归,谷歌突然鲸吞摩托罗拉,让一众互联网大佬们如醍醐灌顶:得终端者得天下。移动互联网时代,不做手机,不把住用户入口,如何混得下去?于是,雷军做了小米,周鸿祎要做“特供机”,盛大、百度要做手机……

两年前,雷军和他几个跟班,一起喝了碗小米粥,就开始了一段奇幻的创业之旅。雷军给公司取名小米,做手机,且只做一款手机。“互联网就是一种观念”,“少就是多,大道至简”,这些话,也不知是不是雷军后来为这个没有营养的命名的自圆其说和深度再包装。

两年后,这家被周鸿祎称作“杂粮”的公司,获得第三轮融资。雷军对媒体说,小米这回估值真有40亿美元了,然后一面很低调地在微博上说:这是小米的运气。

然后媒体做了它们一贯擅长的事:把国内外同行排版论次,结果很是惊悚——“仅次于腾讯、百度、阿里巴巴、网易,名列第五,已然超过盛大、携程等公司”,“几乎接近黑莓49亿美元的市值,同时相当于诺基亚市值的一半”。

显然,雷军对这个效果非常满意,他说,小米高估值因为“脚踏两只船”:左脚互联网,右脚智能手机;依靠的是“市梦率”,而不是市盈率,“梦想有多大,估值就有多高”。

雷军在一次媒体采访中曾经夸口要建立一种“商业宗教的氛围”,毫无意地遭到攻击后,他改口叫“类宗教”。据说,他的“小米2代”发布会上,后排跟着尖叫的那群人根本听不清他台上在说些什么,雷军的呼喊都让粉丝的尖叫盖过去了。去过现场的另一位宣称要做手机的名人罗永浩在微博上写道,如果将来自己做的手机和小米“真有竞争,我希望小米手机一直由雷军亲自发布”。

这就是雷军的“粉丝经济学”。雷军以粉丝立国,他的新浪微博有近300万粉丝。有人说,粉丝战,正是小米手机对中国产业界最重要的贡献和创新。它第一次自觉地把粉丝经济的逻辑灌注在一款产品从研发到销售的全过程中。策略清晰,路径完整。粉丝经济和一般的品牌造势,看似雷同,实际上不是一个级别的存在。

但是粉丝和水军,似乎从来都是相伴而生,难分彼此。这也是雷军和他的小米屡屡被周鸿祎戳中的痛脚。雷军倒好,竟也坦然了:“我们在网上被骂得不得行,刚开始的时候我很着急,每天都是很焦虑的状态。现在我会首先区分是水军还是产品问题或者是过激言论。如果是我们的问题就会抓紧改善。”

在2012年伦敦奥运会期间,一场名为中国之夜的大型晚会在巴比肯艺术中心上演,来自丝绸之路集团的丝绸礼服惊艳全场。完成这次历史性回归的“总导演”,正是丝绸之路集团董事长凌兰芳。

凌兰芳:把中国丝绸送上国际时尚展台

□ 卫蔚平

在2012年伦敦奥运会期间,丝绸之路集团董事长凌兰芳在巴比肯艺术中心导演了一场名为中国之夜的大型晚会,来自丝绸之路集团的丝绸礼服惊艳全场,向国际时尚界人士展示了湖州丝绸的新风采。

行业在洗牌,越洗越靠前

10年前,凌兰芳拿着买断工龄的两万多块钱,又借了2600万元,3年内一口气买下了7家倒闭企业,安置分流5000多名员工。而今,丝绸之路集团已经成为国内丝绸行业一块响当当的牌子,员工收入福利在全国同行业中跻身一流。

凌兰芳告诉记者,这些年来,“丝绸之路”保持逆势奋进,实属不易。2008年国际金融危机,我们的口号是“不减产、不减员、不减薪”,这次我们加了一句:“不减价”。我们的产品质量好,品牌竞争力日见强劲,国内外品牌商顶多迟疑几天,最终还是来买我们的,销售上个月已经开始回升了。目前,公司白厂丝、捻线丝、包覆丝供不应求;绸缎销售虽然缓慢,但也好于一季度;服装家纺淡季不淡,销售同比增155%。

