

互联网思维叫卖者成败观察

■ 韩琉

这年头,半年工夫变化就很大,半年前出现了互联网思维营销的最强音,半年来,有的赢了,搞大了;有的雷声大雨点儿小,只听楼梯响,不见人下来。到底谁火了,怎么火的?谁黄了,怎么黄的?让好多人雾里看花无所适从。如下观察,或可帮助商家拨去雾霾见真假。

半年以来,谁? 用啥办法搞火了营销?

风光小米,过去火,现在更火。
小米公司 2013 年销售额做到近 300 亿元人民币, 公司估值已超过 100 亿美元。小米通过论坛、微博、微信等社会化营销模式,凝聚起粉丝的力量,营销几乎“零投入”就把小米快速打造为“知名品牌”。2014 年的目标是销量和营销额翻一倍达到 600 亿元。雷军成为最最光火的大佬。
小米创业不到 4 年,在产业链的每一个环节上尝试着颠覆,逐渐形成一套自己独特的理论。比如互联网七字诀:专注、极致、口碑、快。再比如,不计成本地做最好产品。

正是通过种种颠覆,小米以独特的模式换来自己的营销奇迹。小米模式是一个渐渐形成的过程,或许还有更多的颠覆发生。所幸,小米在飞速发展中保持着冷静,正如黎万强所言:“我们现在的挑战就是要保持清醒,控制欲望,控制节奏。”

三只松鼠,日销 800 万,还有更大颠覆野心。

“三只松鼠”定位于做第一个互联网森林食品品牌,标榜天然、新鲜以及非过度加工,仅仅上线 65 天,其销售在淘宝天猫坚果行业跃居第一名,花茶行业跃居前十名,发展速度之快创造了中国电子商务历史上的一个奇迹。

2013 年单月销量突破 2000 万元,跃居坚果行业全网第一。
三只松鼠抓住目前食品安全危机的消费心理,发挥现代物流背景下厂商和消费者无间隔这一关键环节,注重顾客体验,以实际行动证明了互联网的速度可以让产品更新鲜、更快到达,其“只做互联网销售”深得网购者青睐。

三只松鼠风光销售, 价格其实不菲, 创始人章燎原说自己不挣钱的同时却持续融资, 消息灵通者透露了章燎原一心做大的颠覆之心。他如下的话或透露了内情:2014 年会出现传统

企业的集体上线, 这会对纯粹的互联网品牌形成真正的挑战。

雕爷牛腩——网络“微播播”火得有道。

2013 年至今,雕爷牛腩这家号称“轻奢餐”的餐厅,很多人慕名而来,每天门庭若市,吃饭都要排很久的队。
雕爷牛腩的互联网营销玩法:在菜品方面,雕爷追求简洁,同时只供应 12 道菜,追求极致精神;在网络营销方面,微博引流兼客服,微信做 CRM;在粉丝文化方面, 雕爷形成了自己的粉丝文化,越有人骂,“死忠粉”就越坚强;而在产品改进方面,配有专门团队每天舆情监测, 针对问题持续进行优化和改进。雕爷牛腩吃着味足, 雕爷牛腩卖的入时,用户体验做到了极致,火得有道。

三个月以来,谁?用啥法子搞火了自己?

蒙牛“小黄人”搞火了销售。
“马马马,马年来啦,要啥有啥,呀,马上来啦……”三只小黄人一丝不苟地卖力演唱着,另一只则心不在焉搞怪不止。终于,一只认真唱歌的小黄人,痛下“杀手”将身旁的捣乱分子一拳击飞……这则小黄人拜年四重唱视频在春节期间一夜爆火,成为了“马年拜年神曲”。
是谁做出的这则视频?是赵兴继和他的团队。赵兴继是何人?是蒙牛乳业品牌三中心的总经理,他们才是小黄人真正的“幕后推手”。
“香蕉来搞怪,不许不快乐”的标语正是赵兴继想让观众记住的。

一家乳业公司力推一个影视卡通人物?为什么?
一个多月后,一批印着这些大眼睛小黄人的蒙牛香蕉奶(蒙牛内部称为“大眼睛”香蕉奶)铺遍商超卖场,乃至各家门口的小卖铺。

大眼睛香蕉奶是蒙牛 2014 年推出的第一款新品,从最初产品设计到创意萌发,乃至营销推广都和蒙牛之前的硬广轰炸打法明显有了不一样。截至 3 月 20 日,大眼睛上市整一个月,在蒙牛新品上市首月的销量纪录中排名第一。

