



跨国聚焦



■ 本报记者 霍玉茜 魏小央

近日,全球最大的消费电子零售商百思买宣布关闭在中国内地的9家门店和其在上海的中国零售总部,以后将通过此前收购的中国全资子公司江苏五星电器经营零售业务。虽然这并不意味着百思买完全退出中国市场,但“洋”品牌百思买不敌中国本土的家电卖场却是不争的事实。

经营模式大不同

家电业内人士称,“十二五”期末,中

国家电工业总产值将达1.1万亿元,年均增长率8%至10%。这样巨大的市场,显然不是百思买关店的原因。反观中外经销商的经营模式,便可知百思买为何不敌“中国制造”。

据北大光华管理学院副教授蒋子良介绍,百思买的经营模式是一种“买断”模式。所谓的“买断”,即是商家以较低价格买下厂家的产品,进行自主定价,然后提供导购服务的经营方式。

蒋子良对记者表示:“百思买的销售模式是通过规模采购和购销差价赚取利润,

百思买:经验与责任一个都不能少

这是一种最返璞归真,或者说很‘原始’的销售和盈利模式。”但他所说的“原始”,并不意味着落后和蒙昧,而是一种更高的商业文明和很好的良性循环。

而相对于百思买这个真正的零售商,以国美和苏宁为代表的国内经销商,则是将销售区域分租给不同的家电厂商,一方面从中收取租金,另一方面提取厂家在店内销售额的一定比例来赚取利润。此外,在店内,国内经销商的促销员是由厂家派驻,而百思买却是自家培训导购上岗。从根本上讲,这两种经营模式带来的效果也完全不同。国内经销商的模式虽然使店内呈现“热闹”的大卖场景象,但它为经销商降低了成本,并将成本和风险分摊给了厂家;而百思买虽然能让顾客在安静、专业的指导下购物,但却是进货、销售、售后与培训“所有问题都自己抗”,成本与风险大大增加了。

“水土不服”引发闭店

经营模式的“独具一格”让百思买在美国市场上颇受欢迎,但在中国的市场上,却面临着“水土不服”的情况。自百思买进入中国以来,5年开了9家店。作为零售企业来说,这并不是很辉煌的战绩。而再对比这几年国美、苏宁等国内家电零售业的急速扩张,百思买的速度的确有些慢。

据了解,百思买开店的成本很高。如上文所说,百思买不仅要进货铺货,更要招

聘销售员,最后还需承担货物的折旧风险,并对消费者进行售后服务,这些费用的增加大大削减了百思买的盈利,所以开店速度也在一定程度上受到了拖累。而国美、苏宁等国内零售商,可以利用铺货渠道中占有“话语权”的优势,一方面延期支付供货商的货款,另一方面快速扩大网点规模,再来提高渠道终端的市场影响力。在无形中,国美和苏宁就提高了自身的知名度,降低了广告投入的成本。从这点来看,百思买的成本要远远高于它们,导致开店速度缓慢,而后要加大广告投入进行宣传,成本再次上涨,开店速度再继续放缓,自然就有了“恶性循环”的意味。

除了经营模式上的“水土不服”,百思买也并不太了解中国消费者的心态。蒋子良说:“目前,中外消费者的消费观念大不相同。中国消费者看重的是实惠,而国外消费者看重购物环境和服务。虽然中国国美、苏宁店里服务条件不如百思买,但是由于价格便宜,消费者也就更青睐国内零售商经销的产品。这也就造成中国经销商用低价吸引消费者成功,而百思买却‘败走麦城’”。

不应丢掉的社会责任

在突然关闭9家门店以后,消费者以及公司员工的权益开始被各界关注。迫于压力,百思买已经在沪重开徐汇店、联洋店

以及苏州店和杭州店1个月来解决消费者问题。至于百思买的员工,也已有95%与百思买签订了最后补偿协议。但目前仍有部分怀孕员工不同意签补偿协议,她们认为公司应当保证员工哺乳期的补贴、生育保险金等。

对于这个问题,新世纪跨国公司研究所所长王志乐说:“百思买虽然突然闭店,但也给予了员工补偿,这个做法无可厚非。但是对于怀孕的员工,这种特殊人群来讲,就应该特殊问题特殊对待。”

据人民大学法学博士刘萍介绍,中国劳动法里规定,企业无重大责任事故,不得辞退怀孕和哺乳期的妇女,只有企业破产例外。从这个事件来看,百思买并非破产,所以应该给予这群员工以特殊的待遇。刘萍说:“其实,无论任何企业遇到怎样的经营状况,都要首先考虑到社会责任,考虑到客户和员工的切身利益,不能简单地草率了事,也不能忽视特殊人群。企业经营良好时要考虑员工福利,经营状况不好时,也要考虑并认真实施补偿措施,这才是企业应该做的。”

目前,虽然百思买关店9家,但是它的全资子公司五星电器还在经营。这是否意味着百思买要“金蝉脱壳”,走低端市场?中国商业经济学会秘书长赖阳认为,虽然百思买有专业的商业模式,但从目前的情况看,它还难以撼动内地已经形成的家电供应链规则。

