



前有狼后有虎 京东商城夹缝中行走



“京东依然是国内最具竞争力的B2C。”面对各方夹击,陈寿送认为,接下来,京东商城要做的就是进一步优化系统,提升效率,避免急速膨胀的体系导致的效率低下;持续保持规模增长,保持市场地位和安全;保持对物流的持续投入,搭建核心竞争力。

据陈寿送介绍,资金、物流、仓储,品牌和系统是电商们必须掌握的“配套设施”。显然,京东商城未来的发展也是围绕着这几部分展开的。

“京东依然是国内最具竞争力的B2C。”面对各方夹击,陈寿送认为,接下来,京东商城要做的就是进一步优化系统,提升效率,避免急速膨胀的体系导致的效率低下;持续保持规模增长,保持市场地位和安全;保持对物流的持续投入,搭建核心竞争力。

财经聚焦

信息”战略,完美精细化管理和运营体系。“展望未来,国内电子商务市场的高速发展还将持续,京东商城将围绕自营电商、开放服务和数据金融三大方向,持续为用户和产业链创造价值,为中国社会以电子商务为代表的新经济发展作出贡献。”他说。

鲁振旺表示,在2011年以前,电商市场里每一家都在快速成长,属于在竞争中求共同发展的时代,是弱肉强食的主场。去年6月后,京东商城的增长已经放缓了,价格优势也逐渐消失,而在2013年,京东商城面临的压力比2012年更大。所以2013年,京东商城势必搏一搏!

日子怎么活下去

对于京东商城2013年和未来10年的发展,京东商城集团创始人兼首席执行官刘强东表示,京东将通过2013年的“修养生

敌,而是采取了向易迅网发警告函的相对平和的方式。对此,易观国际高级分析师陈寿送对记者表示,大规模的价格战对于京东商城而言并非没有压力,加上京东商城今年有盈利压力,所以京东一定不会像2012年一样激进。另外,今年的价格战显然没有调动公众积极性,京东商城接招,价值不大。

这一面,一改往日强势的作风,京东商城想着息事宁人,但另一面,各方对它的挑战却没有停止。上周,阿里巴巴宣布牵头打造中国智能物流骨干网(CSN),力图在未来实现全国范围内的24小时送达,据悉该项目首期投资额达到1000亿元。同时,据业内人士披露,背靠腾讯的易迅已经启动了一项投资超过10亿元的物流仓储项目。

在许多业内人士看来,敢于挑战京东商城的王牌“物流体系”,是在向其发起正面攻击。“交锋一直都存在,无所谓正与反,只是方式不同。”对于电商们在物流领域的“追赶”,物流行业资深人士白光利对记者表示,“这种冲击不是构成威胁的问题,而是其他电商采取了跟随京东的策略,如果拉得太远了,就彻底没戏了,但如果能够紧紧跟在京东后面,等到‘弯道’出现的时候,京东一旦犯错,后者就能立刻超过。”

显然,长跑中的“盯住第一名”的战略被电商们领悟得很透。

搏一搏! 2013年

如此一来,对于京东商城来说,2013年注定充满挑战,而问题不仅如此。通过易观国际的数据,在去年下半年价格战中,在家电领域“称王称霸”的京东商城受苏宁易购、天



2011年被全球最大的香水公司之一、化妆品巨头科蒂公司收购的本土日化品牌丁家宜,或许正在重蹈被外资收购后遭遇“雪藏”的小护士的覆辙。

根据科蒂在2012年6月发布的招股书,科蒂收购丁家宜的总金额为24亿元,款项分3次支付,支付完毕后,科蒂持有丁家宜100%的股份。

近日,据悉,在被科蒂收购一年后,目前丁家宜原高管团队已大部分离职,一些基层员工也称正在被“变相裁员”,更重要的是,丁家宜2012年的销售额也下降了一半。

一位熟悉丁家宜的业内人士透露,科蒂在收购后空降了一些管理人员,希望以国际化的团队来进行操作,结果造成了团队内部的一些冲突。同时,科蒂也未对收购来的丁家宜品牌投入太多,使得其销量大幅度下降。

丁家宜“沦陷”

一位科蒂上海公司、原丁家宜的员工李杰(化名)向记者证实了上述说法,“督导们被直接降薪,直接来的人,未经协商便从门店促销员处交接了督导的工作。”李杰表示。

而在原丁家宜员工提供给记者的一份有30名员工签名的诉求书上,“立刻停止对销售督导的变相裁员行为,并立即发文确认他们的一切权益,正式道歉”,成为上海分公司员工对科蒂公司的5点主要诉求之一。

