

# 刘强东“爱情买卖”背后的营销

他无视行业规则，攻势凌厉，锋芒毕露，一个人对抗整个行业，是电商行业的一条大鲑鱼。这个被称为“坏孩子”、喜欢独裁的中年男人，就是京东商城 CEO 刘强东。

他不断发动战争，开着战车野蛮扩张。今天，他眼里已没有了苏宁、国美、当当网……开始寻思从淘宝嘴里虎口夺食。

而随着他与90后互联网红人“奶茶妹妹”的恋情曝光，人们惊讶地发现，这个“侵略者”不简单。这个喜欢挑起价格战的“硬汉”，展现出他柔性的一面，在京东商城赴美上市前夕，用一起跌宕起伏的爱情营销，为公司做了一个价值连城的免费广告。

鸟巢北边的北辰中心，刘强东的办公室里挂着一幅巨大的中国地图，占据了大半个墙面，十分醒目。在一张红色的大办公桌后面，刘强东像国王一样，在地图上搜寻他的下一个目标。也许下一秒，他就会抓起电话，向部下发令，红旗要插到这里。

不断挑起战争，不断攻城略地，这就是被称为“坏孩子”的刘强东的野蛮扩张方式。他虽然不喜欢读战争题材的书，却是一个无师自通的兵法高手，不仅擅长以小博大，还被称为“爱情营销专家”。这个中国互联网的风云人物，近来多次霸占娱乐版头条，并解救了被“出轨门”事件困扰的文章。

在京东商城即将赴美 IPO 的窗口期，刘强东以他最拿手的故事营销，为公司造势。今年3月，有网站爆料刘强东和“奶茶妹妹”章泽天在一起，认为他们正在热恋。“无图无真相”，当时双方都矢口否认，刘强东还将矛头指向马云(微博)，说是竞争对手在使坏。

然而，4月7日，剧情出现了大反转，环球网记者晒出了一组关键证据：刘强东与“奶茶妹妹”在纽约街头牵手、拥抱的照片，两人神态亲昵。但在外界看来，这又将是刘强东的一次“爱情买卖”。不管他和“奶茶妹妹”是否走到最后，可以肯定的是，刘强东和京东商城赢了。

## 刘强东的“爱情营销”

在媒体和网友的猛烈追问下，刘强东坐不住了。4月7日，连续两年多时间不玩微博的刘强东，破天荒地更新了内容，承认与“奶茶妹妹”的恋爱关系。这是刘强东的第三段恋情，他的前女友包括包括高级官员的女儿龚小京，以及2012年闹得沸沸扬扬的“西红柿门”主角庄佳。

在外界看来，刘强东的三个女人，分别对应刘强东人生的三个阶段：龚小京是他的初恋。在刘强东早期“下海”打拼时，她给过刘强东经济上的帮助。由于刘强东当时默默无闻，这段爱情鲜有人知晓。

2010年12月8日，当当网赴美上市，刘强东在微博中说：“刚看到国庆说邀请他的初恋女友参加上市庆功宴，很有趣！感触颇深，如果有一天京东上市了，我更应该邀请初恋女友来庆功。因为京东的‘京’就是来自初恋女友名字的最后一个字。”

据透露，龚是刘强东人民大学的同学。刘强东1998年开始创业，最初在中关村刻录光盘。当时，刘强东不被女友的家人认同。龚家三代从政，瞧不起刘强东的职业。迫于多方压力，2003年，他与龚小京的恋情走到了尽头。

刘强东人生中的第二个女人是庄佳，她出现在京东快速崛起时期。这段恋情的曝光，缘于阳台上的西红柿照片。2012年7月15日下午6点半左右，京东商城小家电营销总监庄佳在微博上发布了三张熟透的西红柿照片：“惊喜地发现结出小番茄啦，只有三只，舍不得摘。”大约十分钟后，刘强东的微博也发布了一张西红柿照片：“阳台上的西红柿终于

熟了。”“好事者”发现，他们照片上的西红柿“高度相似”，可以断定为同一株。

对于网友们的热情围观，刘强东无奈地说：“‘西红柿门’绝对不是一种营销。发西红柿照片的时候，我没想那么多，就是觉得挺好看的，想和别人分享一下。而且，这是正常恋爱，所有京东员工都知道，也不是秘密，我和庄佳谈恋爱三年了。”

如果事情就此打住，倒也罢了。就在京东承认事实的当天，公司宣布上线生鲜频道，主打蔬菜瓜果、鲜肉鲜蛋。这就让人生疑了，有人认为，刘强东简直是一个全才，不仅是一个优秀的企业家，还是一个出色的编剧，一个宠辱不惊的导演。

