

全新沃尔沃 XC90 限量版电商发售 全球精英力捧北欧豪华新格调



首批全球限量版全新沃尔沃 XC90 预定车主。从左至右分别为:1109 号准车主柳传志、888 号准车主李彦宏、803 号准车主吴宇森、1899 号准车主梅葆玖、827 号准车主郭晶晶。

2014 年 9 月 2 日,全球豪华 SUV 巅峰之作、全新沃尔沃 XC90 推出全球限量版,继之在全球同步率先通过电子商务平台进行发售。全球限量版共推出 1927 台专属定制车型,以此纪念沃尔沃品牌创立 87 周年。作为沃尔沃的第二本土市场,中国这次全球限量版配额为 500 台。全新 XC90 受到中国精英们

热情关注,已有联想控股股份有限公司董事长、联想集团创始人柳传志,中国最大搜索引擎百度的联合创始人、主席兼首席执行官李彦宏,香港电影导演、编剧和制片人吴宇森,京剧宗师梅兰芳之子、京剧艺术大师梅葆玖,以及中国跳水世界冠军郭晶晶等,已预定成为全球首批车主。

这些在中国乃至全球有着广泛影响力的时代先锋人物,被全新 XC90 所传承的 87 年沃尔沃人本精神、自然又自信的北欧生活哲学和独具一格的北欧设计所吸引,不约而同地做出同样的选择。他们在各自领域是当之无愧的大师,但当他们走出办公室、走下片场和舞台,回到家中,他们又是最懂生活最有责

任感的智者。他们的默契之选,已非对一事一物的评鉴,而是对幸福丰沃人生的又一次追求,这也是全新 XC90 在产品属性之外要传递给车主和社会的生活理念。

自上周在瑞典艺术殿堂 Artipelag 惊艳亮相以来,沃尔沃全新 XC90 受到全球媒体争相报道,更引起了全球名流精英的广泛关注。北欧设计、豪华内饰、精湛工艺、环保科技和智能安全,凝练和提升了北欧豪华汽车新格调,使沃尔沃在豪车阵营中独树一帜,尽显北欧魅力。

全球首批限量版全新 XC90 将采用电子商务平台发售,是沃尔沃采用创新营销方式和个性化服务的开始,也是对现有经销商渠道的补充和提升,让他们能更关注于打造从销售到服务的一体化生态系统。“想要拥有这款堪称世界上最出色、带有唯一专属编号的尊贵豪华 SUV,你必须下手敏捷,从目前全球客户表现出的极大热情来看,首批限量版 XC 90 很可能在最短时间内被抢购一空。”沃尔沃汽车集团市场营销、销售及客户服务高级副总裁阿兰·维瑟表示。

作为有特殊纪念意义的 1927 台限量版,电商销售的每一台全新 XC90 均带有专属编号,这不仅彰显出其主人独一无二的尊贵身份,更诉说着他们传奇的事业和精彩的人生故事。随着全球统一时刻启动限量版电商销售,更多影响世界和时代的沃尔沃精英车主将走入公众视线,共饕全新 XC90 全球

首发盛事。

对全新 XC90 的倾慕,首当其冲源自沃尔沃汽车有史以来最豪华的设计语言,全球限量版车型更在此基础上推出了别具一格的豪华配置。每一台限量版车型都配备了带有专属编号的迎宾踏板,后门也刻印有专属标志,尽显与众不同。整车则采用玛瑙黑金属漆,内饰配备琥珀色 Nappa 真皮座椅,搭配直纹胡桃木饰条点缀的黑色真皮中控台,于大气中彰显低调奢华。

在动力操控方面,全新 XC90 限量版采用了沃尔沃最新 Drive-E™E 驱智能科技”动力总成,中国市场装备高性能 T6 版本自然吸气和涡轮增压发动机,最大动力输出达到 320 马力和 400 牛·米峰值扭矩。搭配换挡流畅的 8 速自动变速箱和电控空气悬架,全新 XC90 限量版将赋予尊贵车主更动感、更人性化的愉悦驾驶体验。

更重要的是,作为汽车安全的领军者,沃尔沃全新 XC90 限量版配备有目前行业中最领先、最全面的安全系统,从而为最尊贵的客户带来全方位的安全保障。其中,路面偏离保护系统和交叉路口自动刹车技术,这两项全新世界首创的安全技术标志着沃尔沃在“零伤亡”智能驾驶方面又向前迈出了革命性的一步。连同 City Safety 其他智能安全技术的应用,沃尔沃全新 XC90 已向世人描绘出未来自动驾驶的清晰蓝图。

(曹彬 陈瑜 胡晓丰 张乐 于丹)

创业,痛并快乐着

——访赤峰富强机电设备公司总经理富强

富强,第一眼给人的感觉很踏实,没有一些商人身上那种市侩,显得清爽利落,很儒雅。这个朴实、憨厚的中年人,能带给笔者怎样的创业经历?