丁家宜销售额降5成 或步小护士被雪藏后尘

此外,另一位原丁家宜员工说:“比如相关文职类人员,要么去做销售,要么拿钱走人,如不同意就直接下通告。有些人想拿补偿离职,却发现自己的实际工龄与HR体现出来的工龄不一。”

1月15日,科蒂中国区HR总监、经理、律师共7人,比原定时间晚了近2个小时才来到科蒂上海分公司办公室,与基层员工协商“拖欠工资、裁员”等问题的处理办法。

但对于公司拖至1月18日才正式给出的答复,李杰表示,很多问题依旧没有得到满意的答案。“比如,仅有员工在当前劳务派遣公司的人职时间,而并未确认员工实际入职丁家宜品牌的时间。”李杰说。

“其实丁家宜被科蒂收购的时候,品牌已经出现老化,正在走下坡路。但科蒂当年收购丁家宜时也是各取所需,科蒂看上了包括丁家宜的渠道资源、厂房和研发中心,甚至当时的主要团队,但后来与管理团队沟通不畅,基层团队冗余,因此不得不采取此下策。”一位业内人士表示。

除了基层员工的被裁员,原丁家宜一位中层管理人员张扬(化名)告诉记者,由于工作方式差别很大,此前总部高级经理以上的管理层人员90%都已经离职,销售部门的大区经理也有很大一部分都已经走掉,原丁家宜留下的主要是工厂的基层员工、研发部门的员工和基层经理。

提到工作方式的差异,张扬举例说,比如很多事情,以前老板一句话就可以决定,但现在汇报层级相当多,效率不高,这对于一家快消行业的公司来说并不适合。此外,科蒂的做事方式是没人遵守在自己的职责范围内,因此与之的交流互动沟通不畅。

张扬透露,在2011年科蒂入主丁家宜的前几年,丁家宜的销售有八九亿元左右,但是2012年丁家宜的销售额下降了50%。“科蒂入主丁家宜后,无论在投入,还是在渠道改进上都没有大的动作。”张扬表示。

张扬还说,丁家宜广告投入很少,基本

上靠一线销售人员推动业绩,这也造成丁家宜人力成本较高,特别是在用工规范化要求提升的情况下。但是,科蒂在对丁家宜没有在做出类似于让利代理商、调动其积极性促进销售等情况下就开始简单裁员,丁家宜销售额大幅下降也就不足为怪。

记者曾致电科蒂国际贸易(上海)有限公司,但是对方拒绝了记者的采访要求。

科蒂中国亏损严重

“现在看来,很担心丁家宜将会步小护士后尘。”化妆品行业投资人夏天对记者表示,欧莱雅收购小护士之后,小护士原本土管理团队也出现集体离职的情况,欧莱雅可能并非故意雪藏小护士,但其用外企的一套管理方式来管理这个本土品牌,并且在该品牌上投入也不多,小护士的终端最终逐渐萎缩。

在夏天看来,虽然收购时,科蒂或许并非醉翁之意不在酒,但显然在中国市场,科蒂依然像10年前那样没有摸到门道。即便是其带到中国的高管也缺乏整合运营的经验,这或许也与其至今依然是家族非上市企业有关。

1996年,科蒂就曾将本土日化知名品牌羽西收购囊中,但羽西在被收购后没有很大的进展。2004年,科蒂将羽西卖给欧莱雅之后,基本退出中国市场,其在华的阿迪达斯、芮迷的业务也分别由上海家化、日本高丝代为销售。

但是,2004年之后正是中国护肤品市场飞速增长的时期。据中国商业联合会披露,2009年中国化妆品销售额超过1400亿元,已经成为全球第三大化妆品销售市场。欧莱雅、雅诗兰黛、资生堂等在此间也获得长足的发展。相比而言,科蒂在中国此前市场拓展速度相当迟缓。高档百货虽然有兰嘉丝汀等若干品牌,但在中国的销售总额占科蒂全球的市场份额非常少。

看到竞争对手们在中国市场做得风生水起,科蒂重燃做大中国市场的念头。曾与科蒂合作的上海家化一位高层向记者透露,2008年和2009年,科蒂管理层由于受到股

东对其中国市场业务缺失不满的压力,曾来中国与上海家化探讨更深入的合作方式,但是遭到上海家化的拒绝,“因为科蒂卖的主要是香水,与家化的业务切合度低。”

此后,科蒂便在中国寻找其他的“门路”,这时正待出售的丁家宜进入他们的视野。在收购丁家宜后,科蒂集团大众产品部总裁 Renato Semerari 在接受采访时表示:“从市场区域来讲,我们今后拓展的重点就是亚洲。”当时对科蒂销售额贡献最大的是南北美洲以及东欧国家,西方市场占到了科蒂销售收入90%的份额。

