

继马云之后,史玉柱辞巨人网络CEO

互联网企业流行“早退”



很早以前,史玉柱就已经开始策划自己的“离职”了。有业内人士指出,史玉柱的“知难而退”和“培育新人”是很明智的做法。互联网是个走在流沙上的行业,企业想要存活就需要不断地更新“大脑”

法。互联网是个走在流沙上的行业,企业想要存活就需要不断地更新“大脑”。今年3月以来,腾讯联合创始人陈一丹(42岁)、阿里巴巴马云(49岁)和“巨人”史玉柱(51岁)的先后辞职恰好印证了这个趋势。

不过,也有专家认为,史玉柱辞职亦与巨人网络的经营现状有关。事实上,近两年在手机游戏、网页游戏的冲击下,网络游戏商业绩纷纷遭遇了“滑铁卢”。盛大游戏2012年第四季度财报显示其净利润为2.14亿元人民币,同比下降29.6%。巨人网络的情况也不乐观。去年四季度,“巨人”归属股东净利8270万元,环比下降73.5%,同比下降了66.4%。在薛永峰看来,和其他网商一样,巨人游戏这两年创收增长速度有明显减缓趋势,目前在游戏市场“巨人”排名比较稳定,位于腾讯、网易、盛大、畅游、完美之后。“2006年,‘巨人’凭《征途》一款网游就可以上市纽约交易所,可见这款游戏影响之大。然而近年来,‘巨人’都没有其他杀手级产品替代。新发布的《仙侠世界》从题材到玩法来看都是一部大作,被‘巨人’寄予厚望,但市场反应仍待观察。”

至6.55美元,跌幅0.68%。但担忧并未膨胀,稍后股价便开始反弹,截至北京时间凌晨4点,股票收盘在6.66美元,涨幅1.06%。

大洋彼岸资本层面的波澜不惊无法掩盖中国网民的热血澎湃。毫无疑问,尽管饱受争议,史玉柱曾是一代青年心中的偶像。得知偶像隐退消息后,不少网友发文评论,史玉柱51岁就回去“养老”未免太过可惜,而且不知道是否有人能够顺利接替。

在“后史玉柱”时代的接班人问题上,史玉柱表示,因要遵守相关上市公司法律而不予回答。但其回答中也透露出一些信息,比如当被问到“倾向于空降兵还是内部选拔时”,史玉柱说,空降的代价高、成功案例少,“大树一定要从土地上

自己生长出来”。另外史玉柱还明确提到继任者一定会是年轻人,但不会是自己的女儿。

然而,易观国际的游戏分析师薛永峰认为,其实很早以前,史玉柱就已经开始策划自己的“离职”了,这个决定是“蓄谋已久”的。“像现在在巨人董事及总裁刘伟女士和常务副总裁纪学锋接班的可能性都比较大。刘伟曾先后担任过上海黄金搭档生物科技有限公司总经理和上海健特生物科技有限公司总经理等职务,是优秀的管理型人才;而纪学锋对游戏产品特别敏感,曾担任《征途》主策划、巨人网络征途事业部总经理。不过最后鹿死谁手还是未知。”

有业内人士指出,史玉柱的“知难而退”和“培育新人”是很明智的做



百度微购的狂想

表 茵

4月1日,百度推出了一款电子商务产品——微购。你以后买东西不用上京东、1号店,在首页输入iphone4s,结果第一条一款手机购买的页面就会出现,填上基本信息再付款就可以在家等着收货了。

产品才推出一天,很多人就知道了。可见用户因为想买东西而发出的搜索请求不少。按照百度的业务划分,这属于一款商业产品,也就是说和品牌专区等出自同一脉络。从广告产品的角度考量,它比竞价排名的转化率更高,不仅购物程序简单,免除了注册等繁琐步骤,还治愈了那些选择焦虑的用户。

既然百度在这么一个亦真亦假的日子推出这款产品,那么我们也可以亦真亦假地想象一下微购的未来。首先,微购可以成为所有B2C的大入口。就产品丰富程度而言,还没有任何一家B2C能超越“淘宝+天猫”。那所有B2C加在一起呢?至少可以一拼高下吧。按照这个逻辑,百度可以从商品层面整合各家B2C。

要论线上的信息整合和入口能力,百度可笑傲江湖,但线下能力,百度一点都不擅长。与其这样,不如只做线上部分,再把订单分给那些会做线下的。目前用户对单一商家B2C的忠诚度还不够高,此时是百度进入电子商务最后的机会。

无论用户多忠诚于一个品牌,最终购买的都是商品。把搜索框变成商品的入口,百度这一刀“稳、准、狠”。其次,百度可以用微购促进社交。众所周知,百度不缺乏信息,缺乏的是“关系”。用户购物时,需要填写手机、地址等基本信息。加上这些,一个百度账号携带的数据就能落实到人。