听他介绍完自己企业赤峰富强机电设备公司的情况,笔者的心里很是不平静,望着他那真挚的眼神,记者在揣摩着他,这究竟是怎样的一个人,怎样才能走进他的内心世界呢,但又不忍心触及他内心的伤痛,他似乎看出笔者的心思,爽朗一笑说,没什么,我很坚强,随便聊聊吧。一句话拉近了我们二人心理的距离。

他说:我是煤矿子弟出身,对煤矿有着特殊的感情,大学念的是山西矿院,1992 年辞职下海,做起这行,深知煤矿的工作环境,煤矿作业面的灰尘大,很多矿工都得了职业病矽肺病,痛苦不堪。为此我在山东创业建立工厂,生产矿井除尘设备,这期间我本人获得了极大的锻炼,有了很大的提升,由专业技术人员到管理人员、由创业者到资本者,企业也由创业初期的手工作坊发展到现代化公司,其间有过感慨,有过满足,但心里的弦绷得更紧了,因为责任大了,企业办到一定程度,它应该是社会的了,应该对社会负责。

他说本着为家乡造福的理念,回到家乡创业投资,但现在看来很难,投资 4000 万,难以开工,化工企业散发出的气体及危害,严重影响了我正常生产,现在的企业在停产,有订单也生产不了。说到这,他的眼神暗了下来,看得出这位朴实坚强的男人,心里也有脆弱的一面。

“那你后悔吗,来家乡投资?”笔者问到,他说:后悔?没有。赤峰富强机电设备有限公司是一个具有生产、安装、经营能力的综合性企业,企业生产矿用综合除尘系统,一直以来立足于矿山煤尘治理领域,以节能、节水、环保等高新技术为主要研究方向,以机电、环保设备和产品开发为先导,是具有独立研制、设计、制造、设备成套、安装、调试的专业公司,其中负压诱导除尘系统获得国家专利,目前该专利产品已在煤炭行业综采面、选煤厂等广泛应用,如中国最大的矿井神华大柳塔矿、中国第一标准化矿神华上湾矿、中国最长的皮带巷神华昌汉沟矿、中国最大的露天矿安家岭矿和安堡岭矿均在使用我公司研发的负压诱导除尘系统,得到了客户的普遍认可和好评,公司的前景广阔。再说,事情总得有解决的办法,后悔没用,还得积极走下去。“持续、安全、稳定”是富强机电产品一贯的品质。“团结、协作、责任、服务、挑战”是富强机电的核心价值观。目前,公司秉承“因为专注所以专业,因为诚信所以成功”的生产和经营理念,正在不断提高领导者和员工驾驭现代化管理、装备的能力及道德素养来拓展市场空间,为赢得国内外更大市场份额而奋斗。

听到他铿锵有力的言论,看着他神采奕奕的眼神,笔者都受感染了。创业的路上,未必一帆风顺,看你怎样去对待,无论怎样那都是一种收获,阳光总在风雨后,痛并快乐着。

(明月)

美团、糯米、大众点评……活下来的为什么是它们? 团购网站:从“千团大战”到“剩者为王”

通过对团购行业的深入分析及创始团队背景调查,我们会惊人地发现,强大的互联网背景是团购网站成功的共同基因。

团购网站幸存者

最早起源于美国的团购模式,自 2010 年初被引进国内后便遍地开花,掀起了一轮出人意料的互联网团购大潮。短短 4 年间,团购网站经历了资本宠儿、千团大战、恶性竞争、IPO 折戟、资本断粮、裁员关站、精耕细作、移动春天等一系列过山车式的发展,行业轨迹波澜壮阔,令人唏嘘。

截至 2014 年 6 月,中国团购网站的数量锐减至 176 家,相比 2011 年 8 月高峰时的 5058 家,存活率仅为 3.5%。经过大浪淘沙之后,团购网站幸存者市场垄断地位逐步形成,排名前五的团购网站成交额占到整体的 99%以上,从当年的“千团大战”完全过渡到“剩者为王”的时代。

年交易额达数百亿元的中国团购市场,经过多年发展,最终培育起了数家团购网站巨头。以交易额划分,目前国内前五的团购网站分别是美团网、大众点评网、百度糯米、窝窝团、拉手网。其中,美团网发展最为迅猛,目前已拥有 9000 万活跃移动用户,2013 年交易额超 150 亿元,预计 2014 年交易额将达到 450 亿元,占据中国团购市场

50%以上市场份额。

由于本地生活服务市场成为继电子商务之后公认的下一个万亿级市场,已引起中国互联网 BAT 巨头的高度关注,并且通过投资并购等多种方式入局参与竞争。目前前五的团购网站中美团网获得了阿里巴巴数亿美元的战略投资,而大众点评网获得了腾讯 4 亿美元投资,糯米网则被百度全资收购改名成百度糯米网,而剩下的窝窝团、拉手网也在寻求互联网巨头的资本战略合作,整个团购行业正在进入“拼爹”时代。

