

本版撰文 本报记者 靳晓楠

编者按:成立仅两年后,小米公司估值即达到40亿美元。这是一个什么概念?在中国已上市的互联网公司中,小米公司的估值仅次于腾讯、百度和网易;而放在世界市场上,这一估值接近传统手机厂商黑莓49亿美元的市值,相当于诺基亚市值的一半。

小米公司:40亿美元的机遇与困惑

2012年6月26日,小米公司董事长雷军宣布,小米已获得第三轮融资,金额为2.16亿美元,公司市价估值达40亿美元。

一时间,小米公司风头无两。这家成立不到两年的公司,仅依靠MIUI、米聊和小米手机这3款产品,一跃成为国内市价估值仅次于腾讯、百度、网易的第四大互联网公司。

小米的成功从何而来?它的成功是否又是一个互联网泡沫?

对手未到,小米先行

雷军曾说,专注、极致、口碑、快是他的互联网七字诀。在国内智能手机市场,小米无疑是个行动极为迅速的先行者。

2011年,当传统的国际手机制造巨头们都在艳羡苹果手机的高利润,专注于推出一款又一款的“iPhone杀手”的时候,刚成立不到一年的小米科技率先祭出MIUI、米聊和小米手机三驾马车的发展模式。2011年8月16日,小米推出世界上首款双核1.5GHz的智能手机,市场先期的巨大关注使其发布会会成为当年中国互联网的大事件之一。雷军,这个曾经非常朴素低调的互联网老兵,头一次被欢呼的米粉们冠以“雷布斯”的头衔。时至今日,号称“为发烧而生”的小米手机仍以每周近140万的搜索量排名百度搜索风云榜的第二,仅次于苹果iPhone 4s。

一位挪威互联网公司的资深专家对小米的发展模式评论道:“小米的硬件定位及进入市场的时机都选得很好,产品因而得到市场空前的认可。在小米的三驾马车中,MIUI作为一款本土化的安卓(Android)定制,是非常有竞争力的;而米聊的创意很好,也是产品最大的卖点。”

40亿美元的快公司

雷军说,小米是一家互联网公司。

与之前的任何手机生产巨头不同,小米弱化了传统渠道,专注于网上销售的电商模式。同时,雷军用极致的定价和发烧友眼中的高端配置强化了小米“高性价比”的品牌DNA,彻底将自己与传统手机厂商划清了界限。

艾瑞咨询认为,小米手机的电子商务销售模式是互联网公司所具有的鲜明特色,而未来,通过电子商务渠道销售智能手机将逐渐成为主流。

正是科技互联网公司的属性,为小米在第三轮融资中带来了令人咂舌的40亿美元估值。对于40亿美元融资估值的问题,小米科技相关负责人对本报记者坦言,小米是一家互联网公司,但互联网公司的作价是个非常难的问题,投资作价的核心是投资者的预期,赌的是小米能不能做成一个百亿美元,甚至是世界一流的公司。

启明创投北京的主管合伙人童士豪在接受记者采访时也指出,小米第三轮融资估值并非泡沫,按照小米现在的盈利,小米的估值事实上比中国的其他互联网企业PE都要低。

两年,4个人,从0到40亿美元,小米崛起全过程中的每一步都遵循着雷军的七字诀。

小米,就是一家互联网公司,一家快公司。

小米在困惑中“变慢”

雷军自己曾经说过,快就是一种力量,快了以后能掩盖很多问题,企业在快速发展的时候往往风险是最小的。他坚信:“天下武功唯快不破”。但他自己也承认,一旦企业发展的速度慢下来,所有的问题仍就会暴露。

小米公司的问题,在一系列售后事件的相继曝光和蜂拥而至的竞争者攻击中,开始暴露。

在2012年消费者权益保护日来临之前,小米手机天价维修门在互联网上掀起了一波对小米手机质疑的声浪,质疑者不仅仅包括普通用户,也包括一些对于小

米抱着期待的发烧友。作为一家具有互联网基因的公司,小米颠覆了传统手机制造行业的发展模式,造就了小米奇迹,但是这个奇迹又是否能延续下去?不一定哦!因为,变数已经出现了。

米抱着期待的发烧友。

MediaV高级产品经理武凯是第一批小米用户。一次手机进水的维修事件,让他彻底放弃了小米手机。他在微博中公开抱怨道:“小米手机进水了,客服告诉我说要花1600元维修,请大家注意别让小米手机进水了。我那个手机尸体是留着还是去打水漂还是干点别的呢?”

