

伟大的心智 伟大的企业家

■ 韩琮

包括企业家在内的一切成功的领导者,无一不是心理大师,无一不是把握民众心理或社会趋势的高手!他们洞悉社会发展趋势,把握民众心理,或练就感动人类心灵的特殊本领。正因此,他们把握根本和大势,遵从方向肩负使命,历经磨难,无数次感动自己,感动他人,感动鬼神,改天换地,成为一个时代影响整个世界的伟大的领导者。

张瑞敏:顺应三种心理 带海尔从小海到大海

顺应民族心理,顺应消费者心理,顺应员工心理,张瑞敏携手海尔赢得了中国甚至世界的热情接纳。

上应民族心理,创造民族品牌,给中国一个愿景,走品牌之路;举旗民族复兴,弘扬爱国情怀……海尔赢得了一条大发展的民族通道,国家通道;

外应消费者心理,满足大众生活心理需求。民众有保鲜需要我出恒温冰箱,民众有卫生需要我出抗菌冰箱;民众不要雾霾要清爽呼吸我出氧吧空调;农民愁洗地瓜我出洗衣机一机多能;你买海尔电器我去无尘安装……

内应员工心理。“晓玲扳手”、“云燕镜子”、“启明焊枪”、“申强挂钩”、“迈克冷柜”等等以职工名字命名的创新发明,尊重激励激发了员工创造精神、创新动力,员工把自己的荣誉、事业、命运和企业结合在一起。oec工作法,推行员工自我管理,几万名员工,从你让我做到我要求做,从被企业经营到“自主,自治,自推动”的自主经营,海尔尊重人性,尊重员工价值实现的内心需要,激发员工的潜能充分释放,历经30年打拼终于成为世界白电霸主,赢得了中国和世界的尊敬。

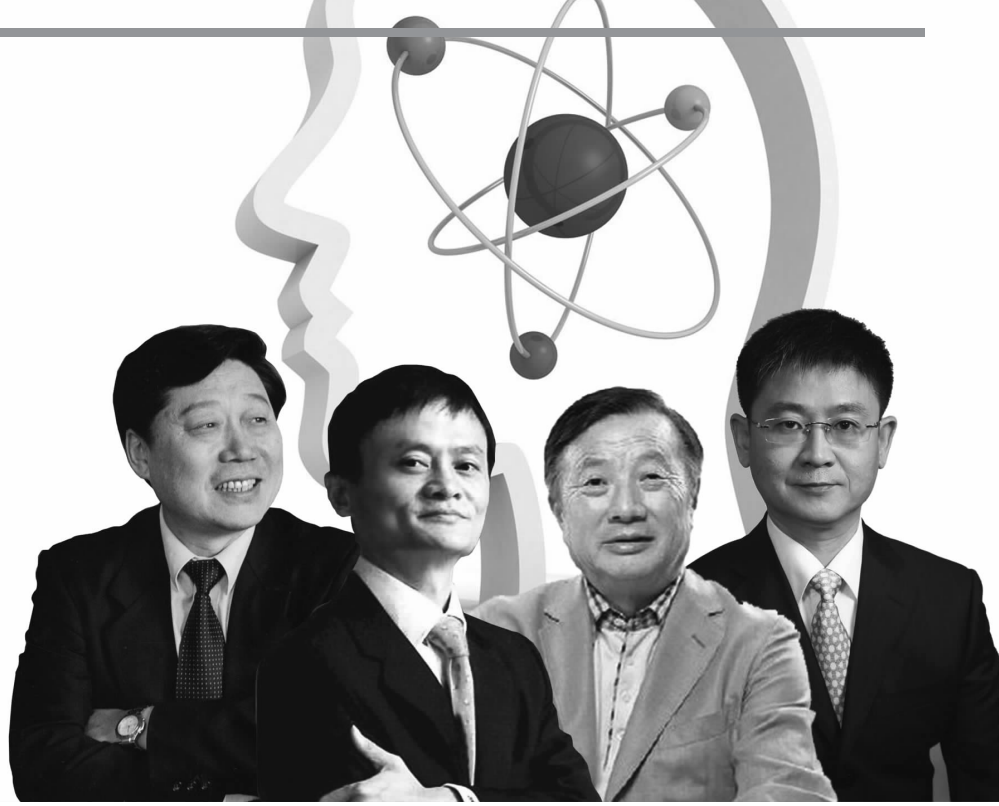
马云:给民众以希望 给阿里一个中国

十年一万亿,马云抓趋势成就从地到天的神话!

