

品牌如何续写传奇？



王利博制图

■ 本报记者 江雪

很多品牌,说着说着,消失了。
很多企业,做着做着,失败。
只有那些忠实的消费者,还喜欢在孤独、寂寞的时候,寻找一下它们的影子,回味一下它们的曾经和过往给自己的生活带来过多少快乐和幸福。

就在世界最大连锁餐饮品牌麦当劳中国宣布找到“新买家”的2016年8月23日,中粮金帝爆出最新消息:金帝留守员工向中粮有关方面发出函件,要求对金帝现状和未来做出解释及合理安排。

麦当劳、达芙妮:可以轻轻地挥挥手?

金帝事件的再次升级,使得这个20多年的优秀品牌,瞬间倒地。

而多年备受冷落、多个城市实体店纷纷关闭的李宁公司却传出:“2016年,上半年业绩符合预期”的好消息。从数字看,2016年上半年的确收获了“同比增长12.8%至36亿元人民币”的业绩。

早在1996年喝过“甜梦口服液”的李宁承认:每当业绩极其差的时候,想到他的粉丝对其品牌的热爱,就无法坚定地去“关店、关店”。保住李宁品牌,为热爱品牌文化和精神的消费者一搏,也是创始人李宁近十年来的使命。

但他也想不到,不但曾经给他们那一代创始人、企业家带来“好梦”的“甜梦口服液”无影无踪了,就连他都向其学习过经验的达芙妮,公开资料显示,最近一年半内,达芙妮关闭1277家实体店,成了“关店王”。

2016年1月某夜,就在李宁与香港和内地几家金融机构高管昼夜不停地商讨关键性投资问题、表示“绝地反击”时,中国麦当劳(北京)总部

也是灯火通明。此后数月,坊间各种消息不断传来。包括近期发生的全聚德高管集体辞职事件,都被冠以“要收购麦当劳带来矛盾”为解释的理由。

“就连肯德基品牌都感到了巨大的市场压力。中国的消费者不再是从前的文化底蕴了。”业内人士表示。

直至8月23日,中国消费者坦然接受麦当劳发言人对CNBC表示:“我们去年宣布的公司重整计划有许多基础性元素,其中就包括对我们世界各地的所有权架构进行评估。我们一直在寻找熟悉当地、有互补性技术和专业能力,并且充分理解麦当劳品牌的合作伙伴,让我们可以与他们分享彼此的价值观与愿景,致力于加快成长速度。”那些关心麦当劳未来的人,才放心了。

可以肯定地说,2016年的麦当劳,不能再靠“300万手环”、“400万卡通”等弱智文化理念,继续销售“高大上”品牌文化了。虽然,中国消费者对其宣布的新合作伙伴凯雷集团,说不上熟悉,也说不上陌生,甚至对2006年公司就收购的“打开中国市场大门的唐恩都乐”也不那么在意了。

时光飞转。任何一个老品牌,其经营文化是否有持续的穿透力,都是个难题。

李宁、金帝:创始文化基因不能丢

或许,未来的中国,大鼻子麦当劳还继续逗着人笑。

夜里,依然还是那道暖色调的光吸引着北京中关村加班族的眼睛。

可是,换了主人的品牌,还是那个品牌吗?文化上的神秘面纱一旦被撕开,粉丝就跑得无影无踪了。

以往20多年,李宁品牌的辉煌,给中国体育人带来多少创业激情、财

富梦想,他是最明白的。“当然,这在互联网电商时代,已经不算是最美好的设想。多家老品牌实体店纷纷倒闭后,无论是食品、服装、餐饮、家电、家具品牌,都面临着市场的巨大挑战。”8月24日,一位“下海”不到半年的“微商”创始人对《中国企业报》记者坦言。

他还表示,中国已经到了贩卖个人价值观的时代,抛弃美国垃圾食品是一种必然。但李宁品牌性质不同,需要创始人拿出“咬定青山不要放松”的耐力和文化上对自己名利的背叛,方可继续为消费者服务。

品牌文化的延续,往往不是商业的,而是哲学的。

“从2014年夏天,哈尔滨黄金大道第一家李宁店的关闭,到今天北京王府井李宁店的坚守,以及企业品牌标识的变更,都是创始人、企业家对品牌文化内涵的深刻挖掘和保护。正是看到了中国自创品牌艰难的历史过程,所以行业人都非常痛惜近日爆发的‘金帝品牌事件’。”8月23日,一位营销人士表示。

就在当日,1991年正式上市、2012年前在中粮金帝努力下,品牌价值升到“巅峰状态”的金帝公司,再次爆出“金帝留守员工向中粮有关方面发出函件,要求对金帝现状和未来做出解释及合理安排”的新闻。

金帝员工彻底绝望了?

徐福记,雀巢演绎幸福牵手

对于几十年养育的中国巧克力品牌的沦落,中粮金帝员工感叹道,仅仅深圳市场,一年销售可以做到3000万—4000万元,全国市场做到了6亿元左右销售额,把德芙等外国品牌甩在后面、占据全国市场份额第二宝座的金帝,怎么可以说丢市场就丢市场?