记者近日在丝绸之路集团的南浔工业园区采访时看了两个仓库,一是原料仓库,上好的优质蚕茧堆积如



◎“丝绸之路”集团董事长凌兰芳

山,二是成品仓库,空空如也。陪同记者的集团公司一副总告诉记者,凌董经常要我们做好“算命先生”,他说识人所未识见人所未见这才叫抓机遇。今年纺织行业原料与成品价格双双下跌。蚕茧一下子跌了三分之一。凌兰芳对下属两个丝厂负责人说,大量进茧满仓为止。大伙不解,订单减少少进原料才对。凌兰芳说只管进足。凭着丝绸之路集团的信誉,杭州中信银行专门给凌兰芳一笔贷款买蚕茧。果然,原料满仓后,茧丝行情开始上涨。

“行业在洗牌,我们越洗越靠前。”凌兰芳告诉记者,这几年来丝绸之路集团转型升级的重点是打造四个“最好”:最好的蚕茧缫制最好的生丝,织造最好的绸缎,做成最好的家

纺。这四个“最好”现已成为企业的核心竞争力:生丝卖给爱马仕,面料卖给普拉达,品牌家纺打进高端商场。在低迷的市场环境中,企业从容淡定。

一路巴黎纽约,一路寻常人家

近几年,凌兰芳认为纺织丝绸业成本红利已经出尽,提出了“转型升级,生死时速,破难创新,风雨兼程”的口号,“过日子抠钱,抓技改砸钱,做品牌烧钱,这样做了才能挣钱”。

在丝绸之路,记者听到了一个关于凌兰芳“卖地皮上项目”的故事:在湖州市中心,丝绸之路集团拥有一块38亩的地块。2009年这块地开始平整,人们都以为丝绸之路要开发房地产了,可最后传出消息,丝绸之路把地又卖给了政府。大家都觉得可惜,凌兰芳回答得挺实在,“要么做房地产商,要么做民族丝绸品牌,两者只能取一。”

靠这笔钱,凌兰芳买下浙大易纺,上数码提花项目,打出丝绸家纺“欢莎”品牌,三个月就拿下下一个旗舰店,半年后“欢莎”专柜进了杭州大厦。

在凌兰芳看来,丝绸有两条出路,一条是走进纽约巴黎,另一条走进百姓家里。他说,第一条创建国际



◎丝绸之路伦敦时装周

大品牌,将来要跟爱马仕阿玛尼比高低,第二条让普通百姓买得起用得上丝绸。这两条路方向一致,可以同时出发,高端奢华卖给外国人有钱人,把实惠舒适留给普通百姓。这几年,高端品牌“欢莎”不仅在北京的燕莎、翠微和上海八佰伴等一线品牌商场卖得很好,而且卖到了欧洲。而老百姓日渐喜爱的蚕丝被,靠着货真价实一丝不苟,销售了30多万条无一投诉。

在集团内部,凌兰芳总是以“兄弟姐妹”称呼员工,这些年来,丝绸之

路在全市同行中第一个建立全员住房公积金制度,第一个建立员工帮困基金,第一个建立企业学校和文化教育设施……这样的企业文化成为丝绸之路的温暖标记。

去年除夕,凌兰芳在微博上发表了新诗《贺岁·思君(五律)》:思君增岁夜,梦里淌泪花。大业身心苦,良商德性嘉;腾龙飞海国,织女舞欢莎;丝路通达处,球村是我家。

这正是丝绸之路上的艰苦跋涉的湖丝传人秉持的理想和情怀。

破产拍卖 亚洲最大火柴厂“故事”终结

□ 黄小灵

9月6日,河北泊头火柴有限公司举行资产处置拍卖会,最后一批设备被拍卖,标志着亚洲最大的火柴生产厂家彻底走进历史。

河北泊头火柴有限公司前身为泊镇永华火柴股份有限公司,始建于1912年,时任民国代总统的冯国璋以4万元现洋入股公司,改写了国人依

赖“洋火”的历史。1948年泊镇永华火柴股份有限公司成为晋察冀边区乃至全国最早的公私合营企业之一。1950年5月泊镇永华火柴股份有限公司归属国有。“泊头火柴”加快了发展步伐,迅速成长为中国乃至亚洲最大的火柴生产厂家。而打火机的出现使得“泊头火柴”销声匿迹。

