

商业案例

马云和刘强东：中国梦的两个成功范本

编者按：
把马云和刘强东这样两个极度相关，但又老死不相往来的人放在一起比较，主要原因还在于此二人都对中国电子商务市场做出了巨大贡献，却各自走过了一条颇为不同的道路。两者领导下的阿里巴巴和京东商城，在促进中国电子商务业态进化，为社会创造价值方面，都走在了前面，因此都具有样本效应。阿里和京东的成功，是三十年来中国经济改革的巨大成就，在同一个行业里，用不同的方式推动了行业的发展，他们是实现中国梦的两个成功范本。

据 eMarketer 的调研,2012 年全球 B2C 电子商务市场销售额为 1.08875 万亿美元,比 2011 年的 8933.3 亿美元增长了 21.9%,而在 2013 年,这一数字将达到 1.29844 万亿美元。美国将在其中占据 29.6%的份额,销售额达 3848 亿美元,而中国将占 14%的份额,销售额增长 69%达 1816.2 亿美元,增速上领跑全球电子商务市场。

从电子商务竞争态势上看,中国的情况比美国还要更健康一些,由于京东商城的高速增长,阿里巴巴并没有像亚马逊一样,建立起坚固不摇的垄断优势。中国的 B2C 市场份额,虽然目前仍是阿里巴巴旗下天猫一家独大,但京东商城的赶超势头也非常强劲,两者的差距正在缩小。在 B2C 领域出现两个势均力敌的对手,是所有消费者乐见其成的事情,因为这会给消费者带来更多好处。

马云是浙江人,刘强东是江苏人,两人都



来自东南最富庶的省份。马云是城市人,刘强东是农村人,两人均受过高等教育。马云大刘强东 10 岁,创业也比刘强东早 3 年,两人均在传统行业创过业,最终都把事业发展到了网上。马云只有文科背景,大学是学英语的,不会编程,但自己创办过一个翻译社,赚了些钱;而刘强东大学是学社会学的,后来自学编程,并以此为手艺实现自食其力。

马云从小家庭条件不错,在学校里成绩不好,但英语成绩却很好。成年步入社会后,起步并不顺畅,找工作因长相奇特被拒绝过很多次,办了翻译社也生意不好,甚至还去义乌批发过一些小商品摆摊卖,以贴补翻译社。网上流传着一个视频,马云在创办中国黄页时,像个业务员一样四处奔波,屡屡被拒。这一段在现在看来,还是能让人感受到当时创业之难,而能够坚持下去,是创业多么需要的一种品质。

刘强东这边,童年时的情况就差很多了,他是挨过饿的人,小时候想吃块肉都不容易。村里有钱人都吃肥肉,像他们这种穷人,只能

去河里抓点鱼虾来吃。不过刘强东学习很好,在很艰苦的环境中以优异成绩一路考到人民大学。他上大学时决心不再给家里增添负担,就自己打零工赚钱养活自己,到大三时,靠软件编程却也赚了几十万。之后又拿这些钱去投资了一个饭店,全赔进去不说还借了十几万遣散工人。作为一个在生意上被坑过的人,他在很早就表现出了严守商业规则的特质,十分难得。

马云创业三年后的 1998,他在中国黄页做得不太如意,萌生去意之时,刘强东辞去外企的工作,骑着自行车在北京的中关村创业了,租了个柜台卖配件,瞒了家里人整整三年。而在一年之后,马云回到杭州创办了阿里巴巴,又过了一年就拿到了软银的 2500 万美元投资。当然,如果不算翻译社,马云引人注目的两次创业,中国黄页和阿里巴巴,都是以互联网为基础的,而刘强东的第一次创业是传统 IT 分销,第二次才是互联网,那是几年以后的事情了。

阿里巴巴的商业核心淘宝网是 2003 年

出现的,而刘强东的京东商城,则是 2004 年出现的。马云做淘宝网,很大程度上是因为感受到 C2C 的易趣,对阿里传统 B2B 业务的潜在威胁。而刘强东做京东商城,则是因为已经做得不小的线下业务,遭受了非典的冲击,于是转而将业务重点放到网上。

淘宝网的 B2C 频道,是几年以后逐渐形成并使用淘宝商城独立域名发展的,当然,也有人认为淘宝网从一开始就是个 B2C 网站,只是披了件 C2C 的外衣而已。但京东商城从一开始就是 B2C 网站,在概念上非常清晰。两家企业,在模式上这种模糊与清晰的分野,很容易让人联想到两位创始人的性格特点。