这半年,谁? 搞火了自己,又搞蔫了自己

马佳佳“火”了,性趣店“燎”了。
半年前,90 后姑娘马佳佳通过自己的营销炒作,使得她的成人性趣品商店在过去一段时间做得“很”成功,诸多创业论坛和商学院争相邀请她做演讲嘉宾,让她谈创业、谈互联网思维、谈品牌观营销观,相关演讲 PPT 在微博、微信平台上被无数次转发和分享,其互联网营销思维抢了国人的眼,被贴上了“女神”、“童颜巨乳”及“性解放者”标签。就连不少马佳佳眼中的大叔级别人物都佩服不已,也受到不少企业的肯定。

半年后如何呢? 请看“麦爷”等人的实地查看。



马佳佳在三里屯 SOHO C 座 B1 的旗舰店,被称为“中国最美情趣用品店”。这里还是品牌营销最成功的情趣用品店, 门口挂着的标语写着:“不好意思的不准进,长得不好看的不准进,18cm 以上的可以打折”。店内随处可见“隔江犹唱后庭花”等带有隐喻和调戏意味的标识,但店里完全没有传说中那么“火”。只见一个男店员寂寥地站着, 期盼顾客上门,漫长的等待后,一群青年男女嬉笑着进店, 拍了 4 张照片后又嬉笑而去,没买任何产品,随后的几个小时,这里仍旧空空荡荡。

真火? 假火?
真是“火”的冻人。不得不怀疑: 只懂得营销的商业模式有未来吗?

业内分析: 马佳佳只懂营销的商业模式是无用的。
马佳佳通过营销炒作,使得她的情趣商店在今年 2 月 14—15 日“火”到极致,一个多月后,即失去了光鲜。

下一步谁把自己搞“黄”

半年前,黄太吉煎饼“火”了。
那时,有媒体热赞黄太吉“开奔驰送煎饼”, 黄太吉要实现 6 个月内销售 1 个亿, 要实现美国上市。说:“如今,对于北京的‘吃货’们来说,如果不知道‘黄太吉’就真的 OUT 了”。称赞只有一家 10 多平方米的“黄太吉”,在微博上有 3 万多粉丝,被风投估值 4000 万。

“黄太吉”怎么“火”的?
网友“紫色羽扇豆”一语道破:老板的营销宣传很厉害! 老板赫畅是个年轻人,了解年轻人的需求,熟练运用了在年轻人中流行的“社会化媒体”进行推广和营销,是他迅速走红的原因。

“黄太吉”要“黄”?!
前不久,记者前去试吃顺便做了考察。与大众点评网上网友“实话实说,味道一般”……“店面很小,环境较差”的留言颇有同感。

还有, 光靠卖煎饼果子、无矾手工油条、豆腐脑和豆浆要实现这一目标怕是还不够。有营销无产品, 凡客是有前车之鉴的。

记得几年前北京曾骤然兴起“土家掉渣饼”,而今“掉渣饼”已经难觅踪迹……黄太吉把不怎么好吃的产品做成了“明星”,就能多撑几年吗?

互联网思维是不是炒过头了?

中国城镇化尤其是新城区规划建设将进入一个新的发展阶段。如何走出一条具有中国特色的新型城镇化道路,如何科学有效地推进新城区发展,需要我们共同努力,积极探索。相信《新城区战略与路径》,将为我们提供一些有益的理论思考与实践借鉴。

(作者系山东省德州市住房和城乡建设局局长、国家注册规划师)

● 著者简介

邵自升,山东省禹城市人。曾任中共山东省委副秘书长、建设委员会主任、住房和城乡建设局局长等职,并兼任德州河东新城办公室主任、德州市推进中国太阳城建设战略委员会办公室主任等职务。现任德州市政协副主席等职。邵自升任职期间,德州市先后三次荣获中国人居环境范例奖,被国家有关部委和专业组织命名为“中国太阳城”。