“我是1950年泊镇永华火柴股份有限公司从公私合营归属国有后,

到这厂里的,经历过泊头火柴最辉煌的时期。”一位退休的老工作人员介绍说。在上世纪五六十年代的计划经济体制下,泊头火柴厂的规模不断扩大,厂房扩到了300多亩地,人员最多时达到了2300多人,“那时的泊头火柴厂规模在国内是最大的,即使整个亚洲也是规模最大的。上世纪七八十年代,能在火柴厂上班特别让人羡慕。”

得知泊头火柴破产的消息,年近80岁的赵大爷很是惊讶,他回忆道,“那时候我们村家家户户用的都是泊头火柴,大家习惯叫‘洋火儿’,包装很粗糙,一面印着‘泊头’,一面印着‘安全火柴’,经常是一盒火柴还没用完,包装盒上的砂面已经磨平了,划好几次才能划着。”现在农村生活也都好了,都改用打火机了,见不着火柴了。”对于赵大爷来说,泊头火柴曾

经给那段艰苦的岁月带来光明、温暖还有希望。

对于“70后”小付来说,泊头火柴是小时候带给他和小伙伴快乐的游戏玩具,以及一个个与火柴有关的谜语。“满屋娃娃,圆圆脑瓜,出门一滑,开朵红花。”“身穿白衣袍,头戴小红帽……”小付不无担心地说,生活中没有火柴了,不知道孩子们还能不能猜出这些谜语的谜底。

石树平:诚信经营美名扬

□ 秋华实

熟悉长治金威商贸集团董事长、总经理石树平的人,经常有一个词来概括他——诚信。

石树平1972年参加工作,从一名仓库保管员做起,30多年来,以其真诚稳健、创新发展在长治商界创造了骄人的业绩,创建了长治市目前规模最大的商业零售集团公司。长治金威商贸集团下辖9个子公司,拥有员工近5000多人。

1996年,金威商贸集团第一家子公司开业以来,石树平带领全体金威人始终如一坚持“真诚服务、善待顾客”的经营理念,认真兑现“诚信守

约”的对外承诺,切实维护广大顾客、供应商利益,为企业的健康发展奠定了坚实的基础,同时在全市同行业树立了诚信经营的典范。诚信经营为金威和石树平个人带来了诸多荣誉,企业先后荣获国家级“诚信单位”、国家级“守合同、重信用”企业、山西省“重合同、守信用单位”等荣誉称号,石树平也因出色业绩获得了“中国商业服务业改革开放30周年卓越人物”、“山西省劳动模范”、“中国优秀企业家”、“上党英雄”等一系列荣誉称号。

坚守做人本色,争做诚信楷模。上世纪70年代,石树平参加工作来到长治市百货公司,从此与商业结下

了不解之缘。那个时代,物资相对缺乏,百姓能够买到商品已经相当不容易了,很少有人关注商品质量,但石树平却不这么认为,在百货公司批发部担当保管一职时,石树平就非常关注商品质量,他经常一个人加班加点,把收到的商品分门别类按品质分别存放,对霉烂变质的货物,他认真检查后与厂商联系,绝不以次充好,他的这种认真劲儿在当时是非常难能可贵的。

恪守经营承诺,维护顾客利益。开业之初,金威就向社会郑重承诺“购物不满意退钱换货,服务不到位赔偿损失”,10多年来,金威认真履行承诺,累计为顾客退换商品300多万

件,累计金额达到5000多万元,而且金威与时俱进,成立了“顾客售后服务中心”,提出了“符合退换条件,立即办理”、“绝不让顾客再跑第二趟”等口号,并印制“让退货与购物一样自由”的广告牌,公告投诉电话请顾客监督各商品部及柜组的退换货处理情况,真正树立了自己的品牌效应。

