

卓越的“米”范

■ 韩琉 赵佳琦

7月22日,小米手机4在北京发布,成为电子行业和大众关注的焦点。小米,是一个近乎神话的创业故事。小米公司董事长雷军在2014年7月2日宣布:今年上半年小米销售了2611万台手机,超过2013年全年销量的1870万台,同比增长271%,含税销售额330亿元,同比增长149%。

人性化制造

关于手机,一提起卓越的品牌,大多数人想到的一定是美国苹果公司生产的iPhone系列。而今,我们随处看到的却是小米日趋明显的超越iPhone的势头。

人性化设计上,小米MIUI采用IOS的APP,但免去了安卓繁琐的二级三级菜单。

在性能上,小米手机用的安卓系统略胜于iPhone手机使用的IOS系统,安卓可以OTG,可以NFC,小米手机还可以当U盘使用,手机可以进行文件管理,而IOS只能从APP STORE里面下,且没有第三方输入法。简言之,小米3可以和苹果5S抗衡,二者运行程序的流畅度不相上下。

在使用方便性上,MIUI略胜于IOS,T9智能拨号,黑名单,陌生来电云查号,联网防火墙,更换主题,常用的功能基本都有,不用root,系统自带。

在消费者关心的使用费用方面,MIUI的使用费用略低于IOS,消费者使用安卓系统基本可以不花更多的费用,大部分游戏都可以上网找破解版,IOS则不行。其他的方面,iPhone轻薄小,电池容量小。但小米3屏幕比较大,喜欢大屏幕的人更青睐于小米3。

如果这样说,还不足以显示小米手机与iPhone的比较优势,我们可以直接用数据说话,小米3的屏幕尺寸是5英寸,iPhone5s的屏幕尺寸为4英寸;小米3的屏幕分辨率为1920x1080像素,iPhone5s的屏幕分辨率为1136x640像素;小米3的CPU核数为四核,iPhone5s是双核;小米3的RAM容量为2GB。iPhone5s 1GB;小米3的电池容量为3050mAh,iPhone5s的电池容量为1570mAh。在



王利博制图

这些数据的基础上,小米3的价格为人民币1999元,iPhone5s的价格为人民币5288元。什么是卓越?对于现今社会,满足市场需求的就是卓越,小米以其自身不输入的實力与低廉的价格获得了高超的性价比,为其他国产手机品牌作了一个良好的示范,说其卓越,一点不过。

卓越的追求

关于小米,其董事长雷军曾在演讲中提出了九点,由此,可以看出小米的成功绝非靠运气,仔细看看,对时刻面临创新突破的中国企业家启示良多。

雷九点中的第一点:“你敢不敢投资你自己”。第三点:“再创业做不好的核心原因是心态”,雷军认为再创业做不好的核心原因是心态——急于求成,觉得自己什么都懂,觉得自己很厉害。而只有把心放到什么都不懂的状态来创业才能取得成功。

第四点:“营销不是最重要的事情,我们认为最好的营销,就是做好产品,做好服务”。第五点:要反问自己“你真的把产品做好了吗”,雷军强调要在产品上花大力气!如果你没有,用户是“看得见的”。第六点:“别把用户当数字看要当朋友看”。他说,“你无法相信你的手机卖给了你的朋友,然后它坏了,一修修七天。(要是)我朋友手机坏了,说实话一个小时修不好,我就烦躁不安,算了,再给他一个新的得了。当你把用户当朋友看的时候,所有

问题就都不一样了。我们更在乎用户的质量,而不是用户的数量。我觉得今天的互联网里,用户的质量比数量重要。如果有了这些东西,如果你全身心投在做产品上,产品做出口碑来,用户才能喜欢你”。第七点:“创业要发挥群众路线”。雷军说,“第一,要下功夫把产品做好,用完美主义的精神去把你的产品做好。第二,要相信用户,相信用户口碑。一个超级忠诚的用户,能给你带来非常多的用户。第三,把用户当人看,不要把用户当做数字看。因为我们每个人,自己都是用户,我们把人们想的单纯一点后,你会发现,事情其实就是那么简单。只要你下功夫了,能做好,用户是买账的。”