幸存者的共同基因

在中国互联网过去十几年的发展,经历过无数互联网业务及商业模式的大起大落以及行业变迁,但是毫无疑问,团购行业是最残酷、最惊心动魄的一个案例。令人好奇的是,为什么大浪淘沙之后目前的幸存者是美团、糯米、大众点评等为数不多的几家?通过对团购行业的深入分析及创始团队背景调查,我们会惊人地发现,强大的互联网背景是团购网站成功的共同基因。

如果说要找中国最早形成规模的 O2O 业务,那么非团购莫属。团购业务一方面需要与线下成千上万的生活服务商家对接,另一方面需要通过互联网吸纳海量用户进行网络下单,商业模式决定了团购是一个线上与

线下高度融合的互联网业务,只要偏废其一,都可能导致整个商业模式陷入进退两难的境地。

尽管团购网站高峰期达到了 5000 多家,创业团队背景各种各样,但是基本可以归纳为两大类:一是以互联网背景为主,从互联网领域进入线下本地生活服务的团队,比如美团网、拉手网、糯米网、大众点评网、满座网、滴嗒团、团宝网及早期的窝窝团等等;二是以广告传媒及本地营销机构背景为主,从本地生活服务中介进入线上互联网领域的团队,比如 F 团、24 券网及后期的窝窝团,还包括一大批未曾成名就死去的地方团购网站如万众团、举手网、欧拉团、第一团等等。

团购业务之所以具有星星之火可以燎原之势,源于进入门槛极低,很多地方创业团队拉几个地推成员再搭一个网站就开始创业。尽管在初期,通过线下地推集合了一部分优惠商家到线上,从而吸引到一批本地互联网用户。但是到后期,用户的新鲜感退去同时面临美团、拉手等大型团购网站的线上分流冲击,地方团购网站因为无法聚合本地互联网用户而最终被迫关闭。

越是到后期,各团购网站巨头的竞争本质上都是线上流量的竞争,无论是在公交、地铁还是电视媒体所进行的巨额广告投入,归根到底都是为了通过打造品牌吸纳更多互联网用户。而线下商家开拓只需要一支精悍

的地推团队即可解决,相比线上流量获取的困难、复杂、高成本,线下地推显然更加简单、直接。

团购业务归根到底还是一种互联网商业模式,所有的游戏规则最终还得回归互联网轨道,包括团队组建、对外融资、战略合作、上市退出等等重要环节。从美团网创始人王兴、糯米网沈博阳、拉手网吴波等多个团购巨头创始人及创业团队背景,我们可以看出,具备强大互联网背景的创业团队在团购业务红海拼杀中优势更加突出,对于如何融资、如何获取流量、如何调整商业模式显得更加轻车熟路、游刃有余。这一现象,无疑也给更多正准备进入本地生活服务市场进行 O2O 创业的创业团队更多思考,强大的互联网运营背景很可能已成为 O2O 项目成功的重要因素。

前沿团购网站创始人人大起底

美团网:创始人王兴,先后就读于清华大学、美国特拉华大学。2003 年放弃美国学业回国创业立校内网,2006 年被千橡集团收购。2007 年创办饭否网,2010 年创办团购网站美团网。2011 年、2014 年先后获得阿里巴巴巨额注资,2013 年美团网销售额超 150 亿元。

糯米网:创始人沈博阳,先后毕业于南开大学、美国加州大学洛杉矶分校。毕业后先后



供职于美国雅虎、谷歌中国,并出任 Google 中国区战略合作负责人。2010 年 1 月,沈博阳以副总裁的身份加入人人公司,并开始内部创业创建糯米网。2013 年 8 月,百度战略投资 1.6 亿美元,获得 59%股份,成糯米第一大股东;2014 年 1 月,百度全资收购糯米网,估值 2.7 亿美元;3 月 6 日糯米网更名为百度糯米。

大众点评网:创始人张涛,沃顿商学院 MBA,曾任美国公司 IT 咨询顾问。2003 年留学归国创立大众点评网,在全球首创餐饮消费者点评模式。2010 年 6 月 9 日大众点评网团购频道“点评团”上线。2014 年 2 月,腾讯以 4 亿美元占 20%股权战略投资大众点评网。

拉手网:创始人吴波,先后毕业于清华大学、美国西密歇根大学。1999 年,创立中国大型综合门户网站焦点网,并于 2004 年被搜狐公司收购。2010 年 3 月创建拉手网。2011 年 11 月,拉手网赴美 IPO 失败。2012 年 8 月,吴波卸任拉手网 CEO,重新创业创立美加乐。

窝窝团:创始人王赞明,毕业于清华大学,1999 年创办 C2C 交易网站“51 买卖”,2008 年 5 月在读 MBA 的时候创办集合网。2010 年 3 月创建窝窝团。2010 年 10 月,窝窝团被前分众传媒副总裁徐茂栋全资收购,后者成为窝窝团的董事长兼 CEO。

(易财)