资讯



“诚信的力量”上市公司高峰论坛举行

近日,“诚信的力量”2014 上市公司高峰论坛在国家行政学院举行。中国市长行长董事长城市经济论坛常任主席张国君、北京缘起文化发展有限公司董事长孙奎以及中国上市公司诚信 50 强的代表出席论坛。论坛由中国经济报刊协会指导、中国上市公司网主办。据介绍,论坛旨在改善和树立上市公司公众形象,推进资本市场诚信建设。论坛期间,主板上市公司诚信 50 强代表接受了表彰,四川长虹、永辉超市等公司发表了获奖感言。
(江红 蒋颜颜)

海淀工商分局 积极推进小门店整治工作

近期,北京市工商局海淀分局各工商所积极推进小门店整治工作。海淀工商所加强了对挂甲屯地区和北京大学内三角地的小门店执法检查。八里庄工商所牵头对田村路商户逐一排查,及时查处违规经营行为。万寿路工商所组织街道相关部门对太平路地区无证经营进行集中整治,责令 15 户无证经营户停业,对多次警告仍不改正的无证经营户采取了强制措施。中关村工商所牵头对双榆树三街地区违法商户展开取缔整治。甘家口工商所依法查处 6 家问题小门店商户。紫竹院工商所两次主动向街道汇报治理方案及工作措施。青龙桥工商所组织青龙桥街道相关部门对一亩园地区 9 户无证照问题小门店开展联合执法。温泉工商所对苏家坨镇温阳路地区 33 户问题小门店采取上账管理。中关村西区工商所联合辖区相关部门关停并取得 2 户有问题的小餐饮店。北太平庄工商所与花园路街道共同搞调研拿方案,根据居民实际需求,引导无证照店完善经营手续。四季青工商所小门店治理工作已形成“政府领导,工商牵头,相关部门各负其责”小门店综合治理常态化工作机制。

北京海淀工商专栏

城镇化道路 与新城区战略求解

(上接第一版)有了大伦敦的新城规划以后,大巴黎的新城规划也紧随其后,这些规划无一不遵循沙里宁的有机疏散理论。在中国,这一类大城市的疏散早该开始。但是我们不仅认识得晚,而且对新城的成长机制始终心存疑虑。

英国在这个问题上也经历过许多探索的痛苦, 实践方面也经历了第一代、第二代和第三代新城。

第一代新城。人口规模较小、功能单一,新城区里很少有就业岗位,被称之为睡城(Sleeping town)。大部分人早上涌到老城里来,晚上又涌回新城,造成巨大的钟摆式城市交通,实践证明这类新城是失败的。

第二代新城。丘吉尔时代的规划学家们就敏感地感觉到,应该发展第二代新城,也就是人口规模应该在 20 万人以上,就业岗位 50%当地解决。这样,这种新城能够至少减少 50%的城际交通。

第三代新城。继二代新城实践后, 又迅速推出第三代新城,人口规模为 30 万,就业岗位基本上能够在新城内自己创造,实现职住平衡,既保证了新城的经济活力,又大大减少对老城市的交通压力。

这样, 英国规划学家才逐步探索到新城的科学规划和建设的正确路径。在新城建设的过程中,他们逐步地得出一个结论, 就是新城开发成功的关键是其人居环境应该比老城还要更高、公共服务质量更好、人与自然更和谐,这样就可形成对老城的人口反磁力。只有形成这种反磁力,老城和人口的功能才会逐步转移到新城来,有机疏散才能实现。

中国各界都非常担忧特大型城市过分地膨胀, 因为特大型城市的过分膨胀是一个全球通病。城市规模越大,商品生产的效益就越高,同时创造的就业岗位就越多,公共服务的品种越多,人们就越趋向于到这样的城市里生活工作。所以超大城市能够自动吸收人口,并引发规模膨胀的恶性循环,这样的问题在世界城市化历史上早就多次发生过。解决此类问题,应及早部署中国式的“新城计划”去应对。

邵自升主持德州市城乡规划建设管理部门的工作多年,并且曾负责德州河东新城的规划建设管理工作, 有着比较丰富的工作实践经验。在工作之余,潜心学习研究城镇化理论和新城区发展规律。在从住房和城乡建设系统转到其他岗位后,怀着对推进城镇化强烈的责任和深厚的感情,利用工作之余,撰写了《新城区战略与路径》一书。这种城建人的责任感和情结十分难能可贵,应当给予鼓励和提倡。

