

周华松:颠覆传统 定义极致



■ 李佳蔚

作为“92 派”的企业家之一,SOLUX 松霖集团董事长周华松开创了全球卫厨领域的 IDM 新型商业模式,引领松霖公司成为全球专业领域的顶级厂商,也由此实现了个人财务自由。不惑之年,他带着梦想从零再出发。这一次,他决定借助互联网的东风,颠覆传统,重新定义极致。

周华松在传统卫浴领域的成功以及敏锐的投资嗅觉,使他完全实现财务自由,也获得众多社会荣誉。作为湖南异地商会全球联合会总会长、湖南省工商联商会副会长,他凝聚了 400 多家大型湖南商会及一群优秀的企业家力量。此外,他还担任厦门市第十四届人民代表大会大会常务委员、福建省湖南商会会长、厦门大学及南华大学等多所大学校董、客座教授。

但周华松没有就此满足,或者说,这并未实现他心中的梦想。他希望让每个消费者都能享用全球最好的 HOME 极品,借助互联网的东风,推动整个商业模式的变革,乃至颠覆传统落后的行业。

带着梦想再出发,周华松于 2015 年 4 月成立松霖家居有限公司。以互联网作为主要形态出现的新的松霖,专注于卫浴、厨房、家具家居、居家健康及智能化。不止步于卫浴领域,而是深度发掘整个“家”领域的巨大需求。这一被周华松定位为典型的创业型、创新型企 业,正在经历高速增长。

互联网生存法则

从去年开始,“互联网+”备受瞩目,传统产业也被推到互联网时代的风口浪尖。6 月 30 日,“松霖,一件极品”品牌的发布,可以说,这一天标志着松霖正式进军“互联网+”。

周华松认为,互联网发展到今天,应从两个方面来理解:

一方面,互联网与“互联网+”并没有改变事物本质及硬件产品本身的使用属性,很多传统产品的本质没有发生变化。

所谓的革新,都是在行业的本质领域内进行。举例而言,水龙头的本质在于调节冷、热水的混合比例,那么松霖要做的,就是在本质领域内去革命、创新乃至重新发明产品。“任何一个从传统领域成长起来的企业,都不能忘记自己的根本,要在其专注的产品领域内深耕,将产品做到极致。”周华松谈道。

另一方面,互联网也的确在不知不觉中改变世界。互联网改变了各行各业,改变了连接方式,消灭了中介与物理空间。

周华松坚信,“互联网+”时代,99%的产品和商业模式需重新发明和定义。卫浴行业也是如此。未来的卫浴产品已不再是传统的闭合概念,而会呼吁人们更多地关注健康,冲破界限。无法再用传统思考方式去认知世界,革命可能为世界带来巨大变化,企业不充分运用互联网思维,必然落后,乃至被淘汰。

松霖涉足互联网有一年时间,正式发布产品有将近 2 个月时间,其间增加了 80~100 万的关注用户,取得了非常好的成绩。互联网连接人,直达用户本身,通过互联网和用户互动,可收集大量数据。来自于用户对产品、服务的

意见以及产品本身反馈出来的新的战略信息,为公司未来战略发展提供了很好的参考。

“做一件极品”

中国人为什么就不能用最好的产品?这是周华松经常思考的问题。他发现,国内店铺摆出来的东西往往并不讲究视觉效果,到欧洲一看,别人的东西似乎都做得很好,价格往往还要便宜。

周华松认为,“互联网+”真正需要的,是一群企业家敢于疯狂接受挑战。凭什么手机做不过苹果?凭什么家具拼不过意大利?凭什么中国制造比不过德国的严谨?钱再多,生活得不好,那并没有意义。“而我们要做的事情,就是让他们惊讶,中国人也可以拥有品质这么好的产品。”

所以,什么叫“一件极品”?以松霖的研发水平,10 分钟就可做出一条高品质的浴巾,但事实上,松霖研发团队历时整整 8 个月,从材料选择、皮肤感受、温暖度到尺寸、吸水性等等,倾尽心血只为做出一条全球最好的浴巾,实现颠覆。

