

格力或与魅族“联姻” “世纪之赌”动真格

策
划
词

2013“中国年度经济人物”颁奖典礼上的一场世纪之赌,让格力电器和董明珠成为媒体的热门人物。近日多家媒体报道,格力将有可能入股魅族。无独有偶,魅族科技董事长黄章近日宣布2014年将融资10亿元,并称格力等巨头对魅族有着极大兴趣。有关言论,不禁让市场人士憧憬。

格力考察魅族 小米迎接万科 董明珠和雷军的10亿赌局当真了?

还记得格力董事长董明珠和小米科技创始人雷军的那场赌局吗?春节刚过,格力和魅族有了“联姻”迹象,雷军也在办公室和来访的万科团队分享了创业经验,双方似乎都在寻找可以合作的小伙伴。马云和王健林的赌局最终一笑而过,董明珠和雷军,这是要动真格吗?

【事件】

格力参观魅族 传二者将联手对抗小米

从刚开始时的“单恋”,到如今,格力和魅族渐渐有了“联姻”的迹象。

日前,魅族创始人、董事长黄章在魅族官方互动社区表示,将引入资金,今年的融资目标是10亿元,并透露国内很多投资者对魅族感兴趣,“甚至包括格力等巨头”。

尽管有媒体报道,黄章在2月10日下午已和董明珠进行了长达四个小时的闭门密谈,但之后格力方面并没有给予确认,这似乎成了魅族的“单恋”。

2月12日,事情有了进展。当天早上,魅族官方微博隔空向格力空调问好,并称下午将有贵宾到访。

这次,网友们的猜测没有持续太长时间,刚过中午,微博上就有人晒出图片,魅族公司楼下有“热烈欢迎格力公司各位领导莅临参观”的水牌,魅族官方微博也予以了转发。

重做魅族掌门人的黄章,近来频现高调动作。2月12日,黄章开通新浪微博,当天下午,黄章发了第一条博文,调侃说自己刚从火星回到地球。随后的文字则高调称,“我就



●董明珠、雷军荣获“第十四届 CCTV 中国经济年度人物”。

要告诉更多人,除了小米手机之外,还有更好的魅族手机可以选择。”

记者向魅族科技和黄章的微博发出私信求证,均没有得到回应。不过,众多IT人士在微博上均表示,格力入股魅族,继而联手对抗小米,只是时间的问题。

【追溯】

董明珠和雷军豪赌10亿 小米引来万科考察

若问格力和魅族的一系列“亲密动作”为何引人关注,就不得不提董明珠和雷军的那场10亿元赌局。

那是在2013年12月上旬,董明珠、雷军荣获“中国经济年度人物”,为他们颁奖的,是刚刚从另一场赌局里走出的马云和王健林。董明珠和雷军从“前辈”手中接过了奖

杯,也“延续”了他们的对赌。

颁奖现场,雷军和董明珠的斗嘴掀起了高潮。董明珠爆料说:“刚刚在后台,雷军说五年后能超过我,我在这里回应,不可能。”

雷军则表示,格力是自己非常尊重的企业,传统消费制造做得好。“我用互联网方式做,用户群接近,极其强调用户体验和口碑,新模式成长速度也快,五年之内如果营业额击败格力,董总给我一块钱。”

董明珠很快回应:“一块钱不赌,要赌赌10亿元,但格力不可能输,格力是中国制造中国创造。”

尽管如同王健林和马云的那场赌局一样,不少人将这看做是一场玩笑。而从表现来看,董明珠和雷军似乎动了真格,都在拉拢合作伙伴,就在格力团队去魅族考察的前一天,雷军接待了由万科总裁郁亮带领的80人考察团队。

小米公司在微博上出了道题,问网友

黄章复出战雷军:小米成魅族假想敌

新春伊始,国产智能手机行业打了一记响雷。

淡出大众视野许久,退居幕后的魅族创始人黄章宣布复出,表明了将这家公司重新带上辉煌之路的决心。这位特立独行的创始人从改变自己开始,不再躲在家里,终于愿意试着面对公众。最重要的是,一向自我的他心态逐渐开放,改变了以往在运营上的偏见和固执,主动张开双手欢迎外部的投资。