真心善待厂商,实现共同发展。石树平和他的员工,没有将诚信作狭隘的理解,在对顾客诚信的同时,金威对厂商同样以诚信待之。金威严格按合同办事,在商界早已声名远播,致使一些厂家出于对金威的信任而忽视合同。但石树平没有因此放松对

履行合同的严格要求。2003年四、五月份,受“非典”影响,商业企业受到前所未有的冲击,销售急剧下滑,年初订立的各项合同数据变动较大,石树平主动提出要厂商重新订立合同。损失认定、核定数据、重新起草合同,工作量非常大,但在石树平的带领下,终于在6月初同各经营部、供货商重新订立了2003年销售合同。事后,厂家代表纷纷表示:“金威是一家守合同重信用的企业,和这样的企业打交道,我们放心。”多年来,金威从没有拖欠供应商的货款,处处为厂家着想,为供应商营造了一个良好的经营环境。

丁新民诠释企业家“幸福指数”

□ 童平运

企业家的“幸福指数”一直是个引人关注的话题,社会上还曾经对此有过一番热烈的探讨与总结。

62岁的丁新民是鄂尔多斯东方路桥集团的党委书记、总裁。曾在第三届全国道德模范评选中荣获全国诚实守信模范称号。说到企业家的“幸福指数”,丁新民有着自己的诠释。

“只有那些真正有社会责任感的企业家才能最终获得成功,勇于承担社会责任,乐于奉献,企业家才会从心底里感到充实和幸福,企业家的幸福指数来自于奉献与实干。”丁新民

讲述了他对企业家幸福指数的理解与看法。

走进东方路桥的建设工地,农民工的生活区像一个个军营,“到东方路桥干活儿,只要带一套牙具就行。”

为实现对农民工兄弟的承诺,早在2001年,丁新民就提出了“东方金字塔”理论,“作为劳动密集型行业,农民工就是东方路桥这个金字塔的基石,只有把根基夯实、砸牢,金字塔才能长久。”为此丁新民将农民工联队建设作为企业的“一把手工程”来实施,他率先在农民工联队成立了党支部,率先在农民工当中发展党员。2007年以来,集团每年投入农民工联队建设专

项帮扶资金达3000万元,农民工联队由初来时只能完成年产值几十万元的“锹头队”普遍发展成了年产值上千万元、上亿元的施工队伍,有的已成为具有现代企业特色的公司。

丁新民提出,企业内部的质量标准要高于国家部颁标准一个档次,并创造性地实施了“工程施工实名制”,即各标段全部用项目经理的名字命名,谁的路段出了问题就由谁赔偿。2002年8月,集团承担了神华集团煤液化项目场平工程的施工任务,为树立形象,打开市场,丁新民以高出业主一倍保证金即600万元的承诺,表示如不能按期完工分文不取。为了

这一诺言,丁新民亲临一线指挥。在他的协调下,工地兵分三路,人歇机不歇,终于提前两天拿下了工程。神华公司的领导称赞说,东方路桥是国内少有的具有较高施工组织能力的公路施工企业。如今,质量安全意识已成为集团的共同意识和自觉行为,企业也荣获中国工程建设协会颁发的“质量管理安全先进单位”。

丁新民这样诠释“东方路桥”的含义,“我们修的路有两条,一条是有形的,即富国利民的物质之路;另一条是无形的,即体现东方美德、东方文化的精神之路。”

丁新民带头身体力行,使东方路

桥的路修到哪里,捐助助学、扶贫济困的好事就做到哪里。集团成立“东方路桥光彩事业基金会”,将集团全体管理人员和员工个人收入的3%作为捐赠基金。企业成立14年来,已捐助社会公益事业3亿元。按照丁新民的话来说,“这是东方路桥人必须具备的品格”。

说到奉献,丁新民最常提及的人物是雷锋。“企业家学习雷锋精神,要学习雷锋的真诚。”丁新民说,“只有对员工、对客户、对社会采取真诚的态度,企业才能发展壮大。能够更好地为人民服务,这是我人生最大的追求,也是我最高的幸福指数。”