第八点:“互联网思维7字诀是专注、极致、口碑、快”。雷军说,“‘专注’就是你能不能把你的精力集中到一点上,因为集中到一点,才有穿透力;极致就是你能不能把你的东西做到极致的程度。什么叫极致呢,我一个朋友跟我解释说,极致是把自己逼疯,把别人逼死,如果你自己没逼疯的话,那可能没到极致”。在雷军看来,“超出预期的东西才有口碑”;“做的不是一般的好,才会有口碑”;“做得非常好的时候,才有口碑”。“快”,就是动作要快。

最后一点是:“要把东西做到大公司也无法超越的极致”。雷军说:“你不能寄希望于大公司犯错误,你要想,怎么在大公司的缝隙里面找到生存的机会,努力把东西做到极致,做到别人没办法超越”,“这才是生存之道”。

高明的经营

饥饿式的生产和销售,使小米手机从生产到销售甚至在互联网销售领域都可谓是独树一帜。高调的发布方式,病毒式的宣传模式,一个受市场关注度高的产品必然是一个在产品宣传上下足功夫的产品。网络运营模式 and 低价让利,小米打破常规,它不搞实体店面的整合式营销而采取官网订购,它采用最近货源地发货的一站式物流体系,大大缩短了物流所耗费的时间,并提供七天退货保障,十五天换货承诺,200元起的在线支付包邮策略,这些很是讨消费者的喜欢。

另外,小米还有红米1s、小米盒子、小米WiFi等其他系列电子产品,还有不少周边产品——“小米生活方式”系列,包括T恤、水杯、背包等,价格较便宜、款式新颖,广受年轻人喜爱。

归根结底,小米的成功,在于他以创新的勇气和卓越的实践为自身发展打开了一个最宽敞明朗的突破口。那就是,走品牌化道路,实现产品的集约化生产,把商品做成宝贝,让宝宝踏上现代消费的高速快车道。

传统方法,不可能帮助中国产业实现大幅升级。小米不断地冲破瓶颈,打破常规,走出了一条日新月异的高速路。

中国企业如何打破传统,成就自己,小米的范式值得借鉴思考。

税务官为什么不担心 突击征税压死房企

■ 丁是钉

在上半年财税收入增幅大幅度减少的情况下,一些地方政府已经向房企发起清缴税费的行动。税务部门的逻辑是“担心中小房企一旦倒闭,税费就收不上来了”。但是,税务部门为什么不担心清缴税费会成为压垮中小房企的最后一根稻草,而企业倒闭后再就无税可收呢?

据财政部日前公布的财政收支情况,今年上半年房地产业营业税、契税同比分别增长6.6%、11.7%,相比去年同期增速分别下滑39.1%、28.1%,与以往动辄百分之二三十的高增长水平相比,形成巨大的落差。因此,就税务部门本身的工作职责而言,想方设法清缴税费的做法非但无可置疑,甚至还是尽职尽责的模范。但是如果从保证经济稳定、促进经济发展的角度讲,则需要税务部门甚至是国家决策层调整思路 and 做法。

首先,应当建立保税源、保经济比保税收重要的理念。毋庸讳言,持续拉高的房价让房地产行业成了一个遭人痛恨的行业。但尽管如此,房地产行业的兴衰关系到上下游数十个行业的命运。如果房地产企业大面积破产,就有可能导致经济出现全局性和系统性的风险。因此,在“挤泡沫”的同时,更要密切关注房地产行业的运行情况,防止房地产企业的困难引发连锁性的多米诺效应,造成经济恐慌。

就在不久前,发生在温州和钢贸互保行业中的问题,已经在一定程度上造成了一些地方和行业局部性的经济风险,地方政府为防止风险的扩散和蔓延花费了巨大代价,但是却收效甚微。吸取这些地方和行业的经验教训,对有较大风险隐患的行业给予适度的“财政保护”,是一种成本低收益大的良方。打个比方,一定不要等火上了房了再去救。从这个思路出发,在当前房地产行业面临巨大困难的情况下,制定相应的临时性政策,适度延缓房企的税费清缴期限,既有合理性也有必要性。至少不要“逼税”,更不要收过头税,让已经深陷困局的房企雪上加霜。

