

网上晒价： 线下商超挑战网商“地盘”

市场营销是企业日常经营活动，其形式是多样的，价格战绝非营销的唯一手段，切勿让价格战绑住了双脚，失去了经营发展的方向。

■ 见习记者 范思绮

近日，上海市推出一项“网络晒价”的便民措施，对家乐福、沃尔玛、世纪联华、卜蜂莲花等10家大型综合超市进行价格信息专项公布。上海这一民生措施立即引发人们的热议，实体店“晒价格”是市场“维稳”之举还是借机向网商宣战？“上线比价”是否会引发新的价格大战？

“网上晒价” 引起网商“恐慌”？

早先听过“晒工资”、“晒幸福”，“晒价格”还是个新鲜玩意。

据了解，上海市发改委这次“晒价格”行动中，世纪联华、卜蜂莲花、家乐福、乐购、华联吉卖盛、沃尔玛、农工商、大润发、欧尚等十家大型超市巨头都纳入其中。

相关产品价格信息需由价格采集员上报上海市发改委，经过发改委对其真实性以及准确性的核实后，方能公布在“上海发布”微博、“上海发展改革”微博、市发展改革委网站、市价格监测与成本调查队网站等网络平台上。

“网上晒价”让消费者足不出户，便可货比三家。上海市民纷纷表示接受这项方便生活、实惠购物的新方式。

对于上海的“网上晒价”，北京的消费者也表示此举惠民。记者来到朝阳区望京购物中心走访，正在华堂商场购物的徐小姐告诉记者，十分期待北京市也有相关“网上晒价”的政策出台。“网上晒价”可让商品价格更加透明化，消费者买得安心、买得放心，同时也可以给消费者更多的选择空间。

然而，有人欢喜就有人愁。“网上晒价”引起了部分线上经营者的“恐慌”，连超市都“上线”了，连价格都可以“晾晒”了，这让网商们情何以堪。淘宝店主齐女士告诉记者，现在网上



王利博制图

经营竞争十分激烈，拼的就是价格和服务态度。现在连超市都要“上线比价”了，如果“晒价”范围进一步扩大，涉及服装、家电，那么他们日后经营恐怕就更难了。

会激起新一轮的 “网上约架”？

“十一”黄金周之前，五星家电发布的《国庆节家电消费需求调研报告》显示，消费者更倾向于“线上比价，实体店购买”的消费方式。超过八成受访者表示购物前习惯参考网络价格。其中46%的消费者“会以网上的产品价格为标准，在实体店寻找同价位的产品”，而其中38.7%的消费者表示“会更多在网上比较价格”。

“线上比价，线下购买”是大部分消费者的首选，而当大型商超也走上了“线上比价”的道路，这是否意味着大型商超有意进入“线上经营”呢？如此“晒价”是否会激起新一轮的“网上约架”？

“从大型商超的主营业务上来分析，激发新一轮价格战的可能性并不大。”世纪纵横管理咨询副总裁薛建林在接受记者采访时说。超市主营产品必需品，利润较薄，盈利空间有限。为分厘之利，相互打压，实在得不偿失。但也不能完全排除短期内有非理智型的竞相压价事件发生。

有业内人士透露，上海市发改委之所以将“网上晒价”提上日程，或欲预防通货膨胀。受美国大旱影响，全球粮食陷入危机。上海市发改委将食用油列入价格信息公开的首位，怕是

“醉翁之意不在酒”，以价格透明为由，控制粮油价格，从而预防通货膨胀。

处于观望之势的不少消费者对此也是各执己见。大多数中老年消费群体首先对“网上晒价”行为表示不感兴趣，对他们来说网上操作还是太过陌生了。而一些年轻消费者认为，生活用品价格相当，不会为了省几毛钱去跑到不经常光顾的超市选购。

似乎，“网上晒价”晒的只是价格，与价格战无关。

价格战不要成为 竞争的负担

电商大打价格战，看似别无选择。

电商数量众多，同质化现象严重。低价策略是电商最快抓住消费者眼球的营销手段。有业内人士爆料，京东商城虽发展迅速，但仍然面临亏损。为了扩大市场份额，抢占消费群体，众多电商只能“硬着头皮”将价格大战进行到底，试图依靠规模效应弥补亏损，并扭亏为盈。

但是，由于超市与电商的经营方式和经营范围有着明显的差异，因此两者价格策略截然不同。尽管超市“网上晒价”似乎刺痛了对价格最为敏感的电商们的神经，但是毕竟“道不同不相为谋”，“食用油价格之战”似未有燃起之意。