记者多日观察发现,梦想着有一天,中国巧克力可以“柔软地感动世界”的金帝品牌创始员工们,最不认可的“失败”就是“人文情怀的丢失”。因为从百年品牌瑞士巧克力、意大利巧克力的“传奇案例”中,中国金帝已经看到了“百年的曙光”。

“金帝品牌的特殊性在于文化乱了。他们不差市场,不差技术。自4月份停产以来,公司新任管理团队将自己放在广大职工对立面。”一位研究收购案例的专家对《中国企业报》记者表示。

“‘七夕’之日也是巧克力大卖的黄金时间,而金帝彻底消失了。”面对消费者爆满的状况,北京西单一家国外巧克力品牌旗舰店的服务员对《中国企业报》记者说。

是的。北京以及全国各地、各大超市的柜台上,已经看不到金帝巧克力了。

“金帝算是土生土长的深圳合资品牌了。1990年,中粮国际及BVI投资创建深圳金帝食品有限公司后没几年,就成为全国巧克力销量冠军。或许,2016年公司也希望为这个品牌寻找类似徐福记的幸福晚年?但是,品牌文化伤痕累累,谁还敢要?”一位金融人士表示。

如果从创业人的文化根源上去梳理徐氏兄弟1978年台湾创办的徐福记食品、安可食品、巧比食品品牌,公众可以肯定的是,徐福记之所以被誉为“二十年金字招牌”,得到瑞士雀巢的青睐、愿意以17亿美元收购徐福记60%股权,不仅是企业大、利润高到6.02亿元,还有对特色文化的坚守、创始人喜欢融入国际文化,懂得“任重道远”。

而扛过“外来品牌入侵”、团队陆续出走、由合资变为国有的金帝,却在2011年以后,陷入“体系文化”的恶性循环。

仅仅是可惜、可叹?

江湖



比尔·盖茨净资产达到900亿美元

北京时间8月22日晚间消息,彭博社数据显示,微软联合创始人比尔·盖茨(Bill Gates)的净资产于近日达到900亿美元,创下历史最高纪录。

解读:

900亿美元。

第一。

还是新纪录。

比尔·盖茨还是比尔·盖茨。

据悉,盖茨净资产的增长主要得益于其所持几家上市公司股票的强劲表现,如加拿大国家铁路公司,以及水处理、清洁、食品安全及虫害控制产品制造商Eco-lab。

这些公司是中国公众比较陌生的。

但是,这也启发了很多相关企业的管理者和投资者:什么是赚钱的行当,应该如何合作,跟什么人合作?

据悉,早些时候,盖茨最爱的三只股票之一,就包括加拿大国家铁路公司。另外两只是“股神”巴菲特的伯克希尔·哈撒韦公司和美国废物管理公司 Waste Management。

回头看,1994年至1999年间,盖茨的净资产曾接近900亿美元。后来,微软在股票市场表现可谓“平平”。加上盖茨也开始向比尔·盖茨和梅琳达·盖茨基金会捐款,导致个人资产减少。

但,他是最幸福的企业家。



董明珠“看中锂电池”

“格力做汽车不是想找新的增长点,而是要进军不同领域。”

8月23日,刚公布收购珠海银隆具体方案的格力电器(000651.SZ)董事长董明珠首次对外详细剖析此起收购背后的逻辑。

解读:

董明珠在今年8月份的很多演讲观点,有时候被公众或者投资人“误解了原意”,于是,董明珠这次就特别强调了:在这起上百亿元的收购案中,格力看中的是银隆所掌握的钛酸锂电池技术。

细致的剖析,就是“收购不仅能让格力快速切入新能源汽车领域,更重要的是在储能业务上大有作为。”

太多的人在质疑格力:你能做出能源汽车?

所以,智慧的董明珠就自己给自己辩解:“如果只是为了造车,为了‘下一个一千万’,那格力和银隆的合作就是盲目的。”

她要明确表达的是“格力喜欢银隆的钛酸锂电池的核心技术。”

至于这个技术到底能给格力带来什么,只有她明白。

行业人不用问就懂:随着国内空调市场逐步进入成熟饱和阶段,格力需要迫切寻求转型,及时切入既具有增长潜力,又与自身核心竞争能力匹配的领域。既然董明珠预计到了“随着两者的整合,未来将有望进一步降低管理成本。”那么,我们就当做好事去祝福吧。

王健林:万达或借壳回归A股

新浪美股北京时间8月23日晚讯,王健林在接受路透社独家采访时表示,万达回归A股目前面临两个选择,一是申请IPO,这可能需要两到三年。另一个是借壳上市,这也需要一年以上。

解读:

梦想就一定要实现。

尤其是王健林这样风格的企业家。

近日,频频出现在媒体面前的王健林表示,万达旗下在香港上市的大连万达商业地产将回归到上海证交所。他直接表达了“可通过IPO或直接借壳上市”的理想。

同时他还宣布,“万达月初表示,计划于9月20日从香港退市。”

王健林或许考虑好了万达目前面临的“申请IPO和借壳上市”两个选择。

这个也是他未来两到三年的主要工作。

当天,就有分析师表示,“这位中国‘首富’将加快推进好莱坞的步伐。”给“房地产巨头”再加上一个“娱乐业巨头”的头衔。

王健林应该很开心?

因为他真的在8月23日透露了“万达今年将在美国完成两笔10亿美元规模的与电影相关的收购。”此后,也有行业人士表示,“真心希望大企业家王健林可以将好莱坞的技术与技能带到中国,打造出一个真正电影帝国。”

(本报记者江雪整理、点评)