“西红柿门”变成了一起成功的营销事件，是在给生鲜频道造势。就在大多数人为他们祝福时，庄佳却淡出人们的视野，如果不是这次刘强东与“奶茶妹妹”地下恋情被曝光，庄佳早已被人遗忘。2013年，刘强东在美国哥伦比亚大学学习期间移情别恋，对象是他19岁的网络明星“奶茶妹妹”。

如今，刘强东与“奶茶妹妹”相恋事件，也处处透露出精心布局的痕迹。不迟不早，偏偏这时与“奶茶妹妹”擦出火花的事件被媒体抖露出来，外界猜测是在为京东上市增加曝光度。在科技泡沫言论甚嚣尘上的今天，这起事件有望为京东商城赢得加分，京东已提交了招股书，准备登陆美国股市。

今年1月30日，京东秘密递交了IPO招股书，计划赴美上市，最多融资15亿美元。有互联网分析师告诉记者，京东选择农历大年三十公布IPO计划，是因为对自己不自信，一般只有坏消息才会这么处理，等假期过完，新闻已失去了时效性。

就在外界普遍不看好的情况下，刘强东高调地进行了一次资本联姻。3月10日，中国互联网巨头腾讯入股京东，次日京东给自己的估值为157亿美元。不过，尽管经过多轮稀释，刘强东仍是京东商城最大的股东。在股权方面，刘强东占比为18.8%，投票权占51.2%；第二大股东为老虎基金，持股比例为18.1%；刚注入资本的腾讯，占总股本的14.3%，成为第三大股东。京东商城烧钱无数，期间曾传出面临无米之炊，刘强东仍是公司最大股东，让人觉得不可思议。

事实似乎正在应验外界的猜测，刘强东的爱情营销，是在给公司上市造势。4月15日消息，京东日前已向美国证券交易委员会(SEC)提交了更新后的招股书(F-1-A)，上市地点正式确定为纳斯达克，交易代码“JD”。

## 一个人挑起行业战争

刘强东微博首页的签名曾非常特别：“奋斗目标：穿越世界所有的沙漠。”2011年10月，他开着“战车”到达塔克拉玛干大沙漠，这是中国被他征服的最后一个沙漠。这个喜欢穿越沙漠的人，给人们粗犷的印象，再加上他频频挑起价格战，外界认为他是一个“好斗”之人。

生活中，刘强东远不像在价格战中表现的那样出尽风头，而是一个温和、低调、不急不躁的人，“如果一堆人坐在一起，我可能是最容易被忽视掉的那个”。即使有摄影记者在场的采访中，他一般也不会把自己整得帅一点。

刘强东曾说，他不喜欢战争，也不爱看这类的书，但“东哥”不曾停止谋划京东的下一步走法。

在2012年8月发动的那场价格战中，他用不到140个字的微博，就引爆了大众的眼球，发动了那场震动电商行业、被称为“史上最惨烈”的价格战。但结果“有些在意料之内，有些却出乎意料”：不仅因苏宁没有跟进而导

致价格战提早结束，还引来了相关部门的密切关注和罚单。

微博“约架”的方式，在外界看来非常高调，以至于有人宣称，为了惩治刘强东的狂妄，宁愿企业垮掉也要阻击京东。在价格战草草收场之后，针对京东的各种质疑，更是数不胜数，刘强东和京东商城似乎一夜间成为千夫所指。

在被外界非议的当口，有记者前去采访刘强东，想为他拍一张表情“凶狠”一点儿的照片。刘强东非常配合地扮出各种“恶狠狠”的样子，然而，记者发现，他怎么都改变不了“憨大叔”的造型，只得作罢。刘强东无奈地说：“我本来就不是凶狠的人，那都是被逼的。”

业界视刘强东为搅局者，因为他总把平静的市场，搅得浊浪滔天。李逵打仗有三板斧，刘强东却只有一招制胜，那就是价格战。

刘不怕价格战，可能跟他在中关村的经历有关。1998年，他到中关村海沙市场租了一个档口，交了一个月租金和押金，买了一台电脑，一台松下7502刻录机，又印了一万张宣传单，就这样“轰轰烈烈”地开业了——当时兜里只剩400元。

那时，大学生在中关村做“买卖”是很丢人的事情，因此刘强东没敢让家人知道，他“欺骗”父母说自己在外企过得挺好的，这样一瞒就是三年。“直到2001年，我母亲感觉有点不对劲了，突然有一天给我打电话，说她已经在北京西站，要我过去接她，我创业的事情才露馅了。”

当时刘强东母亲“痛心疾首”地批评“不成器”的儿子。不仅父母不理解，初恋情人也同样“看不起”他。读研微博研究生的女友，有时候下课会跑到柜台上，默默地坐在那里看着他忙碌，半小时之后突然冒出一句话，难道你一辈子就要这么生活下去吗？