自本年最为激烈的“京东、苏宁、国美三家约架大战”事件之后，价格战话题不绝于耳，舆论对于价格战空前关注。有调查数据显示，67%的消费

者表示十分关注电商价格战。而价格战对于商家和消费者来说，或已成为了“甜蜜的负担”。

往年，国庆黄金周都是商家上演促销大战最酣之时，然而，今年国庆期间却显得“静悄悄”，新一轮的价格大战似乎并没有如消费者预期一般来得轰轰烈烈。

“上次价格大战‘干打雷，不下雨’，我们对电商打折持保留意见。”在北京读书的徐同学告诉记者，自己一直选择网购，方便实惠，但是很明显今年十一电商折扣大不如前，加之先前价格大战的风波，让徐同学对商家大打价格战有些反感。

价格策略不是万能的。在产品初期，商家往往采用低价策略吸引消费者关注，从而迅速打开市场，提高知名度。在产品进入成长期以后，这种低价促销往往不可取，过低的价格会使得消费者丧失对产品质量和品质的信心。进入成熟期后，龙头企业为了进一步扩大市场份额，提高市场占有率，会“故技重施”重新制定低价策略。

事实上，市场营销是企业日常经营活动，其形式是多样的，价格战绝非营销的唯一手段，切勿让价格战绑住了双脚，失去了经营发展的方向。

“营销是一项复杂而长期的业务，长期的价格战往往会拖垮商家，也使得消费者麻木。”长城战略咨询公司武文生总经理表示，低价策略应张弛有度，有紧有松。面对激烈的市场竞争以及日益饱和的消费市场，提高产品质量，增加产品功能，创作新的消费热点才是商家应该关注的。

一线

融创中国发布中期业绩，营收同比增长224%。受益绿城合作项目等利好因素，融创全年销售目标将从220亿元调升至300亿元。

孙宏斌： 我们一直坚持高端战略

2012年6月22日，绿城与融创联合宣布，共同组建高端地产合作平台——上海融创绿城控股有限公司，其中，绿城与融创将各持合营公司50%的股权，绿城将自己分布在上海、苏州等地的9个优质项目注入合营公司，融创将支付33.72亿元人民币作为这次合作的对价。

融创与绿城联姻，究竟是成就了宋卫平还是成就了孙宏斌？为何融创格外钟情北京和上海？一线城市的建设到底还有多大空间？

与绿城的联姻：最后肯定是双赢的

记者：融创为什么会收购绿城的项目？

孙宏斌：对我们来说，肯定是两方面的好处，一方面是我们可以进入上海了，这跟我们的布局是吻合的；第二方面是高端精品战略，因为绿城确实一直是做高端精品学习的榜样，我们看过很多绿城的项目，也学习过，也挖过绿城的人，他的产品做得确实好，我们要学。收购绿城的项目对我们的精品肯定是促进。绿城有2000多设计师，宋总说所有的东西都是不光是对我们平台公司，对融创也是开放的，这个对我们真的是一个特别特别大的收获。

记者：之前收购绿城项目，你保留了绿城原有的团队和产品线，现在把他们纳入到融创的体系来进行管理。那么在管理上，两家的融合有没有出现什么困难？

孙宏斌：没有，我们的文化挺像的，大家都努力，都想把产品做好。当然两家公司合作肯定是会有一些要解决的问题，比如说我们对目标的制定。因为融创对目标更坚决一些，或者说更咬得住一些，因为目标得早点定，如果现在把明年的目标定下来的话，那明年的目标一定能完成，但是如果半年以后定的话，那肯定完不成，因为需要空间，需要时间去做，所以我们还是希望尽快地把目标一致了。

记者：既然绿城这部分被纳入你们的管理体系，那对于绿城的产品的定位是否接受你的设计或者说调整？

孙宏斌：因为我们以后还会拿新的地，就是这个平台还会拿新的项目，它会自成体系的。

记者：对于这次融创和绿城的联姻，有评论说，这次成就的不是宋卫平而是你。你有什么感想？

孙宏斌：我觉得任何一个合资都是互相的，对我们来说肯定是，不管是对我们高端精品战略也好，对我们的布局上，都是一个特别大的促进，对绿城也是。我想最后肯定是双赢的。

高端战略布局：京沪依然有大空间

记者：融创一直是走高端住宅路线，那这轮房地产宏观调控对融创有什么影响呢？

孙宏斌：我们一直坚持高端精品战略，很多人觉得宏观调控对高端的项目影响大，其实是个误区。我觉得对高端影响应该是好的，因为宏观调控了以后，高端的供应量少了，可能有7090的政策，有供地的政策，今年如果我卖了，而限购也让客户惜购，惜购了以后，他更会选择好的产品，地段好、品质好，自己满意的。当然干什么都有好的，高端有卖得好的也有卖得差的，低端也有卖得好的也有差的，但是宏观调控对高端的影响要大，这肯定是不对的。我们也没有什么调整，我们聚焦的这几个区域一直都没变过。

