

金聚唐平台的原理与创新之处:把原本省不下来的钱省下来作为利润让消费者去分享,让“消费者来推动消费”,消费者的身份发生了革命性的转变,变成了“消费商”。这一变可不得了,消费变得可以赚钱,会员变成了生意人。

厉向阳:金聚唐把消费者变成消费商

■ 蒋君 报道

厉向阳,一个新崛起的亿万富翁,一个“互联网金融大鳄”,一个全新的互联网订单交易平台的创立者,一个谜一般的人。

有人说,他是个不世出的奇才,而且“肯定”曾得到过某位高人的指点。还有人说,他不过是走运,在最恰当的时候,站在了“互联网+”的风口。

6月28日,在中国电子商务之都金华,来自全国各地的数百位各领域专家、企业家、代理商齐聚浙江金聚唐电子商务有限公司,参加规模盛大的“互联网+”金聚唐模式发布会。记者专程从四川飞抵金聚唐总部,目睹了现场盛况,并对公司创始人、董事长厉向阳进行了专访。

打造全新的消费生态系统

记者:“金聚唐”这个公司名称并不是一个现成的常用名词,而是你们自己创意的。请介绍一下,“金聚唐”这个名称,有怎样的内涵呢?

厉向阳:金,是指财富;聚,是指聚集;唐,是指大唐盛世。整个名称的寓意是“财富聚集中国”。我本人做实业,外贸多年,但是多年的外贸制造并没有让我有多大的喜悦感,渠道受制于国外,定价权在大型采购商手上,表面上一年销售额很高,但是作为产业链末端的中国制造往往只是赚了点辛苦钱,并且不少还以环境破坏为代价。

现在高端制造业往发达国家回流,低端制造业转移到劳动力更加低廉的市场,中国制造夹在中间,处于尴尬的发展境地。

别人说我创办金聚唐只是为我的豪庭家具提供一个加上互联网的途径,但实际上我们的理想是想让这个商业模式能更好的服务更多的中国制造企业,为他们加上互联网。只有真正赚到全球的钱,中国制造企业才值得自豪。

记者:请介绍一下金聚唐电子商务有限公司的基本情况。

厉向阳:金聚唐是一家经浙江省工商局批准,并得到金华市政府大力扶持的电子商务公司。2014年9月29日正式开业,2014年10月28日,金聚唐CN828系统正式上线运行。一个公式“互联网+工厂+零售+金融=金聚唐”能够形象的表达金聚唐。

记者:“互联网+”时代是创意无限的新时代,万事皆有可能。但我相信,金聚唐的诞生绝不会是偶然的。你之所以创办金聚唐,一定是出于对这个行业的深入思考和独特理解。请谈谈这方面的情况。

厉向阳:现在,国内许多生产企业生产过剩、销路不畅、产品积压,经营困难,产品卖不出去,让代理商低价拿货,他们却高价卖给了消费者,但工厂有时候连货款都拿不回来。但另一方面,广大消费者又很难买到物美价廉的商品。

商品从生产、流通、到消费者的各个环节,所创造的利润既没有留给企业,也没有让给消费者,而是被中间商赚走了,或者被浪费掉了。互联网平台的兴起革了很多实体中间商的命,互联网交易的初衷是让工厂直接面对消费者,减少中间环节的浪费,让消费者得到好处。但很多时候,传统电商却走向了它的反面:以次充好、大打价格战,为提升销量做大量的推广。表面上看,网购是为



消费者着想,实际上受伤害的还是消费者。企业只追求价格,无力追求品质与创新,想做好品质的企业难以生存。

天下生意只有三种身份:工厂、消费者、生意人,谁能让三者有合理的利润分配,共赢共生,谁就会得到拥护。我们基于这个最根本的道理原创了一个整合生产企业资源与消费者资源的平台,打造了一个全新的消费生态系统。

消费资本被前置到生产环节

记者:你们引以为傲的“金聚唐电子商务新模式”到底是一种什么样的模式?新在哪里?意义是什么?请具体介绍一下。

厉向阳:我们打造的这个平台既是订单集成的平台又是订单交易的平台,我们把消费者对商品的零散需求集成起来去向工厂下单。采用C2F(从消费者到工厂)的顺序,以消费者的需求来确定生产,把消费者的消费资本(本来就要花的钱)直接进入到了生产环节,这样既打通信息流同时又打通了资金流,所以消费者可以获得工厂成本价的产品。

普通电商平台只降低了流通领域的成本,由于我们打通信息流和资金流,不仅降低了流通领域的成本,更是大幅度降低了生产领域的成本,这是革命性的。这打破了几千年来从工厂到消费者(F2C)的顺序。现有传统电商的变革只发生在商业流通领域,我们把变革延伸到生产环节,表面一小步,实际一大步。真正做到“最短的距离,最低的成本。”