“磨难”让刘强东的内心变得强大，他把自己当“光脚的”，毫无惧意地挑战业界大佬也就不足为奇了。当当网创始人李国庆曾叫板：“如果京东能拿到10倍于我的30亿美元融资，我就缴械投降。”刘强东则用微博回应：“本想忍住不说！可实在难受。遇到10倍于自己的对手就缴械，绝非创业者该有的精神！用3000万元干掉3个亿的企业，才是创业者该有的追求和气质！”

刘强东还曾透露：“某业界大佬想以白菜价控股我们，并威胁说，如果你不和我合作，我拿出5亿美元，难道打不死你？我说，我创业之初几平没钱都没害怕，何惧今日？光脚不怕穿鞋的。”

对此，有业内人士分析：“刘强东说的是富士康，因为当年京东以3C起家，跟富士康的产业链布局密切相关，后来控股京东不成，富士康挖新蛋网中国总裁杜家滨，自己做飞虎乐购，结果折翼。”

## 所有人都是竞争对手

商场竞争是残酷的，刘强东只是把这种残酷演绎得更加直观、更加夺人眼球而已。古罗马时代的角斗士，勇敢如斯巴达克斯之流的勇士，也只是为了生存下去而跟狮虎等猛兽决斗，还要跟同类相残，当然他们是被迫的。但在商场上，一家企业要活下去，可能需要主动去挑起这样的“战争”，因为这是个适用丛林法则的世界，不论企业家是无奈招招，还是主动挑战，都是正常的商业生态。

刘强东的全品类战略，注定了他跟所有人“抢食”，注定了要把所有人当做竞争对手，同时也会成为所有人的“敌人”。既然站在了这样的位置上，刘强东就义无反顾地采取了先发制人的策略，不断挑起纷争，对线上和线下的竞争进行布局。

京东创立时的定位是“网上IT卖场”，随后不断拓展新疆界，将自己定位为“网上3C卖场”，从2010年确定全品类战略之后，京东就开始不断地扩张。京东就像一个刚会走路就想跑的孩子，它首先进入日用百货，然后是图书音像，“只要是苏宁、国美、沃尔玛有的东西都要上”。随后又进军虚拟产品，比如旅游产品、电子书刊等。现在人们可以在线上购买机票、预订酒店、药品，甚至可以购买奔驰Smart汽车。

京东的边界逐渐拓展，每一次拓展都是一场激烈的战争。它选择的对手也都赫赫有名：国美、苏宁、当当、淘宝，这些对手没有一个是“省油的灯”，因此每次战争都是硝烟弥漫，遍地狼藉，只不过神奇的事情是：京东总是愈战愈强。

这跟刘强东的“斗争策略”有很大的关系，不知道刘强东是不是喜欢研究兵法，他总是喜欢“以己之长攻人之短”。在狙击对手的时候，他喜欢用“田忌赛马”的战略，比如跟苏宁“约架”的时候，京东的大家电品类只占所有品类的1%，即使所有1%的品类不赚钱，京东也可以接受，而主打大家电的苏宁就太吃亏了。

通过这种有针对性的策略，刘强东专打对手的软肋，给强大的对手们制造了无数麻烦，而京东却在斗争中成长了起来。2010年，京东交易额超过100亿元；2011年，京东交易额超过300亿元；2012年，京东做到了600亿元，而2013年的目标是1000亿元！

在2012年黑马大赛秋季赛深圳会场上，刘强东曾说过创业有三道坎：被收购，被抹黑，被断粮。正是在围堵中，京东通过惨烈的战斗跟对手、供应商等进行博弈，才终于有了市场上的一席之地。

一将功成万骨枯，在京东成长的路上，累累“尸骨”成为最常见的风景。每天，电商行业里都发生着最惨烈的战斗，身为局中的一员，周围全是对手，谁也无法超然物外，独善其身。不打败对手，就要被对手打败。

不仅是面对富士康毫无惧意，从2008年大战3C传统渠道商、2010年与当当网图书大战，到2012年8月主动“约架”零售业龙头苏宁电器，如果盘点京东商城的成长过程，几乎就是一部狼烟四起的“斗争史”。而且在战斗中，刘强东正变得越来越“狡猾”：“苏宁电器大家电年销售额在1000亿元，我们才几十亿元，我降价10%，最多亏几个亿，苏宁得亏上百亿，作为上市公司，他们怎么亏得起？”

## 独裁者的反思

有下属形容他们听到刘强东的话就像听到“圣旨”一样，刘强东却对员工的这种感觉感到困惑：“他们也不是离开京东找不到工作的人。圣旨对我来说，真不是件好事。”

