

中国新蛋频繁换帅 积极转型发力向前

在否认了撤出中国市场的传闻后,美国电商巨头新蛋网似乎并没有得到比撤出更好的结果。而接连的人事调整,让新蛋网成为中国电商界换帅最频繁的公司。上任刚满一年半的新蛋中国区总裁周昭武被架空,公司目前由新上任的 COO 裴庆和执行副总裁钟浩负责。这是继邹果庆和顾建兴后,新蛋网“一把手”的再次更替。在高层换人的同时,有新蛋中国离职员工透露,公司进行了新一轮裁员,包括市场部、产品部在内的多部门高管及中层离职。针对有媒体报道称,新蛋网已迈向边缘化的传言,新蛋中国发表声明予以否认。表示总部不仅将持续加大对中国区的投入,近期的积极转型调整也是为了日后发力向前做全方位的准备。

策划词

管理战略

新蛋中国: 积极转型 发力向前



针对有媒体报道称,新蛋网已迈向边缘化的传言,新蛋中国发表声明予以否认。表示总部不仅将持续加大对中国区的投入,近期的积极转型调整也是为了日后发力向前做全方位的准备。

创造高战斗力团队

新上任的 COO 裴庆、执行副总裁钟浩皆是本地人,同时也是新蛋集团元老,在新蛋集团服务了十年以上的时间。COO 裴庆同时也兼任奥硕物流总经理,执行副总裁钟浩兼任新蛋全球技术支持中心(NESC)总经理。

NESC 是新蛋集团在全球范围的研发、培训和服务支持中心,总部设立于上海,同时在成都、西安、台湾地区设有子公司,团队总人数超过千人。NESC 涉及新蛋集团核心技术和业务的支持,与美国总部密切配合,分工合作,同步进行业务处理,技术开发、架构设计等工作,同时也是微软全球金牌合作伙伴(Microsoft Global Gold Certified Partner),国务院四部委认定为国家规划布局内重点软件企业,“高新技术企业”认证, CMMI Level 4 认证。

“新的领导团队更年轻更本土化,对中国市场运作更为了解。公司的用意在于以服务和技术为基底,打造精简、高效率、高战斗力团队。”中国新蛋网称。据悉部分原本任职于中国新蛋网的员工也调动至 NESC 补充战力。

持续投资重拾本土市场份额

2013年9月,新蛋集团投资1个亿在嘉定二期工程,预计打造一个集技术研发、办公、人才培养、仓储于一体的综合性电子商务基地。

“二期的奠基意味着在中国市场持续发展的决心。”新蛋高层表示,建好二期以后,进一步对研发团队进行扩征,运维的团队也会增加,仓储和物流同样也会加大。此次二期工程建造后将会加大科研投入,建设云端技术中心,为各类电子商务公司提供软硬件技术支持、信息系统解决方案、信息技术开发及运营流程外包等服务。

透过技术、服务 为用户提供体验价值

“技术一直是新蛋集团在电商业界引以为傲的部分。”中国新蛋网称。新蛋在中国十二年的持续发展离不开强大的信息技术支持,强大、完善的网站技术支持是电子商务公司立足的后盾。未来的技术开发将会以用户需求为前提,运用导购模式搭配用户导向型的售后服务,将用户的利益放在第一位。同时持续透过新蛋集团全球战略项目:Newegg International 的模式引进全球各地优质商品,海外直购也将并入此模式之中为用户提供更多新颖、新奇特的产品内容。“让新蛋网成为人们生活的一部分,让人们的生活更加便利、质量更高将会是未来的使命。”新蛋高层表示。大量采用数据分析竞争法,将分析模型和数据与公司业务以及用户紧密联系,以人为本,用户体验至上将是未来的准则。“新蛋网不会去追求成为中国最大的电商企业,而是会力争成为中国最好的电商企业,最值得用户信赖的电商企业。”(中国经济网)

▼ 相关链接

新蛋中国大事记

2001年,新蛋中国成立
2008年6月:邹果庆担任新蛋中国总裁
2010年11月:顾建兴担任新蛋中国总裁
2011年8月:顾建兴辞职,COO 池勇信接替
2012年5月:周昭武接任新蛋中国总裁
2013年10月:中国新蛋网实际负责人为 COO 裴庆、执行副总裁钟浩

人事管理

频繁换帅 中国新蛋要“碎”了吗?