与此同时,应当建立以降税费促进财政增收的新思维。拉弗曲线直观地表明,当税率达到一定的税后,随着税率的提高,政府的税收就会减少。相反,如果税率过高,降低税率就会增加政府的财政收入。从中国的税收现状来看,一方面是企业普遍反映税费过重,另一方面,也伴随着普遍性的偷税漏税行为。中央党校教授周天勇在一份调查中曾指出,如果不偷漏税,90%的中小企业可能倒闭。

在历史上,美国曾经有一次减税增收的典型案列。1920年新上任的美国财长安德鲁·梅隆发现,无论是企业还是个人“避税”的行为都很普遍,他认为如果让人们缴该缴的税,最好的办法就是降低税率,为此,梅隆和反对方进行了激烈的较量。减税方案逐步实施后,原来缴税最多的阶层比减税前多缴了50%,而原来缴税较少的阶层比原来多缴了40%—70%。减税使得人们不再逃税,美国企业家以惊人的速度创办公司。到1926年,美国失业率降到历史上惊人的1%低点。美国工业生产指数从1920年的15%上升到1929年的23%。在工作时间减少5%的前提下,美国工人的平均工资收入增长1/3。

从现实来看,如果企业的税负能够降低到合理水平,企业就不会冒风险去偷逃税费,由此而发生的寻租行为也会大量减少,税收环境将会得到明显好转,征税成本将大幅度降低。因此,以提高征收率替代高税率是增加财税收入的最佳选择。

在告别GDP崇拜的同时,也必须相应调减政府的财政收入预期。如果财政收入预期不减,地方政府扩大GDP的冲动就无法真正降温,中国经济依然会被绑架到一辆疯狂飞奔的马车上。中共十八大以来,中央政府已经采取了一系列减少税费的措施,减轻企业的负担,增加经济发展的活力。就企业的感受和需要而言,这种减负的范围还应当从点扩展到面,从微调转变为大降,为经济转型创造宽松的环境。

中华英才网发布大学生最佳雇主报告

7月25日下午,由中华英才网主办的“第十二届中国大学生最佳雇主颁奖典礼”在京举行,最新一期《中国大学生最佳雇主调查报告》同期发布。国家人事部和高校毕业生就业协会相关领导、中华英才网的高层管理者以及百余家优秀雇主企业共同出席。活动围绕相关话题进行了深入探讨。中华英才网董事长Leslie Buckley(莱斯利)就投资、技术平台升级等相关话题发表观点。据悉,日前中华英才网获得约2.5亿元人民币注资。(周亮)

“守护童年与爱同行”公益活动举行

7月28日是中国儿童少年基金会中国儿童慈善活动日。“守护童年与爱同行——2014美丽中国爱心行”大型公益活动启动仪式在北京举行。现场,恒大地产集团有限公司、广西梧州中恒集团股份有限公司等40家爱心单位和个人举牌捐赠。活动已经获得捐赠款物6200万元。恒大地产副总裁彭建军代表捐赠单位发言。今年该活动主题是:“守护童年与爱同行”,将邀请有关领导、爱心企业和个人走进重庆、山西、内蒙古等地。(张燕)

海淀工商四季青所 对汽车用品市场开展检查

针对市场上部分汽车坐垫存在的质量问题,四季青所迅速对辖区内汽车用品市场开展专项检查:一是抽查了23户汽车坐垫商户,针对检查中发现的问题现场提出整改意见。二是检查结束后对市场主办方进行约谈,下达《市场预警告通知书》,要求其及时自查自纠,实施整改。三是立即下架市场内“三无”产品,对问题严重的商户封店。通过调查了解,汽车坐垫制造商多为中小企业。呼吁相关部门尽快出台相应标准,促进汽车坐垫市场规范化、标准化,完善部门监管依据,为消费者营造放心的消费环境。

北京海淀工商专栏

中国建材集团混改中的“包容”文化

(上接第十版)

“兼济天下”的包容。中国建材集团的案例蕴含着产业报国的决心和行业发展的内在需要,经受住了实践考验,赢得了广泛的支持。中国建材集团面对行业多散乱的局面,在市场倒逼机制下,围绕主业进行资源整合,积极稳妥地重组了1000余家企业,吸纳了很多民企和企业家。在这一过程中,中国建材集团始终坚持