公司观察

■ 本报记者 王 哲

日前,全球最大的多元化公司通用电气(GE)宣布和陕西省工业和信息化厅签署战略合作谅解备忘录,寻求合作机会以实现互利双赢。在同期举行的创新合作论坛上,GE还宣布将在西安市建设GE中国西北区总部并成立“GE西安客户创新中心”,在未来12个月内计划为照明、能源、航空、水处理等业务以及西北区总部招聘约200名工程师和员工。

中国是GE的第二故乡,包括陕西省在内的西部地区,因其环境资源禀赋和科技教育传统等优势,一直是GE中国业务的重要支柱之一。据了解,GE希望通过在西安设立西北地区总部,不断加强与当地政府部门和企业 in 基础设施、能源、航空、环保、运输、照明、采购以及人才培养等方

面的跨行业、多元化合作,完善在西部地区的产业布局,提升公司在这一地区的整体业务实力。

陕西省工业和信息化厅副厅长王虹安在签字仪式上表示:“陕西省工信厅与GE公司的战略合作意义深远,这将对陕西省工业实现转型升级产生积极的促进作用。陕西省委省政府还将继续坚持扩大对外开放的方针,努力实现跨越式发展,着力推进经济结构调整和产业升级。本次战略合作谅解备忘录的签订,是陕西省工信厅在全面落实省委省政府战略、全力加快支持包括GE在内的外来企业来陕发展,实现双赢方面所迈出的坚实步伐。相信GE西安客户创新中心将成为陕西乃至西部地区高新技术产业化的助推器。”

对此,GE中国研发中心总裁陈向力表示:“陕西省是中国西部地区的科技、商

贸、金融中心和交通及通信的重要枢纽。随着谅解备忘录的签署,期待GE更深入地参与陕西的经济建设并作出相应的贡献。我们在西安等地设立创新中心,目的是要提高GE针对中国市场的创新能力,提供符合当地客户需求的产品、技术,并培养优秀本土研发人员。”

据记者了解,创新中心将包含GE高新技术的互动展示中心,国际一流的实验室,以及激发创意的人性化工作环境。借助公司全球化研发资源,为GE的科学家、工程师以及客户提供一个自由沟通、互相了解的平台,促进GE在中国业务的发展。

负责西北地区业务的GE中国区副总裁许正表示:“扎根西安正是GE‘第二故乡战略’和‘西部战略’的进一步延伸。GE将与当地政府和合作伙伴密切合作,为陕西

及西部地区实现创新体系、创新能力和可持续发展目标提供支持。与此同时,GE将为当地供应商们提供更好的培训和指导,引进先进的管理经验和生产技术,在进一步提升采购质量的同时帮助本地企业提高竞争力。西安有着良好的文化积淀和丰富的人才储备,在当下竞争激烈,变化多端的市场,本地的优秀人才将帮助GE更好地了解该地区的客户需求,为其提供最适合的产品和最快捷有效的服务。”

此前,GE公司董事长兼首席执行官杰夫·伊梅尔特曾在京宣布,未来3年内将投入超过20亿美元,提升GE在中国的技术创新和客户支持能力。其中,5亿美元将用于在中国加强研发活动和建立多个创新中心,以更好地服务于西南、西北、东北和中部市场。

经营之道

团购鼻祖Groupon:

动物凶猛之快与慢的逻辑

■ 本报记者 肖 肖

“史上最快的公司”、团购鼻祖Groupon正以高姿态挺进中国,并且拉上了实力雄厚的腾讯。业内人士称,2011年是中国团购高速发展的一年,预计全年团购销售额将达到200亿元,是2010年的10倍,Groupon与腾讯也自然不会放过这个机会,强强联手,抢占中国团购市场。“海龟(Groupon)”和“富二代”(腾讯)的联姻让“土鳖(本土团购商)”们捏着一把汗——因为它们太有钱了。有人断言,如果双方配合默契,势必会在中国的团购市场扔下一颗重磅炸弹。

“快意”地招兵买马

Groupon曾经只用短短几个月便席卷欧洲18国家140多个城市,今年1月联手腾讯大举入华后,其声势浩大的招兵买马也震动了业界,本土团购网站鹤唳风声。正如电影里的终极Boss降临,个头是英雄们的好几倍,并且全副武装,来势汹汹。