中国的城镇化是一场史无前例的人类伟大实践, 需要理论的广泛深入探索和全面的科学指导。新城区发展是城镇化的重要内容和基本途径,正以过去从未有过的速度、规模和形象,展现在世人面前,呼唤对实践经验及时总结和理论研究的不断创新。西方国家新城区建设已经时过境迁,但总结其经验教训的文章不多。中国新城区方面的著述,与城镇化的理论研究相比,数量不多,综合性的研究更少。邵自升所著《新城区战略与路径》,在理论与实践的结合上,比较系统地介绍了新城区发展历程、研究状况,全面地研究了战略定位、策划营销、规划设计、开发建设、投资、文化、体制、政策、类型和未来发展等十多个方面,构筑了一套完整的新城区战略全景和发展路径。这是一部具有一定理论性、系统性、创新性的新城区研究著作,是一部来自实践、融接地气、具有可操作性的新城区发展导论。当然,全面构筑新城区发展理论,需要不断地实践,需要不断地丰富。

(作者系国家住房和城乡建设部副部长、中国城市科学研究会理事长、博士。此文系为德州市政协副主席、市委统战部长邵自升著《新城区战略与路径》一书所撰序言,标题为编者所加)

书评



一部来自实践的新城区发展导论

——读邵自升新著《新城区战略与路径》

■ 艾晓娜

《新城区战略与路径》共有 11 篇、49 章,作者从叙述新城区的历史发展演变入手,在全面总结国内外一些专家、学者对新城区理论研究成果的基础上,结合当代中国新城区发展的实际和作者本人多年的工作实践,全面系统地论述了新城区发展战略、营销策划、规划设计、开发建设、投资、文化、体制、政策、类型和未来等方面的内容, 为读者在新城区发展的思路、实施步骤、推进措施等方面,提供了一套完整的理论体系、技术路线和实践全景。同时,对中国新型城镇化道路等一些重大问题,进行了深入探讨。在每一篇中,都尽可能地溯源一些理论的脉络,概括、提炼一些研究成果,通过分析论证,提出一些新的、全面的认识。在一些理论性、专业性比较强、实际工作中需要认真把握的地方,把一些繁杂的理论浓缩为一些简单的程式,或者列出一些图表,尽可能地简便易懂、一目了然。

该书理论完整,知识系统,主题突出,内容广泛,文笔流畅,富有哲

理,是一部全面研究和科学指导新城区、推进城镇化发展的重要著作。一些西方国家早已跨过了大规模的新城区建设时期,这方面的理论研究已时过境迁。中国在新城区发展理论研究方面虽然取得了一些重要成果,但总体而言,这方面的理论著作还比较少,难以自成体系,滞后于现实发展。已有的著述,有的侧重于介绍国外过去的做法和经验,有的侧重于介绍国内一个或几个新城区的实践案例,有的仅仅侧重于方案规划、投资建设,缺少宏观理论上的探讨。这些著作,或者很少涉及当代中国的新城区实践,或者理论联系实践不够,或者缺乏指导性、操作性。而邵自升的《新城区战略与路径》一书,力求立足中国,面向世界,总结历史,反映现实,展望未来,全面地探讨了新城区发展的理论,尤其是在战略、营销、策划、投资、政策等方面,实现了全面性、系统性的突破,饱含创新性、理论性的特色,富有实践性、现实性的价值,为中国的城镇化实践提供了可操作性的理论指导。

作者邵自升从事城市规划建设

管理工作长达十余年,具有丰富的理论功底和实践经验。在我们共同工作的几年里,我见证了他为德州城市建设付出的辛勤汗水和心血。作为单位的主要负责人,肩上承担了大量的责任和希望。自 2003 年德州市启动河东新城以来,他兼任德州河东新城区办公室主任,主持新城区的规划建设管理,还管理下辖 17 个村的新城办事处,一直到 2008 年把新城区移交给德州经济开发区管理。5 年的新城区规划建设,一个生态型、园林式、现代化的新城区初步呈现在世人面前,成为德州新的标志性中心区域。在繁忙的公务之余,他能静下心来汲取知识营养自己,潜心学习研究城镇化理论和新城区发展规律。看过的每一篇有价值的文章都做了笔记,并且很好地保存下来;闲暇时间阅读中外有关城市规划建设方面的著作;每年都坐下来全面总结本城市规划建设的经验教训;利用出差的机会认真考察国内外城市规划建设方面的实践。《新城区战略与路径》一书,就是他多年实践经验和理论思考的真实反映。