二十世纪世界最伟大的创造是互联网。二十一世纪中国最伟大的企业家是马云。马云把微成本创业和成功的机会给了每一个渴望自我实现的底层中国人。民众回报他一个中国市场。

马云以普惠网民大众缔造文明商业环境的理想主义精神,对内理想引导,对外凝聚起亿万网上创业的中国青年,开创中国商业新秩序。他改变传统的商业模式,十年高速增长;他引导国人购买习惯大变革;

近日《财富》杂志评出2014年“全球50位最伟大领袖”,张瑞敏马云再次映入世界的眼帘;同时揭晓的“2014年中国最具影响力50位商界领袖”也再次引起中国社会对中国企业家的又一次关注,他们的过人之处仿佛尽人皆知,本文试图用最精简的语言从人文角度加以注释,以加深对他们的人文精神的理解。



王利博制图

拉动网购、物流全产业链大发展;他创造新的商业文明。如场内结算,改变了传统大商店对小商户的各种盘剥;网上促销从不强迫小商户;他创立电子商贸新的交易制度,创立文明行商的信用约束机制、信用管理体系;他给予中国普通人以创业、就业机会,生命价值追求机会;他依靠网络创新社会平等;他创造普通百姓和小商户的商贸节日,让几千万“店小二”和亿万中国平民有了属于自己的购物狂欢节;他创造了2013年“双11”日成交350亿元的商业神话!

马云抓住了互联网网售的大趋势大机会,至今已经凝聚起8000万支付宝用户,5000万自平台交易用户,实现了每日8亿元的现金流!

创建“透明、开放、协同、分享、责任”新商业文明,创建“同一个生态,千万家公司”美好的商业生态系统是马云的理想,为此马云坚持十年不向会员强制收取开店费和交易佣金,坚持扶持发展创业者和中小卖家……马云,要为1000万家中小企业提供一个生存和发展的平台,为全世界提供一亿人的就业机会,为全球十亿人提供一个消费的平台……

马云的队伍还在势必更快的与日俱增!

马云抓住网售,与中国与世界进行着史无前例的双赢交换!!

廖玓:官网聚民意 舆情经营连年翻番

21世纪的中国,官媒民媒两张皮,官网如何走市场?矛盾交织,人人都说破难!人民网总裁廖玓,洞见社会和民众心理,破解了这个中国官网难题。廖玓有远见,8年前他就顺应中国基层官“病”流行,民有“怨”要诉,党要反腐要民心拥护要巩固执政基础长期执政的三大需求,开始了网络舆情的布局。廖玓有思想,舆论开道,“凿通两个舆论场”;廖玓更有勇气,他率其团队,官媒汇集民意,以民意资源,经营网络舆情信息一年一个新台阶。

对廖玓舆情经营思路可作如下解读:1,舆论既是资源。2,民意可以经营。3,逼迫“官僚”和“衙门”尊重民意——让猫吃辣椒。4,增值信息全链条产业化经营。

其经营步骤是:2007年办留言板,蓄水;2008年办《网络舆情》,亮剑;2009年筹划舆情业务;2010年成立合资公司经营舆情业务。

廖玓经营舆情的社会效果:1,利民;2,立党;3,改官风;4,推动民主政治文明;5,推动社会发展;

廖玓舆情业务的经济效益:2010年营收1500万元;2011年营收4000万元;2012年营收近8000万元;2013

年保持40%增长……

任正非:危机中成长 心有大智慧

人人持股,自己只有1%!对员工的内部讲话,以心换心。

《华为的冬天》,一开头就说:今年我们要广泛展开对危机的讨论,随之连问企业5个层次的危机,提醒大家:不小心明天就会倒闭。

《天道酬勤》,文中28处提到艰苦奋斗,5次谈到危机,历数华为创业18年的艰难与坎坷,面对严酷竞争,历数华为人的拼搏和牺牲。

《我的父亲母亲》,“逝者已经逝去,活着的还要前行”真情实感,真挚朴素,感人泪下,既是一位孝子如泣如诉的祭文,更是一位企业家灵魂的自我表白,一代商业领袖艰辛成长史的写照!花甲之年,任正非仍在激励自己,又怎能不令几万华为员工感动。

细心阅读任正非对企业员工的40多篇讲话会发现,任正非的讲话字字句句感人肺腑,关键时刻凝聚统一了员工思想,使华为齐心协力应对危急,共度时艰。任正非的内部讲话,伴华为历险涉难逢凶化吉,直到强大!