阿里和京东,这些年各自遭遇很多公众议论,其主要聚焦点还是在发展模式上。淘宝系做的是平台,吸引商家入驻,自己本身并不做自营。而京东则是以自营起家,逐步向公众平台过渡。这两种模式的优点和缺点都很突出,淘宝系平台门槛低一些,更容易聚众,在供应链管理和物流上,则控制能力弱一些。但由于淘宝系自身不做自营,他们能较大幅度

避免初期的运营亏损,只需在平台上持续投入即可。京东的门槛高一些,在供应链和物流上的经营力度很大,这给消费者带来了良好的消费体验。但由于京东自身自营业务比重过大,常会给外人以大幅亏损的印象。

从消费者层面,会有两种注重消费偏好,一种是注重价格因素,一种是注重服务因素,而这恰恰正是淘宝系和京东所各自擅长的。可喜的是,这两种消费偏好在中国都有相当的市场,马云和刘强东正在做的,不外乎坚守自身独有的营商价值取向,以取悦各自的消费群体,并通过对平台的微幅调整,争取对方的消费群体流失过来。这也是天猫和京东这两个截然不同的平台,能够形成激烈竞争的一个内在逻辑。

马云更像一个草莽英雄,如宋江一般聚集一帮兄弟打天下,兄弟们务实,宋江务虚。而在互联网行业,务实很重要,务虚却在一些关键时刻显得更重要。在替天行道的口号声中,争取了人心,聚拢了人气,同时也成就了事业。当然,在务虚太久之际,马云也能认识到要有更务实的人来领导公司,因为接下来是阿里巴巴的业务提升和上市,务虚太多是对这些重任有损害的,所以马云明智地选择了急流勇退。

而刘强东,则更像一个孤胆英雄,一意孤行地率领手下向前冲,务求实效,有问题必快速解决。一个较晚进入互联网行业的人,也能够严格按照互联网规律行事,在重大决策中乾纲独断,渡过一个又一个难关,殊为不易。京东商城在过去几年受诤难颇多,到处流传京东要倒闭的消息,甚至有人为此掷重金打赌。这使得困难过后,刘强东也开始强调起对人的关注,而不是私底下默默关注,企业大了,有些务虚的东西是必要的。

马云和刘强东,最终殊途同归也好,南辕北辙也好,都是用聪明智慧和百折不挠取得成功的典范,他们的成功故事都是中国梦的完美阐释。他们之前走过的路,给人们揭示了一个道理,每个人走过的道路都是不同的,正因为不同,这个社会才能呈现出更加多元化的形态,世界才能多姿多彩。(葛甲)

先锋人物

王振滔：退出“富豪榜”进入“慈善榜”

■ 落棋

4 月 10 日,胡润研究院发布“2013 年胡润慈善榜”,奥康公司董事长王振滔以 2012 年捐赠 1370 万上榜。自 2004 年首创“胡润慈善榜”以来,王振滔先后 7 次上榜。

20 多年来,王振滔通过自身奋斗,拥有巨额财富、显赫的社会地位,同时更拥有一颗善良的心,成为一位乐善好施的“大善人”。据不完全统计,他以及他的企业已累计向社会捐款捐资达亿元。

成立基金会帮助贫困学子圆梦

“国内皮鞋行业规模最大、竞争力最强的企业之一”,这是王振滔所创造的赚钱的事业。与这份事业相对应的是王振滔所领导的慈善事业:助学、扶贫、赈灾、捐资建设体育文化事业。

由王振滔出资 2000 万元,于 2007 年 4 月 6 日成立的“王振滔慈善基金会”,是经中国国务院和民政部批准,中国第一个以民营企业名字命名的个人非公募慈善基金会,主要致力于宣传慈善事业、向社会贫困群体提供帮助、为对慈善事业做出贡献的人才进行奖励等方面。

同一年,一个名叫“爱心接力计划”的助学项目受到了全国各大媒体的关注,它在全国首创了一种新的助学理念:让受助的学子在有经济能力之后将自己的受助金传递给他人,从而完成爱心接力,让更多的贫困学子因此受助。而这一创意的萌芽正缘于王振滔多年来资助贫困学子的心得:施舍往往给学子带来压力,那就变资助为爱心中转站,减轻学子的心理负担。

有一年元旦,王振滔去革命老区大别山看望受助学生。然而,与孩子们相见的情景与王振滔想象的完全不同。那些受到捐助的学子心理负担很大,把从奥康得到的帮助当作了施舍。在交谈过程中,有位大一女学生在王振滔一再的鼓励下,终于大胆地说:“这钱能不能算我借你的?我打借条给你,以后还会给你。”