对于工厂,由于这个前所未有的模式的创新,消费者的消费资本被前置到生产环节,消费者的需求信息被前置到创新环节和生产环节,这种看起来小小的顺序变化带来的却是现代制造业生产组织方式上的革命,这种资金流、信息流的打破与重新排列,可以使工厂“下降以前不可能下降的成本,拒绝以前不可能拒绝的浪费,控制以前不可能控制的成本”。

对于消费者,刚才我讲过,工厂“下降以前不可能下降的成本,拒绝以前不可能拒绝

的浪费,控制以前不可能控制的成本”,这样就省下以前省不下来的钱,这种转变是由于消费者消费观念的转变和消费习惯的改变给企业带来的,所以企业就应该让利给消费者,让消费者去分享这里面的利润(视消费者为企业投资者),这就是金聚唐平台分红的来源。我们的目标是:“让消费者花你原本就计划花的钱,省你原本省不到的钱、赚你原本赚不到的钱”。

金聚唐赢在基因上

记者:金聚唐电商项目相比传统的电商模式有什么优势,和电商巨头相比,生存发展的空间又在哪里?

厉向阳:1.最短距离、最低成本:我们的渠道是最扁平的,平台不赚取商品差价,这是所有传统电商平台无法想象的,不但成本价供货还不赚取差价。F2C的传统电商平台、微商都是赚产品差价的。只有我们才称的上真正去掉了中间所有环节,实现工厂与消费者的直接连接。电商战胜实体经销商的过程就是砍掉中间流通环节的成本的过程,而我们不但砍掉中间流通环节的成本,更革命性的是我们还能大幅度降低和深挖生产环节的成本,因此我们的价格更有竞争力,这是传统电商不可能做到的。我们逐步做到的过程就是我们战胜传统电商的过程。所以金聚唐一定赢,赢在根本的基因上。

2.买家与卖家身份可以随时切换:更加革命性的是让买家成了卖家,从古至今,只有卖家赚钱,买家掏钱的。

传统电商砍掉实体经销商的成本,转移给他的卖家们,利益群体发生了转移并扩大了。而我们砍掉了流通领域的成本,别人做不到的是我们还省下了生产领域原本省不下来的钱,让消费者去分享这里面的利润(视消费者为企业投资者),我们把利益让给了更广大的群体就是消费者。让“消费者来推动消费”。所以这样就好比毛主席说打土豪分田地。你在这里不需要像在传统电商平台一样去开店,整个平台都是为你开的,所有的优秀生产企业都为你供货,你也不用推销产品,你只要告诉别人这里更省钱就行

了,顺便你把多余的钱买成订单,我们有个分红机制,你中了100块钱一手,现价115一手,订单卖出去,15个点的回报,从商品的买卖上这个利润不高,但是从资金的投资回报率上,哪怕是一年15%,都已经非常高了,余额宝靠赚利差,我们根据消费量分红,本质上不一样,我们一年有1万亿的消费量,就可以有一万亿的订单投放量,按照现在的水平就要分配1500亿红利给消费者。套用《消费资本论》作者陈瑜教授的一句话,不远的将来,成千上万的消费者会像潮水般从现有的传统电商平台涌向金聚唐平台。

目标 实现估值过百亿

记者:您作为浙江金聚唐电子商务有限公司创始人、董事长,对公司未来的发展有着怎样的规划?

厉向阳:做计划与市场的调节者:我们可以通过平台的大数据去节约由于市场调节失灵,广泛存在于生产领域和商业领域中的不带来生产力的低价值资源浪费。

做消费引擎拉动的推动者:消费是拉动经济发展的重要引擎,我们把原本省不下来的钱现在省下作为利润让消费者去分享、分配,让“消费者来推动消费”,消费者的身份转变成了“消费商”,消费变得可以赚钱,会员变成了生意人。这种机制性的消费内在推动力将会强于以前的任何方式。为我国促进消费扩大和升级,实现消费驱动经济发展方式新常态提供一个参考模式。

做创业平台的提供者:这是一种轻资产的创业方式,可以是第一职业,也可以是第二职业。响应了国家“大众创业、万众创新”,扩大就业的号召。

做民族实业振兴的助力者:让中国工业生产聚焦到创新、创造与生产上来。轻装上阵,不必再为其他琐事担忧,提高国际竞争力,创造更多的全球品牌,振兴民族企业。

同时,金聚唐在全中国的布局已经全面展开,我们计划在2016年的6月,实现用户数量突破10万人,区域代理超过1000家,地面服务端超过600家,月均商品提货数量超过1.5亿,平台月交易额突破50亿以上,成长为中型电商平台,实现估值过百亿的目标。