是为对人选2014年“全球50位最伟大领袖”和“2014年中国最具影响力50位商界领袖”以及众多中国企业家的敬礼。

粉丝时代: 视频传播迎来春天?

■ 本报记者 江雷

20多年后的今天,以美国思维改编的电视剧《纸牌屋》为美国网络视频Netflix公司以“用户营销”收获了“63%的社交媒体好评率”。当Netflix公司以及老板瑞德·海斯廷斯再次成为2014年好莱坞娱乐业的明星时,迎合大众口味的“创新营销”也给大数据时代的中国视频市场带来了福音。

25亿次点播“点播”了谁?

2013年,《纸牌屋1》首播,“视频播出”新模式带来了新的商机。2014年,《爱情公寓4》使爱奇艺PPS双平台全网播放量突破25亿次,面对突如其来的“史上第一神剧”,有心人发现了《纸牌屋》、《来自星星的你》给中国文化市场带来的机会和启示:粉丝,就是效益。

《爱情公寓》制作人:“我们制作班子、主创人员、营销专家无非是将叙事结构、故事节奏、大牌明星、植入广告等更好地融入了国内情景喜剧”,我们“与粉丝天天互动”告白,引起了行家里手的高度重视,视频传播市场也得到了众多“大佬级别投资者的异常专注”,他们在快速地兑现以往的观点:“文化产业需要理念上的大突破。”

4月26日,《纸牌屋》的制作商Netflix发布了最新财报:今年第一季度营收12.7亿美元,同比增长24%;净利润5311万美元,同比增长近19倍。也因此,Netflix计划将会员费从每月7.99美元增至8.99美元或9.99美元。此消息公布后,Netflix股价大涨6.8%,报收372.2美元。在2002年上市的时候,Netflix市值只有5亿美元,目前已超过200亿美元。

面对韩国文化研究专家“《纸牌屋》市场效应值得研究,谁先研究谁受益”的感言,搜狐视频版权采购中心高级总监马可对《中国企业家》记者表示:“大数据时代,中国企业敢于花费上亿元拿到《纸牌屋》在中国地区的互联网独家播放权,是中国企业学习美国公司积极争取高端受众以及利益链……的中国实践。”

看来,中国互联网企业家不单接受了“点播”,思想“发芽”,而且展示出了市场抢夺的实力。

把“粉丝文化”凝聚成发展动力

当广告商们盘算着“手中的钱往哪儿砸”时,以大数据分析为基础的美国电视剧《纸牌屋》、《铁杉树丛》、《发展受阻》,已经成为“新商业营销案例”,这在2014年中国全国两会上的企业家代表间成为热门“话题”。一部电视剧的成功,印证着一种趋势:互联网时代,制片人和编剧要把在线视频网站看成“一个能够讲好故事的平台,要学习基于用户信息挖掘决定内容生产”。

当“粉丝文化”在中国开始形成,互联网文化企业、企业家要积极思考各自的导向责任。4月9日,当“打工皇帝”唐骏在微信上宣布其投资、参演的40集电视剧《办公室春天》在杭州杀青时,2013年就开始尝试自制剧,在某时尚杂志封面《纸牌屋》式“党鞭”椅子上坐了一个多月的张朝阳宣布:“搜狐视频第一部互联网视频长剧《匆匆那年》开拍。”张朝阳感动公众的责任态度是《匆匆那年》电视剧,无论在制作、发行和播放环节上,都试图创出中国模式。他表示,“我要为视频电视剧的发展开辟一条新道路。”

一直苦心培育“粉丝文化势力”的优酷土豆视频、腾讯微信,阿里都在痛苦地纠结中寻找着“新大陆”,等待着“春天的惊雷”。

4月28日,马云宣布,阿里巴巴和云锋基金以12.2亿美元战略入股优酷土豆。

4月29日,优酷土豆董事长古永锵透露,视频应用和网络平台演变为未来的多屏和娱乐文化品牌,阿里巴巴满足了优酷土豆在文化娱乐品牌、应用层、广告收入,实现业务互补的业务多元化需求。

一位传统行业企业家对《中国企业家》记者表示:“通过《纸牌屋》市场营销模式,的确感受到了大数据时代视频传播的力量。与其说是技术市场带来的突破,不如说是管理者、投资者们观念的创新和突破,是人的文化理念的突破和突破,是粉丝文化的胜利。”