怎样才能让爱心不被认为是施舍,而且能更大范围地、持续性地传播、传承?王振滔思索了很长时间后,终于找到了答案:受过资助的学生毕业之后,可以再帮助一名贫困大学生,把这种爱心直接传递下去。这就是王振滔慈善基金会的主导思想——不是把钱施舍给很多人,它更应该体现一种爱心模式:我帮助你,你可以帮助别人,等于把爱心的接力棒传递下去。

理念萌芽后,王振滔将其构思成“爱心接

“一个没有社会责任感的企业家称不上真正的企业家”。这是奥康集团董事长王振滔在浙江省希望工程 20 周年获得特殊贡献奖颁奖典礼上说的一句话。

其实对于一个企业家,什么才算是社会责任?其实很简单,即引领了一个具有社会责任感的企业。在王振滔掌舵的奥康集团中,“百年奥康 全球品牌”的企业愿景即是在向世人宣告:奥康,不仅仅是一个追求营销快跑的工厂,更是一个有责任担当的企业。

力计划”,并以此作为王振滔慈善基金会的首个资助项目。至今,项目已成功走过温州、湖北、贵州、安徽、山东、珠海等 26 站,截至目前该项目已累计帮助约 7600 名寒门学子走进大学校园。

同时,为支持职工子女的文化教育事业,激励职工子女尽力晋升文明程度,王振滔慈善基金会于 2009 年启动了“职工子女教育计划”,已经帮助了近百名员工子女圆了大学梦。

一个人的力量很薄弱,但作为一粒“种子”,一个“支点”,相信它的“光环”效应远不止这些,当这个 1 乘以 13 亿,那社会必定更加美好,这才是真正的可持续的慈善。

坚持 6 年对抗欧盟“反倾销”

2012 年 11 月 18 日,奥康收到欧盟高等法院下达的判决书,最终裁定欧盟初级法院在审理奥康抗辩欧盟反倾销的案件上,个别法律条款使用不当,欠缺公正,推翻了欧盟初级法院作出的一审裁定,终审判定奥康胜诉。这标志着奥康公司长达 6 年时间抗辩欧盟反倾销不仅在行政上,而且在法律上取得了抗辩欧盟皮鞋反倾销的双重胜利。

2006 年 10 月 7 日,欧盟委员会继此前持续对中国皮鞋实行配额限制后,首次对中国皮鞋实行反倾销,征收为期两年的 16.5% 的高额反倾销税。

面对欧盟反倾销的大棒,奥康通过多年的国际化道路经验,认真解读 WTO 贸易规则,发现此次欧盟对原产自中国皮鞋征收反倾销税不符合个别条款,于 2006 年 10 月 23

日作为中国鞋业第一家鞋企在第一时间正式聘请北京中伦律师事务所,从司法程序对这一明显不公平的贸易决策向欧盟初级法院提起诉讼,甘当“出头鸟”,不做“鸵鸟”。随后,泰马鞋业、南海金履鞋业等 4 家中国鞋企也跟随奥康宣布上诉。

2006 年年底,因中国鞋企积极抗辩欧盟反倾销,欧盟执委会公布贸易救济工具绿皮书,并主动邀请中方对绿皮书进行评论。此事得到了国家商务部的高度重视,曾先后组织召开“欧盟贸易救济工具绿皮书评论座谈会”和“中欧贸易官员贸易救济工具问题研讨会”,积极促成中欧双方关于欧盟贸易救济措施问题的积极友好对话,对进一步开展反倾销诉讼起到了推动作用。

2007 年 1 月 8 日,在中国皮革协会的支持下,奥康联合其他 4 家鞋企,在北京召开了反倾销诉讼情况通报会,听取各方意见,为持续做好抗辩工作做准备。

然而,欧盟对华实施的为期两年的反倾销税到期后,中国鞋企的奋起应诉与抗辩仍没能阻止欧盟反倾销大棒。原本到 2008 年 10 月此项反倾销措施就应到期,但欧盟委员会不顾大部分成员国的坚决反对,执意对中国皮鞋反倾销案展开“期满复审”。2009 年 12 月,欧盟作出了复审决定,在没有充分理由的情况下,对中国皮鞋的反倾销措施再延长 15 个月。