(来源:《经营管理者·财经领袖》,本报有改动)



▼ 相关链接

家居业界大佬畅谈互联网 + C2F 模式助推行业变革

“在家居制造业疲软的今天,重资产的传统家居企业如何取胜?互联网+C2F模式很好地解决了这个问题,同时符合未来经济发展趋势,即消费者也是投资者。因此,C2F模式会成为未来制造业变革的主流模式。”7月18日,著名经济学家陈瑜在“互联网+家居产业创新论坛”上作出如上表述。

这次论坛由互联网品牌孵化机构泰元品牌管理主办,四川省家居产品商会、成都市互联网协会、成都市电子商务协会、四川智慧城市产业联盟、四川省广东商会、盛景网联集团、金聚唐电子商务、十分咖啡等联合协办。论坛以“拥抱互联网+,创新家居产业”为主题,聚焦现代制造业产业创新、模式创新(C2F与B2C、O2O等),吸引了300多位行业精英参会,共同探索传统家居行业与互联网的融合创新。

世界新经济研究院院长、著名经济学家、《消费者也能成为“资本家”——消费资本化理论与应用》作者陈瑜首先登台演讲。陈瑜对“消费资本化理论”进行了全面阐释,消费者在购买企业的商品之后,企业应把消费者的消费视同是对企业的投资,并按一定的时间间隔,把该企业利润的一定比例返还给消费者。这意味着,消费者在消费的同时,

实际成为一个投资者,而消费则质变为资本。

陈瑜表示,C2F模式很好地解决了重资产的传统家居企业如何互联网+这个问题,同时,符合未来经济发展趋势。

据介绍,C2F是英文Customer-to-Factory的缩写,其中文简称为“终端消费者对工厂”。消费者通过互联网向工厂定制个性化商品的一种新型网上购物行为。C2F相对B2C、C2C电子商务模式,其优势表现在以让商品价格更便宜,C2F让消费者尊享独一无二商品,正规正品,交货周期快。

四川泰元品牌管理有限公司CEO、成都市互联网协会副会长唐煜说,我国西部与东部地区,人均收入相差不到一倍,人均商业基础设施却相差近4倍,网络零售创造40%的新增消费,释放的是三四线城市消费潜力。在这种环境下,实体商业虽然不会消亡,但其技术手段、商业模式和地理布局将会发生重大变化,是走O2O还是走C2F,唐煜认为目前还没有定论,需要看具体每一个行业的产业属性。他认为,对传统制造业而言,要么拥抱互联网,要么死。

论坛中,浙江金聚唐电子商务“只有成功,没有失败”、“零风险,高回报”的创新模

式,令与会者耳目一新。金聚唐电子商务领军行业之先,主动拥抱互联网,在模式创新方面提出的“消费者”和“订单证券化”的全新概念。

金聚唐运营总裁谢海波在演讲中说,在“消费者时代”,消费者花原本就计划花的钱,但同时还省下了原本省不到的钱,更能赚原本赚不到的钱。它所带来的是一种全新利润分配消费革命,让消费者也参与了利润分配,让更多人成为消费商,分配更加合理。

“订单证券化”指通过订单的转让获利,或订单的持有获得平台的分红。分红的基础是消费,分红的量由平台的消费总量来决定。在互联网大潮的影响下,很多企业都在做“互联网+”,金聚唐却在诸多创新模式中寻找到一种让互联网与传统行业真正深度融合的模式,创造出新的发展生态,找到商机所在。

金聚唐成都分公司董事长胡成亮进一步表示,未来该模式将不会局限于家具,而是从家具到家居,再到家用,涉及吃穿住行的方方面面。

网众科技是本土互联网+家居产业链上的新兴创业代表。其创始人兼CEO米奇

表示,家具制造乃至整个家居行业,大部分遵循传统的生产运营模式,予人的印象跟互联网相距甚远,在经济新常态的浪潮下显得难以适应。传统企业能否抓住这一轮互联网变革,决定着在下一轮竞争中还能不能活下来。

斯米全屋创始人林强向与会嘉宾分享了创新、行业首个“C2B+O2O”结合的商业模式,通过互联网强大的线上配置器为顾客提供自主模块化设计,提供个性化方案,将关于家的设计和消费者的所有想法都一键搞定,而最主要的是通过质量标准化施工,和各大家电、家具、配饰、软装知名品牌的强强联手,完全实现“所见即所得”。

杭州唯曦控股集团联合创始人胡彬在论坛上认为,“互联网+”在未来是一种全新的生活方式、消费方式、生产方式、甚至是社会形态变化的一种趋势。2015年是中国“互联网+”元年,以互联网连接一切,已经上升为国家战略。国家正在绘制“互联网+”路线图,站在“互联网+”国家战略机遇期和世界第四次工业革命“飓风口”上。他提醒所有的创业者和企业经营者思考:有没有描绘属于自己的“互联网+”行动路线图?