从社交产品的角度考量,微购能产生基于“关系”的内容。原来用户细碎的在各自网站上分享、点评商品,现在这些内容可以被整合到百度一个平台上。下一步,如果整合了数据,百度还可以建立横跨各家B2C的会员体系,比如打通各家网站的积分,任何一家B2C的忠诚用户都有动力主动转化成微购的忠诚用户。

第三,微购还可能成为移动互联网的一支奇兵。它在PC上的界面大小,正好和智能手机屏幕差不多。只提供一商家选择,便捷的交易流程,这款具备移动互联网用户体验的产品就能立即搬到手机上。

就算一个初步建立忠诚度的网购用户,购物行为也是分散的,有时买书去当当、买化妆品去聚美,买生活用品想去1号店,但手机屏幕的容量有限,我想随时看到我想要的商品,但又不能同时下载二三十个客户端,用微购就可以将几十个客户端压缩在一个入口内了。

百度能成就今天,基于一个前提,那就是互联网上有太多的信息,用户必须用搜索来寻找。移动互联网的信息不够丰富,也是百度移动互联网前进速度不够快的客观原因。但PC和移动互联网上的商品信息是可以共享的,这能成为百度在移动互联网的一个发力点。如果可行,微购能促进网购用户使用百度,百度再成为购物重要入口,如是正向循环,百度就有可能拥有一个像微信那么惊艳的移动互联网入口,况且这个入口天生能赚钱。

(中国企业家杂志社供稿)



昆仑山携同业发布护水宣言

本报讯 记者许红洲、实习生房信子报道:由中国民族卫生协会健康饮水专业委员会主办的第四届中国国际高端瓶装饮用水产业博览会近日在京举行。在高端水产业论坛上,昆仑山携手5100、帕米尔等国内外高端水品牌共同发布中国雪山冰川水源保护宣言,呼吁社会公众共同保护雪山冰川水源。

据了解,昆仑山一直在引领国内高端水行业的发展,去年昆仑山天然雪山矿泉水以超过41%的市场份额夺得全国高端水销量冠军。

英特尔推动地毯行业绿色生产

本报讯 记者李治国报道:模块化地毯制造和设计商英特尔公司日前宣布在中国创建行业中首个能接近有效完成生产周期从而实现材料360度循环的工艺流程,同时还推出了由该工艺生产的含高比例循环材料的国产新系列产品,推动地毯行业绿色生产。

据了解,英特尔的新工艺流程能够回收用过的地毯模块和生产废料,并将其转化为再生原料,仅去年一年,英特尔就运用新的工艺流程在全球成功从垃圾填埋场中转化1000万公斤的废旧地毯和废料。

山水集团获IAIR最佳公司奖

本报讯 记者管斌、通讯员陈学师报道:山东山水集团近日荣获“IAIR最佳公司领导奖”,这是全球水泥行业首家摘取该项桂冠的企业。

据了解,IAIR(International Alternative Investment Review)奖是一个用以奖励在全球金融和经济领域表现优异企业的奖项,由IAIR读者、国际新闻工作者及全球知名领导者通过独立问卷提名并评选得出。目前,山水集团已是一家产能达1亿吨、遍布十几个省份的水泥制造商,位列2012年财富中国500强第232位。

本版编辑 杨忠阳 孟飞  
电子邮箱:jjrbqybd@126.com



4月9日,我国海上第一个大型深水气田“荔湾3-1”气田中心平台组块陆地建造项目在山东青岛中海油建造基地完工。平台上船调试后将于5月底完成组块浮托,预计9月投入生产。图为黄岛边检站警官在工程现场设立警戒标识,确保平台组块拖上船顺利实施。

本报记者 刘成 通讯员 鲁瑜摄影报道

一季度销售收入达500亿元

冀中能源多业发展“开门红”

本报讯 记者宋美倩、通讯员王海报道:今年一季度冀中能源首战告捷,销售收入达到500亿元,实现利税突破19亿元,增速继续在全国煤炭行业前10强中领先,各项指标再创河北省企新高。

今年以来,虽然煤炭市场疲软困扰,但冀中能源坚持以稳增长为重点,克服多种制约因素,企业各板块得以稳中有进。在煤炭主业方面,该集团一手抓“内稳外扩”,一手抓“高效矿”建设。省内矿区重点实施精采细采,通过技术进步、优化设

计,最大限度回收煤炭资源,稳定生产规模。省外以山西、内蒙古、新疆作为重点发展区域,加速推进煤炭资源整合和项目开发,把资源优势转化为产能优势。同时,以大型化、重型化、智能化、成套化为方向,采掘机械化程度和生产集约化水平大幅提升。首季完成原煤3357万吨,实现销售收入超过400亿元。