中国的企业家,不再议论韩流、美剧文化的软实力了,在以行动做最好的证明。

模仿中创新“且行,且珍惜”

文化市场商业模式的探索,在中国已不再是冷话题。

艺恩咨询分析指出,随着TV2.0时代的全面到来,受众已逐渐将注意力由电视屏向电脑屏、手机屏转移,由此突破了以往在时间和空间上的收视藩篱。因此,企业管理者要珍惜“粉丝”的消费情感。

当爱奇艺、搜狐视频等成为粉丝观众心中的娱乐节目首选工具时,老板们看清了一部电视剧就会拥有上百万、上亿粉丝的正力量。当《纸牌屋》、《来自星星的你》、《爱情公寓4》等“神剧”在品牌维护、开发方面,为中国的文化产业业态做出了样本时,我们的投资者、企业家也加紧了创新的步伐。

公众看到,十几年“叫好不叫座”的中国文艺片终于以电影《白日焰火》戏剧性地“颠覆了历史”。据悉,《白日焰火》的营销团队在擒获柏林电影节金熊双熊大奖后,“神速”地研究《纸牌屋》等剧带来的“粉丝热”现象,与各大门户网站、微博平台积极联手推广,终于取得“从未有过的文艺片市场奇迹”;国产文艺片首次上映第一周就取得4100万元票房。

“五一”假日期间,与视频传播互动的电影、电视剧、纪录片节目再次聚集“粉丝势力”。行家表示,《白日焰火》的大卖,赢在观念创新,精准了互联网时代的“营销穴位”。

而成熟的“铁杆粉丝”们态度更为鲜明:文化情感的消费受到高度重视,会带来文化消费的理性和高贵。如此,中国文化软实力才有可能快速形成自己的“文化密码”,出现有竞争力的成功商业模式。

一周史记

(5月7日—5月12日)

企业大事

1987年5月7日 中信实业银行在北京成立并开始营业

1985年5月8日 首次研制的“计算机——激光汉字编辑排版系统”通过鉴定

1998年5月8日 全国最大的国有零售书店——北京图书大厦开门纳客

1884年5月8日 《点石斋画报》在上海创刊

2008年5月11日 我国大飞机公司在上海成立 注册资本190亿元

1928年5月5日 克莱斯勒公司与道奇公司合并

1998年5月6日 奔驰汽车公司与克莱斯勒公司合并

1987年5月7日 中信实业银行在北京成立并开始营业

2005年5月11日 全聚德展览馆开馆

1884年5月12日 《点石斋画报》在上海创刊

1931年5月13日 我国第一辆国产汽车诞生

行业大事

2000年5月8日 中国铁路车辆首次出口发达国家

1901年5月9日 20世纪第一次股市暴跌

1996年5月9日 我国研制成首台国产回旋加速器

2001年5月11日 中央企业厂务公开现场推进会结束

相关大事

1988年5月10日 我国第一个高新技术产业开发试验区成立

1984年5月10日 国务院进一步扩大大国营工业企业自主权

1964年5月11日 3倍音速的B-70轰炸机首航

1995年5月11日 我国成为第六个研制成功磁悬浮列车的国家

江湖

西藏自治区盐业总公司总经理程润社因涉嫌严重违纪,目前正在接受组织调查。西藏自治区盐业总公司是隶属自治区商务厅的国有独资企业,成立于2008年10月。

山东省凯远集团公司陈瑞斋违纪被立案调查。山东省凯远集团公司党委委员、董事、副总裁陈瑞斋4月29日被立案调查。陈瑞斋利用职务便利,侵吞公款;目前陈已被“双开”并移送司法机关依法处理。

华菱钢铁集团郑柏平违纪被立案调查。华菱钢铁集团有限责任公司党组成员、副总经理郑柏平涉嫌违纪问题也在4月予以立案调查。郑柏平是今年首个在钢铁领域落马的国企高管。

中国中纺袁飞、高丽丽、张永民等人职务变动。袁飞(女)任中国中纺集团公司纪委书记,免去高丽丽(女)的中国中纺集团公司党委副书记、纪委书记职务,不再担任中国中纺集团公司工会主席、职工董事职务,退休。张永民为中国中纺集团公司外部董事。

王铁山任中国中丝集团公司副总经理。王铁山历任锦化氯碱股份有限公司常务副总经理、总经理,锦化化工集团公司常务副总经理,方大锦化化工科技股份有限公司副董事长、辽宁方大集团副总裁、北京方大炭素科技有限公司董事长。