在松霖,有一个“2.2”的概念。

前面一个 2,代表着重新发明,重新定义、占据并引领一个新品类。从传统角度重复去做一个产品并没有意义,松霖做的每一件产品都出于这样思考;其次,要直达问题本质,

以消费者需求角度做深度挖掘,满足用户和消费者的渴望。

后面一个 2,代表着每一件产品必须采用全球最高标准。高到什么程度?周华松解释道,要超越欧洲所谓传统奢侈品牌,“这是很苛刻、很疯狂的,也许正是霸蛮的性格使然,要么不玩,要么就做到极致。”其次,是“松霖体”(SOLUX Style)的存在,即所有产品追求内在的本质性功效及外在友好界面,优雅的极简主义。

事实上,松霖在行业领域内拥有全球最大的研发团队,一个团队只专注研发一种产品,投入资金量也很大。只做全球最好的,件件如此,宁愿一分钱都不赚,这种理念在松霖已经刻骨铭心。

按照传统模式,制造成本价同销售价往往相差 6~10 倍。周华松举了个例子,以产品制造成本 100 元来看,正常的销售价为 600~900 元,因为企业生存,往往涉及广告宣传、物流、人员、店铺租金、利润等费用。

“松霖未来的定价只有一个原则,即贴近制造成本去销售。”而这正是未来松霖站在“互联网+”风口的一项有力武器。互联网时代创造了这样的机会,让企业有能力摧毁和用户之间所有无效且多余的任何环节,从而集中精力把产品做到极致,给用户最好的体验,用户也会主动帮助推荐产品。

周华松举例,从互联网应用来看,小米做出了巨大贡献。严格意义上,它在国内首次依靠自己的垂直型网站进行传播,将产品和互联网结合来带动产品营销,而非依靠宣传、广告、开店、销售、代理、经销、零售的传统套路。所以周华松认为,在产品本质上,松霖要向苹果致敬,但在互联网模式上,则要向小米致敬。

颠覆行业“金字塔”

这次创业,周华松对整个品牌抱有的愿景与目标,就是让每个人都能享用全球顶级的“HOME 极品”,不是少数人,是每个人。他认为,传统工业时代留下了“金字塔结构”这一产物,意味着好产品极其昂贵,只有权贵、精英得以享用,而便宜往往意味着劣质品。在“互联网+”时代,这一套逻辑理应被摧毁。

“即使相对而言并不富裕的消费者,也应该可以享用全球更好的 HOME 极品。这是这次创业最重要的落脚点,也是我们的初心,品

牌的梦想。”成本随着规模增长大幅降低,企业应该回馈用户和消费者。

站在行业角度来看,国内的质量意识、产品工业化系统、技术工人管理体系及对细节的追求,同欧美、日本等国尚存差距。欧美标准要求下的设计、PPAP 流程较为严格,技术工人多为终身雇佣,在同一技术岗位从业超过 20、30 年也比较常见,而国内往往一年就可算作老员工,流动比较大。周华松介绍到,正因如此,松霖要做的恰恰是挑战并超越这些欧美顶级品牌。

“我们的产品也给不少传统领域所谓的‘老贵族’品牌带来麻烦。”周华松直言,松霖力求将产品质量做得更好,而价格可能只有欧美的 20%,“目前他们已经感觉到威胁,因为我们的模式正是盯着他们而去。越来越多的用户会拥护我们,因为我们是同消费者站在一起。”

财富重在循环

松霖公司早在 10 年前就具备上市条件。周华松也坦言,上市对完善公司管理、提高企业知名度、激励团队员工都是有益的,但目前来看并非是松霖上市的最佳时点。“松霖不会为了上市而上市,尽管万事俱备,但以公司现有模式及行业属性来看,我认为两三年后会是最好的时间。”

如今松霖集团业务严格意义上分为三大层面,模式各不相同,管理团队相互分开,即使未来上市,也会分为三个公司进行操作。周华松认为,眼下资本市场的跌宕起伏,更多是同经济大环境相关联,而非企业可控,此外,中国股票市场本身也并不完善。作为企业家,应该更多关注的是企业自身成长及战略规划,自身的企业家精神等。