● 邹果庆



● 顾建兴



● 池勇信



● 周昭武



● 裴庆

中国新蛋网成为中国电商界换帅最频繁的公司。

据腾讯科技了解,中国新蛋网今年10月份再换帅,奥硕物流总经理裴庆兼任中国新蛋网 COO 一职,原新蛋软件(中国)CTO 钟浩担任中国新蛋网执行副总裁(EVP)一职。新蛋中国区总裁周昭武不再兼任中国新蛋网 CEO 一职,仍继续担任新蛋中国区总裁。新蛋中国方面证实了这一消息。

上述变化意味着,裴庆和钟浩成为中国新蛋网的实际负责人。

伴随着再次换帅,中国新蛋网迎来内部调整,今年10月份至今进行裁员,被裁员工约30人,多位高管离职。

此次换帅后,中国新蛋网或将再次转舵。新蛋内部人士透露,周昭武时期推进的海外直购方向已经暂时搁浅。未来,中国新蛋网将何去何从?

新蛋中国再次换帅

新蛋中国有四大业务板块,分别是中国新蛋网、奥硕物流、新蛋软件、面向美国新蛋的技术支持中心(NESC)。此次发生人事变动的是中国新蛋网业务。这也成为中国新蛋网近三年第四次换帅。

据离职高管介绍,10月起,新蛋中国总裁周昭武的权力遭到架空,虽然仍继续担任该职务并兼任 HR 总裁,但已经没有任何签字的权力。作为周昭武的继任者,奥硕物流总经理裴庆任新蛋中国 COO,新蛋全球技术支持中心(NESC)总经理钟浩任新蛋中国执行副总裁。在接手新蛋中国后,两人在物流公司和技术支持中心的工作依然兼任。

新蛋中国营销总监张维勤表示,新上任的裴庆与钟浩将持续带领新蛋网走向海外直购的路线,积极让新蛋走向全球化,美国总部也将持续加大对中国区的投入。今年9月,新蛋集团投资1亿元在嘉定二期工程,目前已经开始动工。对于新蛋中国在明年的战略规划,张维勤表示“重点在提升用户体验方面”。在知情人士看来,这也意味着新蛋网仍不会在规模扩张方面做出更多努力。

中国新蛋网方面给予的答复是,美国总部更强调中国新蛋网的本土化、运营、技术。资料显示,周昭武是台湾人;裴庆、钟浩

是本地人,并且是新蛋中国元老,二人在新蛋中国供职已超过10年时间。其中裴庆泽是新蛋中国的第二员工。钟浩于2005年被美国总部派去培训,直到去年才被派回中国。

中国新蛋网一位近期离职的高管称,换帅是美国总部的决策,“其中原因比较复杂,美国新蛋希望中国新蛋网尽量缩减费用。”

“周昭武基于长远发展的角度,不愿意用伤筋动骨的方式缩减成本,但美国总部比较强势,双方意见不符。”上述人士称。

有内部人士称,此次人事调整仍处于模糊的状态,方向不明,因此一些高管选择离开。

“这次换帅并不意外,裴庆和钟浩皆是新蛋中国元老,总部有将中国管理层本土化的考虑。”一位新蛋前中层说,“不过裴庆和钟浩分别负责物流和技术,能否让中国新蛋网有所突破,仍有疑虑。”

方向调整 裁员缩减成本

周昭武时期推动的发展方向是“海外直购”。周昭武今年7月份接受采访时曾表示,新蛋中国在网站定位方面,不走京东商城大平台的道路,而是走个性化、差异化,面向特定的顾客族群,实现差异化的方式有两点:一是依托新蛋集团的海外资源,中国新蛋将涉足海外直购,销售进口产品。二是产品走高端、精致、新奇特路线,如发展 DIY 产品。

据悉,海外直购项目筹划了近一年,内部一直在大力推进。但这一项目推进并不顺利,资源对接方面存在挑战。“无论是和美国新蛋进行资源对接,都离不开人力、物力、资金的支持。但美国总部比较保守,不愿意过多投入。”

一位新蛋内部人士透露,如今海外直购部门已不复存在,项目名存实亡。“之前大张旗鼓的宣传海外直购,感觉现在是一个鸡肋,只是在网站上有入口而已。”上述离职高管也称,目前来看,中国新蛋网不会再大规模投入于海外直购。

中国新蛋网方面则表示,未来会继续推进海外直购,同时将更加本土化,做精细化运营。

除了方向调整,新官上任后已着手削减成本,于10月底进行了一轮裁员。据悉,中国

新蛋网约130多人,此轮被裁员工约30人。

“裁员没有任何预兆,没有提前打招呼,下午还在开会讨论,第二天就不在了。”一位员工说,被裁的不仅是普通员工,还包括总监级别员工。

有离职员工透露,被裁员工大多是采取自动离职+补偿的方式。满1年给予2个月补偿金,满2年给予4个月补偿金。“郁闷的是,在过年前毫无征兆的被裁。”一位被裁员工抱怨。

除了裁员,中国新蛋网在广告投入方面精简,今年大促期间不再进行线下广告投放。

被边缘化的中国新蛋网

近两年,中国新蛋网市场份额不断下跌,业务下滑严重,越来越被边缘化。

据艾瑞数据显示,2010年,新蛋网在中国自主销售式 B2C 市场中份额 5.4%,仅次于京东商城、当当、卓越亚马逊,居第四的位置。2011年,新蛋网市场份额跌落到 1.8%,居于第八位。到 2012 年,新蛋网已经跌出了电商前十名榜单。