此外,冀中能源所属制药、航空两大产业也不断释放快速增长能量。华北制药按照既定的“123”目标,加快推进新园区重点项目一体

化运营,全面实施新制剂、白蛋白、抗肿瘤、保健品、新药研发等产业链完整构建和升级再造,首季实现销售收入50亿元。河北航空强化基础管理,提升运营品质,切实降低运营成本,优化航线网络布局,已经达到了盈亏平衡的自主运营、自我发展。

集团董事长王社平表示,2013年,冀中能源要建成5个年产500万吨以上矿井,16个年产200万吨以上的矿井并将集团实现煤炭产量1.33亿吨。



401亿元

浪潮营收实现平稳增长

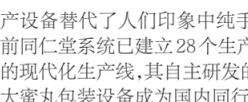
本报讯 记者陈静报道:浪潮集团近日公布其2012财年业绩。2012财年,浪潮集团通过实行积极的云计算战略,全面向云计算转型,取得了平稳较快增长,实现营业收入401亿元人民币。此外,浪潮还公布了2013财年发展战略,大力推动区域、行业市场建设,加快推动云计算落地,积极进行云计算技术创新和商业模式创新,加快向服务供应商转型。

数据显示,浪潮在国内大企业集团500强排名位列248位,浪潮服务器连续17年蝉联国有品牌销量第一。浪潮八路服务器市场占有率近20%,已超越惠普,居市场第二位。

诚信擦亮同仁堂金字招牌

本报记者 苏民牛瑾

一踏进北京同仁堂科技集团的片剂和胶囊车间,记者便被浓浓的中药香所吸引。制粒机、高速压片机、烘干机……一系列机械化的生产设备替代了人们印象中纯手工的制药工艺。据了解,目前同仁堂系统已建立28个生产基地,83条通过国内外认证的现代化生产线,其自主研发的自动扣壳机、自动蘸蜡机等大蜜丸包装设备成为国内同行业的首创。



“但是,目前同仁堂关键的前处理工序仍然沿用了传统的加工炮制方法,采用人工挑拣原料、去毛、去刺等传统手工操作。”北京同仁堂集团党委副书记陆建国告诉记者,“地道、上等、纯净”一直是同仁堂选料的标准,黄连是四川的、白菊那得选杭州的,不是当地特产的中药,那药力和药性都是有所区别的,达不到要求的一律不得投入生产。”

对中药材优劣的鉴别方法在同仁堂传承了340多年。同仁堂的技师们现在仍坚持传统的眼看、手摸、鼻闻、口尝的鉴别方法,并与现代化检测技术结合实行药材检验“双保险”。“无论到什么时候,同仁堂的药都要把质量放在第一位,就算前处理加工成本再高、投入再大,我们也不能

有一点儿马虎。”陆建国说。

同仁堂舍得为保证质量投入成本,还为药品配备了专属的“身份证”。北京同仁堂科技集团副总经理郭桂芹告诉记者,药品“身份证”就是印在药品包装表面的条形码。通过电脑或者手机上网,输入条形码,药品的生产时间、生产地点、经营流转、库存及销售流向一目了然。“目前同仁堂占销量70%的产品都佩戴了药品电子监管码,药监码系统每年人工、维护成本就有近千万元。”郭桂芹说。

“炮制虽繁必不敢省人工,品味虽贵必不敢减物力”是同仁堂流传下来的古训。在同仁堂集团采访,记者随处都可以见到这条古训。正是因为有了这样的理念,同仁堂才有了今天的发展。据北京同仁堂集团总经理梅群介绍,2012年同仁堂销售额超过200亿元,年实现利润近16亿元,集团总资产超过170亿元。

作为老字号的中药店,同仁堂在面对“洋中药”充斥中国市场的现象时也显露出了一份自信。梅群认为,中高端中医药保健食品附加值较高,目前市场上日本的“汉方药”、韩国的“中医保健”等海外中医药保健品多为单方剂,从产品的配比、加工制造和效果来看远远不及中国传统中药产品。“这也证明了中国医药市场的开放程度较高,并且提醒中国企业占领市场,加大开发国产保健品、滋补品以及营养食品。”梅群说。

兴业银行

获准设立基金公司

中国证券监督管理委员会3月27日核准兴业银行设立兴业基金管理有限公司。这标志着兴业银行继设立兴业金融租赁有限责任公司、收购并控股兴业国际信托有限公司之后,其综合化、集团化发展战略再次取得重大进展。

兴业银行与中海集团投资有限公司共同发起设立基金管理公司,公司注册地为福州市,注册资本为人民币5亿元,其中兴业银行出资4.5亿元,占注册资本的90%,中海集团投资有限公司出资0.5亿元,占注册资本的10%,经营范围为基金募集、基金销售、特定客户资产管理、资产管理和中国证监会许可的其他业务。

www.cib.com.cn 95561