“行业利益高于企业利益,企业利益争于行业利益之中”的理念,积极承担央企责任,带动市场结构发生深刻变化,倡导新型竞合模式赢得认同,改善了建材行业生态,在过剩行业普遍亏损的严峻形势下,确保了行业价值的合理回归。2013年和今年上半年,同样是产能过剩产业,钢铁等基础原材料行业普遍亏损,而水泥行业实现盈利,一枝独秀。中国建材集团

联合重组实践的巨大成功,被哈佛管理案例收录,体现了中国企业对新型工业化之路的深刻理解和实践贡献,必将在中国工业现代化的历史上焕发出历久弥新的光彩。

“以人为本”的包容。在联合重组的过程中,中国建材集团对于重组企业职工,在本人自愿的前提下,全部留用。对于确实富余的人员,也会通过内部调剂使用加以解决。对有

能力、有业绩和职业操守的民营企业给予充分的信任并继续留用,吸引他们以职业经理人身份加入中国建材,同意其保留一部分股权,成为重组企业的股东,享受到重组企业未来成长的收益。同时,充分信赖和留住现有管理团队,避免了人力资源短缺及培训周期长等问题,使联合重组顺畅有序,增加了企业凝聚力和竞争力。

软实力和精神优势。今天的中国建材集团已经从投资者利益、企业综合目标阶段走入了企业公众化、社会化阶段,宋志平提出的央企市营、混合所有制、市场竞合、管理整合、格子化管控等诸多理念,背后都是基于对投资者、客户、员工、社会、自然等整个生态系统的包容哲学。

展望未来,中国企业要想在新型工业化的道路上继续前进,争创世界一流,离不开统一、包容、健康的企业文化支撑。包容的企业文化,为统一认识、凝聚人心、稳定队伍、规范管理、激发活力、提升竞争力起到了关键作用,也将在中国建材集团推进国企改革试点工作的未来征途上,体现出更好的效果,提供更加强有力的支撑。



管理整合 让“包容”文化促进企业深度变革

企业文化要产生实效,必须内化为信念,外化为规范。做大靠联合重组,做强做优必须靠管理整合。中国建材集团以管理整合紧紧跟上联合重组的步伐,将文化融合和管理整合紧密结合,逐渐积累一整套的管理整合的方法,实现了企业脱胎换骨的锻造,确保了联合重组的最终成功。

在包容的基础上强化规范,实施深度管理整合是中国建材集团重组企业实现无缝对接的重要经验。首先,中国建材实施一整套行之有效的“格子化”管控模式,明晰集团总部、业务平台,生产工厂作为投资、利润和成本中心的各层级管理职责,通过治理规范化、职能层级化、业务平台化、管理数字化、文化一体化,增强集

团控制力和风险防范能力。第二,推行“八大工法”,即五集中(市场营销集中、采购集中、财务集中、技术集中、投资决策集中)、KPI(关键经营指标)、零库存、辅导员制,对标优化、价本利、核心利润区、市场竞争。第三,从集团多年管理实践出发,明确了好企业的六个标准,防范大企业的六大弊病,形成“6+6”框架:六星企业要做到业绩良好、管理精细、环保一流、品牌知名、先进简约、安全稳定;“大企业病”六点表现是机构臃肿、人浮于事、士气低沉、效率低下、投资混乱、管理失控。中国建材集团的管理秘籍核心是一体化和数字化,各个被重组企业充分认同中国建材的战略和文化,发挥资源聚集效应,通过整合优

势、统一市场、集中采购、开展对标等,实现企业效益最大化。这套秘籍以简驭繁,朴素实用,更重要的是实现了外抓市场与内控成本的结合,能够真正提升企业市场竞争力。在实施“八大工法”、建设六星企业等管理过程中,采取“对外对标、对内优化”和“辅导员制”等基本方法,进一步促进了企业间文化融合和创新机制的形成。

近年来,随着业务规模的快速发展,集团在深度管理整合的过程中,更加注意加强文化协同,将企业文化建设列入集团发展战略规划,形成高度一体化的核心价值观和系统的经营理念,并使其与企业经营管理和政策深度渗透契合,转化为企业强大的