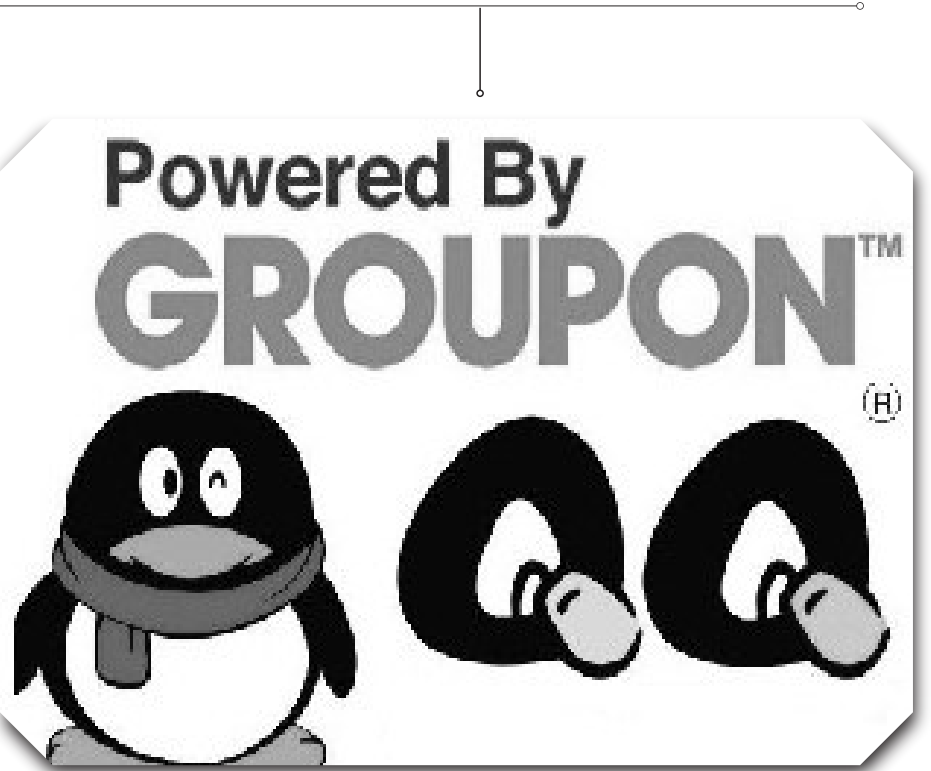
据了解,Groupon杀入中国,仅仅一个多月,就在北京、上海和广州等共招聘了300多位员工。他们广泛招兵买马,但也奉行“焦土政策”,即以高于业内两到三倍的薪水到竞争对手“挖角”。如果挖过来的人达不到公司的要求,就迅速炒掉。

为避免人才大规模流失,本土团购网站之间已经达成口头协议“永不复找Groupon挖走的员工”,彼此之间还达成默契“不互相随意挖人”。

目前,Groupon北京办公地点已经人满为患,无法入座,并即将搬至新的办公场地。另有消息称,Groupon还将在3个月内招聘千人。显而易见地,这背后都是资金实力的推动。今年1月,Groupon刚刚完成一轮融资,筹集金额共9.5亿美元,并称将利用这笔资金支持全球扩张,尤其是亚洲市场的拓展。

缓慢地“临阵磨枪”

虽然Groupon招兵买马积极,但是网站业务却发展迟缓。据Groupon内部人士介绍,网站原定于2月底上线,但现在看



来,至少要拖到3月份。因为Groupon的首单,还没有确定下来。

当然,希望和Groupon合作中国第一单的公司不胜枚举。因为借助这个公司的名气,无论利润高低,都能赚足消费者的眼球。众商家当然都要摩拳擦掌,各自上阵。甚至有商家表示,只要能 and Groupon达成第一单合作,公司将给出任何资源。

但是Groupon对中国的公司并不太了解,导致了其决策低下。对于在中国家喻

户晓的公司,Groupon的领导团队却要花大量的时间去调研它的销售数量、市场份额、产品质量等基础问题,这使得合作进程大大放缓,“第一单”的出炉也就慢了很多。Groupon正式上线时间,也因此一拖再拖,至今都没有准确时间。Groupon的内部人士表示,Groupon会极力寻找有实力、高品质的买家进行商谈。

特立独行的Groupon能否打响在中国的“第一枪”?各界都拭目以待。

跨国一周

因安全局势恶化 中建暂停在利比亚176亿元工程

据美联社消息,由于利比亚安全局势的恶化,中国建筑股份有限公司宣布暂停执行在利比亚承建的项目合同,价值达176亿元。

淡水河谷去年净利173亿美元 1/3收入来自中国

全球最大铁矿石供应商巴西淡水河谷公司日前公布2010年业绩,全年总营业收入465亿美元,净利润173亿美元。总收入中,约33.1%来自中国。

微软、T-System与壳牌公司 签订5年合同谋划云计算

据中国贸促会电子信息行业分会消息,日前,微软、T-System与壳牌公司签订了长达5年的合同,为壳牌公司谋划全球范围的云计算项目。

苹果供应商员工中毒续: 病情复发可找公司

近日,“苹果有毒”事件中的当事公司江苏联建科技公司负责人与中毒员工座谈,回应员工们的要求。尽管员工提出的要求并没有完全实现,但公司承诺,将按照法律规定,员工离职后,一旦病情复发可找公司解决。

百度淘宝网成全球“恶名市场” 两企业“不予回应”

环球网报道,美国贸易代表处日前公布了一份“恶名市场”名单,列出全球30多个“帮助销售盗版及伪劣产品”的网络及实体市场。百度、淘宝网及秀水街均位列榜上。

目前,百度、淘宝网均表示,对美国这一榜单“不予回应”。

波音击败对手 获军方350亿美元订单

据新华社报道,美国五角大楼近日宣布,美国飞机制造业巨头波音击败对手欧洲航空防务和航天集团,获得350亿美元新一代空中加油机订单。

(本报综合报道)