记者：今年豪宅市场，从5月份就开始了，特别是北京、广州，甚至前段时间广州有一个单价14万的项目在出售。那么您觉得支撑这一轮豪宅市场反弹的因素是什么？

孙宏斌：正常，因为需求在那儿呢，我觉得很正常，这个需求会持续的。

记者：我注意到，融创的发展区域比较集中，主要就是京沪和重庆、无锡。可是你之前在创办顺驰的时候，风格迥然不同，扩张速度非常快。那为什么融创的扩张脚步那么慢呢？

孙宏斌：第一，顺驰是个教训，你要吸取教训，不能犯同样的错误；第二，我们也没有窝在那儿。这几个地方挺大的了，北京那么大、上海那么大，你把一个城市能做好就不容易了，我们还有四个那么大的城市，我想没有窝在那儿，上海和北京的市场太大了。

记者：但是现在你们股价低于发行价，是不是投资者也会考虑你们的规模因素？

孙宏斌：没有。我觉得主要是投资者对我们还有一个认识的过程。其实土地储备多了不见得是好事，没准儿是包袱。其实，我们的规模增长很快，今年如果我卖了300亿，就会排在比较前的一个位置上了，所以规模上肯定不是问题了，我想很快大家会认识到我们的优势。

记者：刚才你说的是教训，是因为顺驰倒下以后，你格外重视现金流这一块。那么现在你怎么控制融创的现金流？

孙宏斌：一方面是销售，销售的话你定的目标一定得实现，你不能说你定了200亿，最后完成100亿，你的销售就一定出问题了，要保证200亿一定得实现，实现不了的话你就别定200亿，这是第一件事。第二件事就是买地的时候，你一定有钱才买地，没钱别买地，买地以后等着米下锅，将来风险会特别大的。第三个就是，对这种负债的控制。三个方面同时做，现金流才会比较安全一些，光做一方面肯定是不行的。

记者：你觉得现在融创这种发展模式保守吗？

孙宏斌：保守吗？不保守，就是比较明确，比较清晰，保守我想说不上。

记者：你刚才格外强调北京和上海这两个城市，可是这里拿地不好拿，调控也主要调这里。你不觉得一线城市的风险很大吗？

孙宏斌：干什么都难，但是容易拿地的话，地肯定不值钱了。干什么都有风险，三四线城市拿地就没有风险吗？对风险的判断是一个总体的把握。

记者：那你都会采取哪些措施，来降低风险？

孙宏斌：风险不在乎你在哪做，主要看你买的地是否对，你做的产品是否适合市场，这就是对市场的判断，对风险的把握。

记者：你预计下半年整个楼市的走向会怎么样呢？

孙宏斌：会比较平稳，不会大起大落，政策也不会大起大落，市场也不会大起大落，会比较平稳。

摘自《网易会客厅》

再煮三国

曹操的纪律观

那些高明的军事统帅、精明的企业家都极为重视组织的纪律建设，不仅要求组织成员遵守，还以身示范、做守纪的典范。

■ 王东飞

组织离不开纪律，纪律是规范组织成员的重要准则，是维护组织利益的重要工具。对于私人组织而言，纪律还有更加深远的意义，严肃纪律，除了保证组织的运作和提高组织的效益外，还可以维护领导者或所有者的地位和权威。

那些高明的军事统帅、精明的企业家都极为重视组织的纪律建设，不仅要求组织成员遵守，还以身示范、做守纪的典范。

曹操自出道以后，无论是做普通官吏，还是身为国家的宰辅、军队的统帅，都十分重视纪律，为国严于执法，带军严明纪律，甚至将是否遵守法纪作为取舍接班人的重要依据。

严于执法，棒杀权贵

《曹瞒传》记载：太祖初入尉廨，缮治四门。造五色棒，县门左右各十余枚，有犯禁，不避豪强，皆棒杀之。后数月，灵帝爱幸小黄门蹇硕叔父夜行，即杀之。京师风俗，莫敢犯者。

二十岁的曹操被举为孝廉，紧接着被任命为洛阳北部尉，主管洛阳北部区域的治安。由于洛阳是当时的京都，权贵聚集，纨绔子弟违法乱纪，使得治安很差。曹操一上任就申明禁

令，严肃法纪，改善装备，还配备了五色棒，以震慑和惩罚不法之徒，“有犯禁者，皆棒杀之”。蹇图是汉灵帝信任和重用的宦官蹇硕的叔父，自然不把曹操的禁令放在眼里，依然不遵守法纪，公然违反不得夜行的规定。曹操知道后，严于执法，用五色棒将蹇图打死，以至于“京师风俗，无敢犯者”。曹操此举冒着得罪权贵的危险，坚决的执法法纪，使得辖区秩序井然，迫使那些权贵子弟也不敢再违法乱纪。可见，曹操对纪律的重视、对纪律之于组织重要性的深刻认识。