魅族科技副总裁李楠告诉记者,黄章的复出之所以会在业界引起轩然大波,证明了黄章和魅族的影响力。过去,魅族的营销重心主要放在自家公司的论坛上。今年,李楠誓言将给魅族的营销带来翻天覆地的变化。“在互联网上的声音,我们有信心在今年打到第一位,超越小米。”

黄章的复出振奋了公司员工,也提高了业界对魅族的期待。黄章复出后,在内部讲话中提及,今年魅族将融不超10亿。魅族相关人士也证实,黄章此前已和格力集团董事长、格力电器董事长兼总裁董明珠私下会谈过。随后,魅族欢迎格力高层前往参观的照片也流传到网上。这一系列动作被市场解读为格力欲投资魅族的前奏。与雷军对赌10亿后,董明珠将联手魅族对抗小米的传闻也不胫而走。

魅族有关人士告诉笔者,格力是魅族决定引入外部投资后,洽谈的第一个公司。“整个还处于初级谈判的阶段。”

以MP3起家的魅族在2006年决定停止新款MP3产品的开发,转型为一家智能手机公司。第一次转型让魅族成为了中国最早的乔布斯门徒。魅族在2008年推出的M8手机,因其与iPhone相似的大屏幕、触摸屏和极简风格的设计,被称为“iPhone最好的克隆版”。此后,占尽先发之势的魅族却因内部原因被后来者赶超。

黄章的复出可能给魅族带来第二次重大转型。引入投资是最关键的一场战役,决定着今年能否真正成为黄章口中“重新开始”的一年,也决定着中国国产智能手机的格局演变。

赶超小米

2月12日,黄章复出的第五天。此前在社交网络绝迹的他在新浪微上注册了账号。第一条微博便直指小米:“从今天开始,我就要告诉更多人知道,除了小米手机之外,还有更好的魅族手机可以选择。”

复出之时,黄章同时宣布将其最新上市的MX3大幅降价至1999,价位与竞争对手小米的主力产品小米3持平。李楠表示,黄章



的复出效应加上降价,MX3的销量大幅增长。魅族方面拒绝透露近期的销售数据,不过魅族科技副总裁郭万喜难掩喜悦,发微博称,已让其代工富士康日产量翻倍,但还满足不了需求。魅族内部人士告诉记者,目前部分地区和线上渠道仍缺货。

以往在营销上表现乏力的魅族开始尝到了互联网营销带来的甜头。魅族内部明显感觉到,把营销做上去,销量立马出现立竿见影的增长。主管市场营销的李楠反复提及,今年要将目前的营销势头坚持下去。

变得开放的黄章是李楠眼中能够制造话题的重磅武器。李楠认为,黄章特立独行的个性是值得利用的营销点,将帮助魅族。从黄章首日复出的内部讲话视频中,李楠看到了黄章接地气的一面。以前相对小众的魅族将在今年变得大众而高调。这背后,李楠坦诚需要黄章的助力。黄章事实上早已拥有一帮拥簇的粉丝,但若辐射更广的人群,需要他像雷军一样出现在更多的场合。黄章是魅族今年营销战的制胜关键,但也是个充满未知的变数。“黄总不知道能抛头露面到什么程度,有可能的话会让他多露面。”李楠说。

对抗小米,改变魅族在行业的地位,加强营销只是其中需要弥补的薄弱环节。扩充产品线,辐射更广泛的用户群,提供维度更广的价位,也是魅族今年改变的方向。李楠透露,拿到融资后,魅族将加强产品链的控制,广招人才,增强研发的实力,扩充产品线,提高迭代更新的速度。

而这一切的落脚点是为了大规模地加入千元智能机的战役。黄章在内部讲话提到,今

年魅族会推出四个新的产品,价格上将从此前的2499元过渡到千元。他希望,今年能加快产品的开发速度,每半年推出一个升级版,每年推出一个全新的产品,以让新品上市半年便能降至千元。