“期满复审”到期后,2010 年 3 月,欧盟初级法院无正当理由驳回奥康等中国 5 家鞋企的诉讼请求,宣布中国鞋企一审败诉。得知消息后,奥康聘请的中方律师向奥康董事长王振滔是否继续上诉,王振滔表示:如果就这样忍了,中国鞋企将输得一塌糊涂。针对是否继续上诉,王振滔认为:其一,在反倾销诉讼的时间上,奥康要有长期准备,诉讼不仅是为了打赢官司,而是要让欧洲国家听到中国鞋企抗辩的声音;其二,在官司的输赢问题上,我们要有两手准备,抗辩反倾销是一种使命,就算输了,我们也展示了中国鞋业勇担责任、遵守规则、平等贸易的新形象,同时还可以为国内其他行业积累经验;其三,面对越来越大的国际反倾销压力,国内鞋企应建立共同应对贸易壁垒的组织,而不是旁观几只“出头鸟”冲锋陷阵。欧盟这次为期两年(含“期满复审”3 年)的 16.5% 反倾销税是“投石问路”,如果这两年中国鞋企忍了,那么第二步欧盟也许会制定 5 年征税期,中国鞋企将输得一塌糊涂。从形势上看,奥康未最终败诉,只要有一线希望,我们就要坚持到底,因为这是责任,更关系到中国鞋业的未来。

奥康连同中方律师继续研究一审败诉原



因,逐项解读国际贸易争端法律法规,并将反倾销一审败诉情况及经验材料上报至商务部。2010 年 4 月 8 日,国家商务部正式启动了司法程序,将欧盟反倾销案上诉世贸组织,请求 WTO 成立专家组,通过二审协调解决这场由欧盟发起的不公正的国际贸易争端。

随后,奥康在其他 4 家鞋企感觉二审胜诉无望宣布退出的情况下,不惜承受巨额的诉讼费,坚信法律,追求平等,孤军奋战,坚决上诉至欧盟高等法院,继续走上艰难而漫长的反倾销抗辩之路。

其间,温州市商务局、温州海关、浙江省商务厅为奥康继续坚持抗辩提供了有关法律咨询、市场调研,以及资源支持。国家商务部通过启用 WTO 专家组,多次与欧盟高院进行交涉,维护法律的正义与公平。

在多方共同的努力下,2011 年 3 月 31 日,欧盟宣布从 2011 年 4 月 1 日起,正式取消对中国皮鞋征收 16.5% 的高额反倾销税。这一维持了近 5 年之久的不合理贸易保护措施终于“寿终正寝”。然而,欧盟虽然单方面终止了措施,但并未解决反倾销的法律问题,奥康在欧盟法院的司法程序并未走完。

经过奥康向欧盟高院多轮申辩后,于 2012 年 11 月 15 日,欧盟高等法院于 11 月 15 日下达判决书,最终裁定欧盟初级法院在审理奥康抗辩欧盟反倾销的案件上,个别法律条款使用不当,欠缺公正,推翻了欧盟普通法院作出的一审裁定,终审判定奥康胜诉。

搭建教育平台 让员工与企业共同成长

王振滔曾经不止一次地说道:“我退休后就只做两件事:慈善事业和教育事业!”

一直以来,“教育”都是王振滔尤为关注的领域。

在王振滔的大力支持和主导下,2007 年 1 月 15 日奥康成立了中国鞋业的第一所企

业大学——奥康大学。奥康大学创办以四部发展战略为指引,目的既是培养奥康所需人才,更是为行业及社会培养所需人才。这既是站在对企业负责的角度,更是站在了整个行业的高度为社会发展尽奥康的一份责任。

为了培养专业人才,奥康大学从成立至今,推出了三个 EMBA 班级,邀请全国知名实战专家和著名教授为大家授课,让学员体会到了真正 EMBA 的教学模式。其中黄埔一期 EMBA,主要对象为企业高管。通过培养,学员了解到世界最先进的管理理论与实践的发展趋势,领导与管理经验也得到理论上的升华。同时,还拓宽了公司中高层管理人员的思维和视野,提升了公司中高层管理人员的眼界和高度,为参加学员彼此切磋、沟通交流、互动提升创造机会。

“有了办学经验,接下来我们将从开放式办学的姿态,面向社会招生,为其他企业培养优秀的管理人才。”奥康大学校长王振滔说道。

“十年树木,百年树人。”教育,不仅是一个企业,更是一个国家的根本生存之道。王振滔助推教育不仅仅是在为企业谋前途,更是在为整个社会、整个国家谋发展。

正是王振滔对公益事业的多年倾心投入,也让其头上多了不少光环。“中华慈善大使”、“国际慈善名人奖”、“中国慈善特别贡献奖”、“浙江慈善奖”……

也因此,有人对其提出质疑,不管是“长于营销策划”还是“爱作秀”的评价,都是在质疑其公益行为背后的利益取向。对此,王振滔的第一反应是:“做慈善是好事,我为什么不能宣传?如果这也是作秀,我倒希望中国这样的作秀更多一些。”

如今的王振滔有一个理想:他希望在己今后的生命里,能够用自己更多的时间与行动投入到慈善与教育事业中,让更多的人参与进来,关注慈善与教育事业的发展。