武凯遇到的问题并非个例。小米的售后问题一直是被其竞争对手攻击的焦点。

一个快公司的好口碑,可以迅速建立,也容易快速崩塌。品牌忠诚度需要长时间培养,但时间与耐心,恰恰是快公司难以拥有的。

2012年5月13日,360董事长周鸿祎发出第一条针对小米手机的微博后,直到5月16日23时,雷军才打破沉默公开回应。周鸿祎与雷军在微博上你来我往,互不相让,360与小米的“小三大战”就此正式轰轰烈烈地登场,且愈演愈烈,持续至今。而小米手机的口碑,也在周鸿祎的一系列公开批判中,开始受到质疑。面对周鸿祎的公开宣战,雷军的反应第一次变慢了。

互联网巨头们的手机圈地

先行者小米手机的成功,让善于模仿的中国互联网玩家们看到了中国移动互联网市场的巨大商机。

2012年5月4日,360董事长周鸿祎在微博中高调宣布,将推出多款360用户特供机。2012年6月6日,盛大发布第一款安卓系统(Android)智能手机Bambook Phone。2012年6月,网易公司首席执行官丁磊宣布网易将进军手机领域。目前,在中国互联网巨头中,只有腾讯公开宣布,不会进入手机终端市场。

互联网巨头们轰轰烈烈的手机圈地运动究竟有多大的胜算?是时势使然,还是长久的战略决策?他们又能否超越小米,取得更好的“战绩”?

IT专家郑国松认为,小米现在仍然是市场领跑者,

我们更期待小米二代

如果将中国互联网的大事件盘点成册的话,2012年6月26日,小米公司宣布第三轮融资2.16亿美元,市价估值达40亿美元,必然位列其中。

一个由信奉“天下武功唯快不破”的互联网老兵们领导的团队,从零开始,用两年时间创造了中国市值第五大的互联网公司,这个速度让人称奇。

然而,奇迹般的发展速度除了让人叹为观止,也会让人头晕目眩,小米也不例外。

小米手机发售至今,产品接连遭遇“重启门”、“返修门”等质量问题。随着360与小米之间口水仗的愈演愈烈,“暴利门”、变相降价、官翻机、过度营销也成为小米无法绕过的质疑。

小米公司正在为它的速度付出代价。

与同为雷军投资的凡客不同,小米手机并不是29元一件的凡客T恤,其犯错的成本非常高昂。小米手机硬件上的任何一个错误,都有可能让小米付出上百万元甚至上千万元的代价。如果产品连续出现问题,小米公司就会在短时间内关门大吉。对快公司而言,成功与毁灭,永远都只是一线之隔。

不容忽视的一点是,就在小米手机的销量突破300万台之时,曾经的“三驾马车”并未齐头并进。

MIUI的发展中规中矩,米聊在腾讯微信的强力竞争下,已经无力跟上小米手机向前奔腾的脚步。唯一成为主要赢利点的,则是以“成本定价”、“性价

其关注度带来的营销效果非常可观。小米有一个硬件+软件系统的核心团队,虽然其软件系统被某些互联网大佬质疑为伪核心系统,但是必须承认其在国内还是处于领先地位的。不管是360特供手机还是盛大手机,都是请第三方厂商设计的,总体来说,他们对成本和系统的掌控力不如小米。更重要的是,小米已经树立了品牌,进入了人们的话题,有了一定的声誉,其他互联网公司的手機要拥有小米现在的这种声誉,还需要继续努力。

小米科技相关负责人在回复本报记者的相关问题时强调,面对竞争对手的围剿,小米科技将专心做好产品和服务。

再加速的小米

2012年6月12日,雷军在微博中宣布:小米手机出货量超过300万台!随后的6月26日,雷军宣布小米第三轮2.16亿美元融资成功。

在受到广泛质疑、竞争对手争相发力围剿之时,小米公司的成功融资能否帮助其重新加速,回归高速发展之路?投资方对于小米似乎很坚定。

启明创投童士豪认为,雷军在电子商务方面的经验比很多互联网的大佬丰富,小米不是上市公司,外面的质疑都是可以理解的。童士豪还特别指出,在盈利模式上,小米公司的董事会和股东都没有质疑。小米不会只是单单做手机硬件,将来出售别的产品不无可能,这个机会很好。