一个企业能走多远，执行力非常关键。刘强东一直用自己的“专制”来保证组织执行力。“如果我要推动的事情，那绝对是强硬推动，就是一旦形成决议时，我们决定来做这个事，那可以说真的是排山倒海！”京东历史上几次转型，都是靠他强制推行的。

再往前数则是代理商到零售商的转型，当时刘强东在中关村做到了60%以上的市场份额。

可他觉得再做下去没有前途了：“虽然很赚钱，但没有价值。所以我们选择转型往下走，做零售商，这样可以掌握终端用户。”这次也是大部分员工不接受，但架不住老板的强力推动。

第三次是将销售品类从3C扩充到百货，刘强东甚至动用了董事会的权力来压制反对意见。投资人和员工的反对都被他置之脑后，

“专制”又一次取得了胜利，而京东又迎来了一次发展的契机。现在回头来看，刘强东的专制，还是有可取之处。

在管理风格上，刘强东控制欲很强，“方向盘一旦交给别人，就等于你放弃了”。他会选择某一天亲自给用户送货，并坚持每天抽一小时查看投诉或留言，以掌握公司的细微状况。

“大家感觉这个设计好吗？我对顶端同仁黑色极为反感，可是公司内90%的人都说好！请大家评评，感谢各位指教！”刘强东在京东商城某个频道上线时，曾发出征集意见的微博。铁腕治企的刘强东，在面对多数员工意见的时候，并没有粗暴地否定。刘强东明白，企业做大了，必须集思广益，发挥集体智慧。

刘强东曾说，如果京东倒了，99%的责任都在他。随着京东规模的嬗变，非常佩服“铁娘子”撒切尔夫人做事方式的刘强东，意识到要管理新的京东，自己必须要作调整，不能一成不变。毕竟京东已经不是从前的小企业，只靠专制的一面，是玩不转这样的大企业的。

## 京东的未来

此前，刘强东脾气不好，他会在早上公开指责高管们，以致在高管加入京东时，助理要专门提醒对方注意。现在刘强东开始有意识地控制自己的坏脾气，用更委婉的方式指出问题，尽量不让下属难堪。刘强东说，在每年年底三天的战略讨论会上，“恨不得把自己嘴巴封起来，少说话，这样他们才能多说话”。他希望倾听下属的声音，希望下属不要怕他。

除了脾气改变，刘强东也开始放权了：“之前我什么都管，呱呱一下，冲到一线去。”现在他开始放手，让专业的人去做专业的事儿。比如，现在的采购由采购副总裁负责，5000万元的单子不用刘强东签字，这是刘强东“民主”的表现。

从2008年开始，刘强东每年都会给自己放一次长假，他利用这段时间长途越野。刘强东喜欢在举世隔绝的沙漠里让自己的身心彻底放松。在他跋涉期间，经常处于“蛮荒之地”，手机、电邮统统失效。京东真成了“没娘的孩子”，但这却是真正考验企业管理能力的方式。“我只有真正离开，才能检验授权是否有效。”

刘强东必须这么做，没上市前，他可以独裁一点，一旦成为上市公司，这种性格会给公司制造麻烦。刘强东行事的性格当中，强势的一面非常突出，多次电商大战，他都站在风口浪尖，而他身后的风投。今日资本、红杉资本、老虎基金等主要股东，一直处于沉默之中。

投资机构人士指出，京东与股东之间的风平浪静并不是好事，电商是一个烧钱的行业，而风投都是逐利的。表面上看，刘强东牢牢掌握了公司的绝对话语权，在公司内部说一不二，但与风投之间的蜜月期逐渐过去，资金走向决定着京东未来的命运。

刘强东立志做“有中国特色的亚马逊”，为了达成这个目标，京东在物流上耗资巨大。但物流优势能否成就京东的霸业？目前来看，尚无定论。未来，京东能否全面实现盈利，也是悬念。虽然京东的招股书显示，去年第三季度实现了盈利，但这种盈利能否具有可持续性？

而在移动互联网时代，京东的步子走得有些慢，全面落后阿里巴巴(微博)，如果在上市方面能抢先阿里巴巴一步，局势会相对好一些。但大环境对京东十分不利。近来，新的科技泡沫正在形成。截至4月15日，腾讯的股价为516港元，较巅峰时跌去了130港元。国外，脸谱的股价也在大跌。此等局面下，刘强东怎么玩转京东？

(慧聪网)

# 《企业家日报》

中国企业的思想阵地 经济市场的冲锋号角

## 开创内容与形式的大型财经新报章

统一刊号:CN51—0098

邮发代号:61—85

北京:010—87721045

87527365

52896956

52896958

成都:028—87319500

68230696

新浪官方微博:@企业家日报 @今日微报道

全国各邮政局(所)均可订阅 全年定价:450元