科蒂集团亚洲副总裁 David Ennes 也表示:“丁家宜在全国有7000个左右的销售代表和美容顾问,我相信科蒂的香水和彩妆进入这个渠道也能销售得很好。”科蒂在2011年入主丁家宜的同时,还收回了原来由上海家化进行渠道代理的阿迪护肤、香水等业务,以及由高丝代理的芮迷的业务。

据悉,在2010年时,阿迪的销售额达到2亿元左右,而通过丁家宜的渠道,阿迪在2012年销售额达到三四亿元,增长了将近一倍,但丁家宜销售额却下降了50%。此外,芮迷品牌进展不大,由于丁家宜业务亏损的拖累,张扬推算,科蒂中国去年亏损将近2亿元左右。不过,该说法并未得到科蒂方面的确认。

其实,不仅是在中国,科蒂全球也出现利润增长乏力的现象。科蒂向美国SEC递交的IPO上市申请的招股说明书显示,2011财年(截至当年6月30日)科蒂净营收40.86亿美元,2007财年至2011财年科蒂净营收保持7%的复合增长率。不过2012财年以来,科蒂利润下降显著。2012财年前9个月,尽管其净营收达到35.88亿美元,同比增长了16.85%,但是归属股东的净利润仅有0.32亿美元,同比下降了47.86%。(刘琼)

公司观察

财经动态

李宁拟发可转债 筹资图振兴

日前,李宁公司宣布,将以公开向股东发售可转债的方式,筹资18.5亿港元至18.7亿港元。股东每持有两股股份将获发一份可转债,换股价为3.5港元。

其公告称,这次集资金用途将为公司实施变革计划提供资金;优化公司资本结构及提供运营资金。其中公司实施变革计划包括重塑及振兴李宁品牌、投资品牌及产品开发、建立更好的供应链及零售运营能力、创建以零售及客户为主导的业务模式及优化零售平台为未来扩展提供资金。

对于李宁来说,此次可转债的发行,既解决了李宁资金趋紧的燃眉之急,又使得非凡中国进一步控制李宁的凤凰有望成行。

蒙古单方面撕毁煤炭合同 中铝反击将诉诸法律

日前,中国铝业总公司(下称中铝)旗下中铝国际贸易有限公司总经理李东光证实,目前,蒙古ETT公司(简称ETT)主动提出毁约,对双方2011年7月签订的“TT东区煤炭长期贸易协议”进行重新谈判,ETT要求提高煤炭供应价格,减少供货量。

公开资料显示,ETT为蒙古最大的国有煤矿企业,位于乌兰巴托。根据“TT东区煤炭长期贸易协议”,中铝向TT项目提供3.5亿美元贷款,后者以一定价格水平的煤炭偿还债务。

李东光表示,希望蒙古新一届政府及ETT新管理层认真研读合同,一旦毁约,中铝必将诉诸法律。

(本报综合报道)



微话题

日前,诺基亚在发布的2012财年第四季度业绩中确认,去年发布的808 PureView 是该公司开发的最后一款塞班手机,这意味着塞班正式宣告死亡。

新浪手机V:尽管谁都知道早晚会有这么一天,但当它真的到来的时候,所有人仍会唏嘘不已。回忆塞班的一生,也是纪念我们玩机的那些岁月。

来宾移动微博V:诺基亚在24日发布的2012财年第四季度业绩中确认,塞班已经正式死亡。而塞班手

诺基亚正式宣布:塞班已死

机曲终人散的一个重要原因是,大中华区的销售额的大幅下降。

乐同步V:遥想1998年,手机三大巨头——爱立信、诺基亚与摩托罗拉合作成立塞班公司;仅仅在2006年,塞班手机销量已经达到1亿部!如今,爱立信渐行渐远,摩托罗拉委身豪门,诺基亚也宣布将彻底放弃这款承载无数辉煌和记忆的操作系统。

中国经济和信息化V:诺基亚挥刀斩塞班,部

分业内人士对此并不看好,认为其运作行为不明智,“如果诺基亚继续升级塞班,跟着时代变化,或许可以帮助诺基亚翻身。”那么,诺基亚的明天究竟如何?

pcfreeV:塞班系统终被弃令人唏嘘不已。诺基亚虽然搭载塞班系统起了个大早,开始推出智能手机操作系统,但是,现在却面临着搭载IOS系统的苹果智能手机和安卓阵营诸多智能手机的蚕食。可谓“起了个大早,赶了个晚集”。