一位业内人士认为,从目前的步调来看,魅族将“降价+提高产能”作为对抗小米的第一招,如果未来再能够保持产品做工,或许能改变目前劣势的局面。

融资扑朔迷离

不过,魅族设想和计划的这一切改变和重生很大程度建立在融资成功的基础上。

黄章在内部讲话中表示,2014年将融资十个亿以内,且越少越好。初始融资只会小部分引进投资人进来。随着第二轮、第三轮、第四轮融资,逐渐股价变高的时候,再进一步扩大股份制,以让员工持有更多原始股。

黄章已经做好准备,见一轮又一轮的投资者。李楠透露,魅族主要寻找的是对其产业链有帮助,且对员工股权激励有所保证的的战略投资者。在拥有硬件设计、软件研发和互联网服务等较完整的能力后,李楠指出,渠道、代工制造和互联网营销是魅族寻找的互补资源。在渠道方面,魅族虽在线下拥有600家专卖店,但线上渠道的开拓却不尽人意。在生产方面,魅族工厂产能小,不足以支持日益增长的销量。目前魅族内部工厂基本上是服务于新品试产和售后,其余产量都交由富士康代工。在营销上,魅族也希望寻找大型互联网平台合作,以减少在流量购买上的成本

“小米+万科”等于什么,这也使得网友相信,雷军和王石会“在一起”。

【分析】

魅族缺钱格力要布局O2O 即使无赌局也可能合作

按照黄章的说法,本次融资的目标是10亿美元。不过,黄章表态称,魅族最缺的不是钱,也无需投资人过多干涉公司策略,初次融资纯粹是为了开启员工股票期权制,吸引更多人才,发展更大分享更多,创造更大共赢之门。

不过,一些人不这么认为。互联网分析人士罗超认为,尽管魅族最缺的不是钱,但还是缺钱了。“过去魅族实打实做产品的做法使之不缺钱,吃得饱且在逐步壮大。现在,魅族如果不拿钱做大,不加强营销,不吸引人才,就会被边缘化,尤其是在智能手机市场红利正在失去时。”

这样的观点,或许可以从黄章发布的第一条微博中找到端倪。在微博里,黄章承认,“大家都知道我们营销做得烂”。

而如今的格力,正在开辟电商O2O模式,即使没有和雷军的那场赌局,格力投资手机,也符合传统企业在销售上向互联网思维转变的思路。

根据媒体报道,从去年开始,格力除建立自己的品牌旗舰店,加快自建渠道平台建设外,还在加速自己的网络建设。格力的官网移动端近日上了一个新功能,用户可利用自己的手机定位功能,搜索出离自己最近的格力专卖店,还能查看该店中的商品信息。

(据《河南商报》)

付出。

因此,拥有线上渠道资源、代工生产能力和流量推广等三大资源的战略投资者是魅族首选的对象。

格力的董明珠是黄章复出后洽谈的第一个对象。

对于和格力的联姻可能性,魅族展现出更多是积极的看法。李楠认为,在移动互联网的趋势下,无论是可穿戴设备还是智能家居,一切都以手机为中心。而魅族站在这个中心上有许多发展的可能性。“接下来,魅族和格力会有合作。”他说。

招商证券研报指出,对于投资魅族的潜在可能,格力展现了较为开放的心态。家电智能化和互联网化的趋势愈演愈烈。格力在过往两年的销售渠道整合以及中央空调领域的技术储备亦为公司未来进军网络业态以及空调智能应用的工业化向居民服务演变做好技术铺垫。而魅族在智能家电和互联网领域的思维对于在传统制造领域见长的格力或许是良性的补充。

一切扑朔迷离。只能说,两家同样面临转型和发展关键节点的珠海公司,能否牵手成功仍是未知数。魅族的融资和复兴之路才掀开了第一篇章。

(陈秀月)

▼ 业界观察

家电业观察家刘步尘指出,格力和魅族的沟通会面可能有地方政府在其中牵线搭桥。

若从格力整体的战略布局和董明珠的经营理念来看,刘步尘指出,格力电器投资魅族的可能性较小。格力坚持定位专业化制,董明珠曾说,“格力的多元化并不在于跨行业的多元化,更多的是在技术领域的多元化。”在他看来,董明珠不管进入何种设备,都是做功能性产品。如果要投资魅族,意味着进军数码产业。这和董明珠的专业策略是相悖的。