在本报记者问及小米如何使用第三轮融资时,小米科技相关负责人回应,这笔融资将主要投入到产品研发、采购、售后服务体系建设等方面。

而据腾讯科技披露,在小米刚刚宣布的第三轮2.16亿美元融资中,俄罗斯投资巨头DST投资了1亿美元,其他为雷军朋友的投资。

截止到记者发稿前,小米科技官方拒绝透露小米二代的相关信息。

比”为诉求的小米手机。小米手机的利润,是周鸿祎最主要的攻击点,也是雷军获得40亿美元估值的最大资本。

小米此时的境遇,与雷军最初的设想已是大相径庭。

既然如此,何不把希望放在未来将要推出的小米二代上?

2011年8月推出的小米一代,在摩尔定律的周期中已然显露疲态。曾经的高端配置现如今已经沦为中端。若将“为发烧而生”的帽子继续扣在小米一代上,恐怕已是名不副实。与其继续和360特供手机争论究竟谁的性价比更高,不如推出配置更高、价格持平的小米二代,并将小米一代降价销售。

作为一家快公司,先人一步推出更强大的产品永远是最有力度的竞争策略。就算小米一代降价出售会让很多米粉感到不满,但只要用低价的小米一代与竞争对手在中低端持续缠斗,再用高端的小米二代捍卫小米品牌“为发烧而生”、“高性价比”的品牌DNA,就会迅速拉开与竞争对手的差距,重新获得竞争优势。就算MIUI不会大红大紫,就算米聊依旧不给力,只要小米二代有足够的销量,小米依旧是一家赚钱的公司。

以快打慢,才是王道;壮士断腕,方可继续前行。所以,我们更期待小米二代。

没有交火

信息就会被掩盖

周鸿祎V:有人批评我,说和雷军对掐影响了企业家形象。不对,消费者增长了知识,提高了辨别手机好坏的能力。消费者不是傻子,能辨别信息的真伪。但没有交火,信息就会被掩盖,被忽悠的只有消费者。如果我和雷军都做牛奶,就没人敢掺三聚氨氨,都做食品,就不会有苏丹红地沟油。消费者利益比企业家形象更重要。

勤劳的老土豆V:证监局最关心上市公司几件事:公司治理、内控体系、信息披露、预防内幕交易、分红。

浙大应鹰V:乔布斯谈到“经营之法不在于降低成本,而是通过创新改变困境。”顾客并非“买便宜”,而是想“占便宜”,你便宜了,他反而认为你廉价、便宜没好货.你能提供绝佳品质和醉人体验,让他觉得物超所值,像捡了个大便宜,

再贵也趋之若鹜。请让顾客占“便宜”,而不要卖“便宜”!

赵晓V:“晒太阳也要收费”,这荒诞的事情真的在我们身边出现了。最近,《黑龙江省气候资源探测与保护条例》颁布,条例规定企业探测开发风能及太阳能资源必须经过气象部门批准,而且探测出来的资源属国家所有。“晒太阳、吹风、呼吸空气都要收费”,市场在倒退,国家的手越伸越长了,中国经济转型怎么转?

阿里巴巴V:近日,有媒体报道称阿里巴巴得了文化病,且“病得不轻”,文中把海归高管水土不服、淘宝小二滋生腐败等问题根源都归咎于其企业价值观这种“文化病”。对此,阿里巴巴集团表示:如果坚守企业文化是一种“病”,我们愿意病入膏肓;如果打击腐败是一种“错”,我们愿意

一错再错!

鲁国平先生V:【收税,向零散商户下手】一地税官员称,今年税收比2009年困难,2009年主要靠大企业。“召集十几个国企高层开会作动员,一场会议能凑5个亿”。但今年,各地增收的重头,纷纷转向了“狠抓零散税”——调查、核实个体户和小企业,堵漏增收。税收官员也很头疼:年年“挖潜”,总会饱和,还易引起民愤。

陈政2006V:观察了不少家族企业,从理性层面,让家族企业基业常青的办法是将家族治理和公司治理分隔开;但从文化层面,有件事情很重要:掌门人是否真心热爱自己提供的产品/服务,以及它们带给客户的愉悦。如果每一代都有人回答“是”,剩下的可以交给职业经理人打理;如果不是,全部交给职业经理人打理。



微话题