(罗鸣)

人物名片:

王远炼,成都万信合集团有限公司董事长,全球诚信资格评审委员会副会长,全球金融专家委员会中国区理事长,国际金融联盟委员会中国区副理事长,全球企业管理专家委员会中国区理事长



王远炼:万信要做创新金融的领跑者

■ 卢建波 报道

近年来,互联网金融成了互联网行业最为耀眼的“风口”。成都作为西部地区中心城市,互联网产业发达,金融创新能力突出,社会资本充沛,为创新金融的发展奠定了坚实基础,自然成了互联网金融企业的聚集地。

有着“创新金融第一品牌”美誉的成都万信合集团有限公司(下称“万信合”)就是众多互联网金融企业的代表。近日,记者走进万信合,采访了万信合董事长王远炼先生。

记者:互联网金融发展迅速,但优质机构在迅猛发展的同时也有机构悄然“跑路”,可见互联网金融行业洗牌难以避免。万信合作为一家多元化经营的集团企业,为何目前把“创新金融”作为企业重点发展的方向?

王远炼:在互联网快速发展的今天,我国传统的金融业发生了业态和生态的变化。特别是技术创新带来的互联网革命,正在全面驱动着中国金融改革的创新,而且靠互联网金融等创新金融的力量来倒逼金融改革,是国家推动金融改革的“高招”。

数据显示,中国GDP的2/3是民营企业创造的,但过去整个金融体系基本上是国有银行主导的,这是不匹配的。过去很长时间,民营资本想做金融机构,国家不同意,而互联网金融的出现,不仅为打破国有金融垄断体系提供了一个窗口,而且金融业也真正实现了对民营企业资本的开放。

在金融创新的大变革时代,万信合不愿作为旁观者,而是成为了创新金融的参与者,其目的是希望在参与过程中能看到创新金融的未来,拥抱创新金融的未来,创造创新金融的未来,在实现中国梦的伟大实践中谱写企业篇章!

记者:随着整个行业的疯狂发展,资本积极涌入,行业竞争日趋激烈,行业洗牌呈现出加速趋势。在这种背景下,万信合却经受了整个行业的洗礼而屹立不倒,请问万信合是如何突出重围的?

王远炼:传统的金融机构将注意力集中到“高大上”的客户群体,造成大量的中小微企业的金融服务需求被忽略而难以满足,而互联网金融正为这部分需求找到了一个出口,反过来,这片蓝海也促动了互联网金融的火爆。过去互联网金融一直处于“三无”状态。这样一来,一方面难免有一些不法平台混入其中,造成诈骗、跑路的现象时有发生;另一方面很多中小平台为了生存,采用恶性竞争手段,最终致使劣币驱逐良币,行业洗牌呈现出加速趋势。

万信合能够在互联网金融大震荡时期逆风飞扬,正是万信合干了专业的事,干了最擅长的事,就如同医院的医生,在他的能力范围内治了他能治的病人,对于万信合而言也就不存在“突围”一说。因为万信合从一开始就是健康的,并且恪守互联网金融的“红线”,在整个行业遭受洗礼时反而有了难得的拓展市场份额、巩固行业地位的机遇,这也是万信合今天一枝独秀的真正原因。

记者:完备的风控体系是互联网金融行业的生存武器。请问万信合是如何做好风控措施的?为保障投资者的利益创立了怎样一套科学实效的保障机制?

王远炼:创新是前进的动力。万信合作为创新金融的践行者,风控体系也是创新的,而且这种风控体系在当前互联网金融行业中是超前的,独一无二的。目前万信合独创了大事风控、大数据风控、会员制风控三大风控体系。

所谓大数据风控,就是经过国际金融研究院、全球金融专家委员会、国际金融联盟委员会内多位在金融行业具有国际影响力的专家学者,多年研究讨论并由万信合付诸实践,最终打造出一套完整的风控体系。

所谓会员制风控,就是万信合只为一年以上的会员服务。因为服务对象是会员,所以对会员企业的了解十分深入。通过专业的大数据风控和大数据风控分析,得出最真实可靠的结论,就能体现企业真正的盈利能力,从而保证投资安全。