从格力上线了可以实现官网销售的移动版网页“手机网”,到加强与京东和苏宁的渠道合作,董明珠已逐渐表露出拥抱互联网的意向。刘步尘认为,格力拥抱互联网有三种方向。其一,强化电商渠道,把互联网当做未来销售成长的渠道。其二,在空调等功能产品不断智能化的趋势下,与软件公司合作,让格力的产品更具互联网基因。其三,在观念上彻底改变,从拒绝互联网到以互联网精神来改造传统制造企业。

由于当中可能牵涉到地方政府的影响,但刘步尘认为,以董明珠强悍的性格不会被地方政府影响决策。

4大因素 助力魅族格力联姻

因素一:珠海政府的促合

作为一家近30年的老大哥企业,格力的前身就是由珠海市政府以发展特区工业、壮大经济实力的名义成立的。它的诞生,本身就带有浓重的政府色彩。经过几十年的发展,它已经成为支撑珠海市经济的实体,拉动GDP的保证。

巧合的是,魅族的“大本营”同样落在珠海市,两家企业在合作方面具备天然的地理优势。为了打造本市的经济名牌,促进产业转型升级,珠海市政府将会极力促进这两家巨头的强强联手。魅族拥有移动互联产品,但缺资本;格力却是有资本,而无产品,这两者一旦合作,注定互补长短,如虎添翼。

因素二:魅族自身的需求

作为近年来在国内最具竞争力的手机品牌之一的魅族,严格来说,它才是中国智能手机产业的鼻祖。它拥有十余年的品牌基础,质量好、性价比高而积累了广大的粉丝群,形成“魅友圈”;它拥有互联网的思维和营销方法,但苦于没有资本。

在移动互联网时代发展白热化的今天,魅族再次看准了移动互联产业的价值,准备再次在移动终端的领域取胜,所以高调宣布融资,借助传统企业的雄厚资本,再次将自主的产业推到发展的巅峰。所以,魅族自身的需求,让两者合作这事儿靠谱!

因素三:格力本身的扩张

格力是一个非常靠谱的传统家电企业,它专注于空调产品数十年,积累了技术、资本和名气,成为世界名牌。但是,单靠它现在的品牌力和现有的空调等产品,要做到产值2000亿元,是很难的。同时,这几年互联网对传统制造业猛烈冲击的严峻形势,业内也有目共睹。

所以,它必须要从纵向寻求突破点,将多元化渠道打通,再横向拓展多品类产品,寻求多品类支持的合作伙伴。它必须要将“爪子”伸向更有潜力的领域挖掘“金矿”,例如移动互联网产业。往移动手机巨子注资,是一个很好的切入点;能有效打造更完善的产业链,让格力再升一个层次。

格力的纵向产业链相当完善,从原材料、制造、采购到渠道,一体化的基础对引入移动互联产业的魅族非常有利。同时,由于魅族在原有手机领域的巨大优势,将有助于格力横向产业链的拓展,使其产品除了空调、冰箱外,还有跨界手机产品,多元化策略,才能抓住用户的心。

因素四:格力看中金钥匙

家庭互联网是继PC和移动互联网的第三个阶段,它从概念的诞生到产品的落地,仅短短的不足一年。它已汹涌来袭,为传统企业与互联网企业创造机遇和挑战。

目前来说,手机,是移动互联网的核心产品;未来,它将成为开启家庭互联网的金钥匙。它是一个产品,满足了消费者的使用需求:通讯功能、社交功能;它是一个终端,连接着通往智能化生活的大门;理财、金融、彩票、驾驶……它是一个工具,可以实现移动互联网和家庭互联网的屏障,实现智能调控:电视、冰箱、空调、厨卫产品……

所以,格力投资魅族,势将手机这个含金量很高的业务包揽在手,将魅族变为其启动家庭互联网的“钥匙”,再次揭示了要成功,就必须站在“风口”,要转变,就必须重视互联网思维的逻辑。这也掀开了产品竞争体系的新局面,带来整个行业的变革,必将成为传统企业与移动互联网企业合作的一个经典。

(洪仕斌)