企业到底要追求什么?最终会走向哪里?这是企业应该关注的内容,而非股票的短期涨跌。“尽管松霖尚未上市,即使最终上市了,我们依然这样思考,究竟为了什么而奋斗,未来究竟怎样引领松霖走上一条正确之路。”“物质财富绝对不能传承,俗语有言,儿孙自有儿孙福。企业家需要传承的是方法、价值观、良好的道德与企业家精神。”周华松谈道,物质上保证下一代的基本生存即可,放手交由下一代去打拼。钱来自于社会,理应回归于社会。“财富在于循环,才会更加有意义,这也是我们未来会选择的路。”

(转自《财富管理》)

周厚健:没有技术主张 将沦为上游“搬运工”

在 9 月 15 日的海信开放日上,海信集团董事长周厚健表示,彩电行业正经历技术交替的关键时期。“如果今天没有技术的主张和积累,5 年后会彻底沦为上游的搬运工。”周厚健提出彩电演进路线:从 CRT 电视进化到液晶(LCD)电视,再到 OLED 电视,最后进入激光电视。

“与经济周期一样,任何技术的进步和升级都是有周期性的,电子信息技术的周期与世界经济周期更是密切相关。科学技术大的变革创新不可能持续不断地出现,也必然有周期性波动。液晶电视从开始普及到现在已十多年了。”周厚健认为,现阶段液晶电视已进入疲惫期,导致行业价格走低,企业盈



利水平不高。电视厂商也走到十字路口,面临新的选择。许多企业跟风选择了 OLED 电视,并将 OLED 电视当做下一代电视技术。但周厚健认为,OLED 具有成本高、售价高、

徐直军:做 ICT 领先者 重点构建云生态

华为 HCC 2015 (云计算大会)18 日在上海开幕,会上,华为轮值 CEO 徐直军表示,华为目标是成为 ICT 领域的领先者,但首要做好 IT。不同于以往只聚焦产品,今年华为意识到构建云生态更为重要。

这已是华为连续第五次举办 HCC 大会,之所以这样做,华为是考虑到眼下运营业务增速正在逐步放缓,而企业级市场规模则在前景巨大。华为主营业务目前由运营商业务(通信设备)、企业业务(云计算等 IT 服务)何消费者业务(手机终端)构成。

华为之前曾多次表态,除了消费者业务外,企业业务、尤其是在云计算方面的布局将成为华为未来整体增长的新驱动力。

据了解,华为早在 2008 年就开始布局云计算领域,2010 年底,华为启动“云帆计划”,正式宣布进军云计算领域。截至目前,华为已有上万名研发工程师,并广泛参与云

计算标准的制定,拥有 IT 专利数千项。若从 IT 行业整体发展来看,华为还仅仅是个旁观者。那么为何短短几年间便从聚焦 IT 产品转为云生态呢?

徐直军表示,2013 年,华为大力度布局 IT 是因为云计算的理念和技术可以促进 IT 业快速发展,2014 年,华为倡导成为 ICT 领先者,但能力有限,只能先做好 IT,所以华为只聚焦硬件平台,如服务器、存储、数据中心网络等。

“但随着不同行业的客户需求日益增多,我们深刻理解 IT 系统要走向云架构和云服务并不容易,需要产业链伙伴合作一起构建云生态。”他说。

至于具体如何构建云生态,华为认为,一方面要聚焦 IT 基础设备、围绕云平台和企业云服务。另一方面将加大人才、能力研究以及与合作伙伴联合创新的投入。会上,

鄂尔多斯能化以“三严三实”促廉洁从业

朔州煤业鄂尔多斯能化公司以深入推进“三严三实”专题教育为契机,从严从实加强党风廉政建设和反腐倡廉工作,营造风清气正的廉政生态。

认真学习十八届中央纪委三次、四次全会、省纪委十届四次全会和省管企业、集团公司纪检监察工作精神,使党员干部树牢廉

洁从业红线、高压线、警戒线、政治生命线“四线”意识。紧贴实际扎实开展“讲规矩、守纪律、严作风”主题教育。严格落实中央“八项规定”、认真执行领导干部职务消费、收入申报、礼品登记、报告个人有关事项、工作日中午禁酒、婚丧嫁娶事项报告等规定,真正做到用制度管权、按制度办事、靠制度管人。全面加

功耗高、亮度低、寿命低等缺陷。“有的国内企业选择 OLED,也就选择了没有自主技术、对面板高度被动依赖的发展方向。”