严明军纪，割发代首

只有做到军纪严明、令行禁止，才能使军队内部和谐、步调一致，才能秋毫无犯、取信于民。曹操精通兵法，深知军纪的重要。不仅严格要求将士严守纪律，自己也以身作则。

《曹瞒传》记载：常出军，行经麦中，令“士卒无敢麦，犯者死”。骑士皆下马，付麦以相持，于是太祖马腾入麦中，敕主簿议罪；主簿对以春秋之义，罚不加于尊。太祖曰：“制法而自犯之，何以帅下？然孤为军帅，不可自杀，请自刑。”因援剑割发以置地。

“割发代首”讲的就是曹操躬身守纪的事。一次，曹操率军征讨宛城的张绣，由于妻子即将成熟，曹操在出

征前，严令将士不得践踏麦子，不巧的是，曹操的战马因为受惊，突然窜进麦田，踩坏了农民的麦子。曹操把负责军纪的人找来，请他处罚自己。那人告诉曹操因其身份尊贵，可以不受处罚。曹操不同意，但是身为主帅，又不能自杀以乱军，于是割去一些头发，传示军中，以明军纪。

维护制度，褒奖许褚

内廷重臣联络外藩大将是犯忌讳的，历代统治者都对此特别的重视，很多时候明文规定内廷重臣不得和外藩大将联络。曹操本是多疑之人，对任何人都都不放心，必然会同文或默示内外文武不得私自联络。曹操对于能够遵守这条纪律的人也是极为赞赏的，无论这么做触犯了其他任何人的利益。

《三国志·许褚传》记载：褚性谨慎奉法，质重少言。曹仁自荆州来朝谒，太祖未出，人与褚相见于殿外。太祖呼褚入便坐，褚曰：“王将出。”便还入殿，仁意恨之。或以责褚曰：“征南宗室重臣，降意呼君，君何故辞？”褚曰：“彼虽宗重，外藩也。褚备内臣，众谈足矣，入室何私乎？”太祖闻，愈爱待之，迁中坚将军。

曹操的堂弟、曹营的宿将、守卫南线的曹仁从荆州到许昌来朝谒。曹操尚未从寝殿出来的时候，曹仁在殿外遇到了负责曹营警卫工作的许褚，想邀请许褚到旁边偏室聊天，许褚虽未直接拒绝，但是只说了句“魏王快出来了”，就转身回到了殿内，没有和曹仁去偏室谈话。曹仁由此记恨许褚。由于曹仁属于曹操的宗族大将，许褚如此行为，可能会招致祸患，有

人为许褚担忧，问许褚：“征南将军曹仁是宗室重臣，屈尊找你说话，你为什么非要推辞？”许褚倒是很坦然，回答说：“他虽然是宗族重臣，但却是镇守外藩之将。而我许褚却是负责内部守备的，我们要说话在公开场合就可以了，何必到私下说。”

许褚知道曹操多疑，要求下属严守纪律，警卫人员务必以其安全为第一要务。果然，曹操听说此事后很高兴，不仅更加喜爱许褚，还升许褚升官，升任中坚将军。

以纪取人，废黜曹植

曹操和其他创业者一样，功成名就时，不得不面临选取接班人的问题。曹操早年很看重曹植，将其纳入接班人的二人序列（曹丕、曹植）。由于曹植才华横溢，初期更得曹操的宠爱和重视。《三国志·陈思王传》记载：时鄴郡铜雀台新成，太祖悉将诸子登台，使各为赋。植援笔立成，可观，太祖甚异之。在曹植二十三岁的时候，曹操东征孙权，让曹植留守郾城，勉勵他说：“我做顿丘令的时候才二十三岁，和你现在的年龄一样。回想当时的作为，现在依然不后悔。你也要继续努力啊”。

俗话说：无规矩不成方圆。对于组织而言，好的纪律是不可缺少的。有了好的纪律，才能规范成员的言行举止，维护集体利益，维护领导权威。有了好的纪律，还要坚决执行，无论是面对弟弟，还是儿子，甚至自己，都必须严格遵守，唯有如此，才能号令统一，令行禁止。在这方面，我们应当全面、深刻地研究曹操的纪律观，向曹操学习。