一个不可忽视的原因是,中国电商处在野蛮生长中,各大 B2C 不遗余力的投入,而新蛋总部对中国市场采取保守策略,市场费用、仓储物流、人员投入皆有限。

以物流为例,京东商城、易迅皆花大力气自建物流,以保证配送速度和质量。易迅在六个核心城市仓储物流布局基础上,在全国新开设广州、杭州、成都等 10 个核心仓,投资十几亿元的上海青浦仓也将在年内动工。京东 CEO 刘强东 2011 年曾表示,5 年之内的物流投资将达到 200-300 亿元。苏宁方面表示,未来三年将投入 220 亿元发展物流项目。天猫也在加强物流布局,牵头成立菜鸟网络,近期以 22.13 亿元投资海尔,与海尔旗下日日顺物流成立合资公司。

但中国新蛋网在物流仓储方面持收紧策略,目前在江浙沪设有仓库。在竞争对手推配送“限时达”“一日三送”的策略下,显得在争夺用户方面缺乏竞争力。

顾建兴离职后接受媒体采访时曾称,最近这两三年,大家都在拼命向第一集团挤。在未来,只有第一集团的电商能够赚到钱。在这种前提下,过分地控制成本是不明智的。他认

管理诊所

新蛋顽疾:水土不服

据报道,中国新蛋网日前已经实现了第4次换帅。最近一段时间来,中国新蛋网多名高管频繁离职,或被边缘化,究其原因,业内也有众多猜疑。目前,一种保守的观点是认为:中国新蛋网频繁换帅,或印证了中国新蛋网遭遇的最大问题水土不服。

从 2010-2012 年中国 B2C 市场交易份额来看,2010 年新蛋以 1.9% 的市场份额仅次于当当网位居第五;而到了 2011 年,其市场份额已经降至 0.9%,居全国第九名;到了 2012 年,新蛋网甚至被踢出电商前十,取而代之的是腾讯 B2C。

2001 年,新蛋网在美国成立并进入中国,是当时中国为数不多的 3C 数码 B2C 最早的电商平台之一。彼时,京东商城的创始人刘强东还在做光磁产品代理。而如今,竞争对手京东业绩增长一日千里的时候,新蛋网却面临退出中国市场的危险。

另一个明显的对比来自易迅网。易迅网创始人卜广齐曾任新蛋大中华区 CEO,后离职于 2006 年创办易迅网,如今易迅网也已跻身中国电商第一阵营,完全超越了新蛋中国。新蛋为何落入这样的境地?业内普遍看



法是,新蛋过于看重利润,而在市场份额的争夺方面趋于保守。而竞争对手无一不是通过高调的价格,快速跑马圈地。对此,新蛋网前

任总裁顾建兴表示,最近这两三年,大家都在拼命向第一集团挤。因为在未来,只有第一集团的电商能够赚到钱。在这种前提下,过分地

控制成本是不明智的。”此外,流量和用户的缺失也是衰落的原因。“如果新蛋网在市场推广上多花一些钱,能够带来大量的流量,现在的市场规模会完全不同。”据悉,新蛋网的市场推广费用,不到销售额的 1%。

而这反映的恰是外资 IT 企业在中国普遍面临的水土不服的问题,这家在全美规模最大的 IT 数码类网上零售商,一直没能撬开中国消费者的荷包,很大程度上是因为其执行的美国式思维难以适应中国市场和中国的用户。对此,华强北在线副总裁龚文祥表示:“对新蛋内部管理体制我不是很清楚,但我觉得最根本的问题还在于新蛋的水土不服。欧美、日本、中国香港和台湾等主导的电商项目,在大陆很难生存,几乎没有成功的可能。”

对于新蛋网在中国水土不服的问题,速途网专栏作家宗宁则认为,中国电商的发展方式很简单,快速铺市场,不计成本地提升用户体验,而且不惜贴钱砸用户。在这种竞争态势下,新蛋中国想靠卖东西赚钱,无论是价格还是物流体验,都不能与一些中国电商抗衡。所以,被消费者抛弃也是理所应当的。

(常娜 周珍 章琪琪)