周厚健表示,尽管液晶技术的创新已呈疲态,但其地位至少 5 年仍在“峰顶”。“海信的选择有两个:一是基于电视液晶显示技术,将继续加大创新投入,以提高显示效果,增强竞争的技术优势;二是成为 5 年后的替代者。海信坚定地选择了激光电视,尤其是大屏幕电视。”

目前国内电子信息产业实体经济的价值被严重低估。在惋惜之余,周厚健表示,未来人们将看到制造业的研发创新并不比互联网的创新少。

(刘映花)

华为发布了 FusionSphere 6.0 版(云操作系统),以及 FusionServer、OceanStor、FusionStage 等一系列有关云服务的新产品和新策略。

目前,已有不少中国企业积极推进云计算,腾讯、百度、阿里巴巴等互联网公司在一边提供云计算服务,一边进行技术开发。而微软、IBM、AWS 等外资不断杀入,也使得国内云市场总体规模直线攀升。

据 IDC 的最新调查报告显示,2015 年一季度全球云 IT 基础设施(主要指服务器、存储和以太网交换机)市场增长高达 25.1%,市场规模达到 63 亿美元。公有云市场,2015 年一季度同比增长 25.5%,市场规模达到 39 亿美元;私有云市场,2015 年一季度同比增长 24.4%市场规模达到了 24 亿美元。

目前,华为的云生态刚刚起步,能否经得住市场考验、并在竞争中占据有利位置还需要一定时间。

(郭晓峰)

强对安全管理、经营管理、招标投标管理、重点工作落实的效能监察,2015 年以来,下发效能督察通报 6 期、效能监察建议书 22 份、督办事项 130 余项,保证了公司重点工作落实效率和质量。认真执行兼职纪检监察干部“十严禁”、兼职纪检监察办案人员“十不准”规定,促进了依法依规行使职权。

(张兴发)



送金融知识下乡

近日,农业银行河北承德分行选派业务骨干,来到承德市平泉县,参加承德市银行业大型公益活动——送金融知识下乡。在活动中,农行员工身披活动专用绶带,主动热情地向县域居民发放金融知识和金融产品宣传折页,并现场进行金融知识有奖问答,吸引公众踊跃参与,使宣传活动有内容、有亮点、有特色、有意义。

这是农行承德分行“送金融知识下乡”活动现场。于绍礼 摄影报道

张近东三讲 O2O 首次公布苏宁 CPU 开放路线图

9 月 16 日,一年一度的弘毅投资全球年会首次放在了苏宁举行。苏宁云商董事长张近东正式对外宣布苏宁的互联网零售 CPU 已经成型,并对供应链、物流和 O2O 服务等零售 CPU 的核心能力——拆解,首次对外公布苏宁的开放路线图,即开放入口、出口和接口,堪称向外界发出的一张“会盟英雄帖”。

张近东在演讲中对 O2O 模式进行结论性的阐述,他认为互联网+时代的 O2O,应该是围绕行业本质和核心能力,将线上线下最有优势的要素资源在各个环节进行深度融合,从而产生化学反应。张近东已经连续三次讲 O2O,从 2013 年呼吁转型 O2O 模式,到 2014 年详解 O2O 实操攻略,再到今年张近东对 O2O 模式结论性阐述,其三年演讲堪称中国零售 O2O 的进化记。

年会现场,苏宁的开放路线图首次浮出水面,张近东表示,苏宁将围绕供应链、物流

和 O2O 服务等零售核心能力,向上游供应商和平台商户开放入口,向平台合作伙伴开放接口,向零售末端的中小微企业开放出口,打造一条通向互联网+的高速公路。

这是与阿里、万达合作之后,张近东首次全面对外发声。他认为,这两次合作都是在线上线下融合的大趋势下,线上线下最大的平台企业与苏宁的紧密合作,是苏宁零售 CPU 获得行业认可的战略性举措,这也仅是苏宁迈入全开放时代的重要一部分。

未来的一段时间,苏宁将集中全部火力,将苏宁超市打造为继苏宁电器之后的又一拳头品类。对于商品供应链的建设,张近东将其作为零售 CPU 的核心,他表示,苏宁不仅要做法品类的丰富,而且还要做法品类的专业化经营。

张近东表示,乐购仕的成功给了苏宁海外发展更大的想像空间。(季春)