

互联网环境下的企业升级之道



网络招聘节提供500万个岗位

赶集网“瞄准”中基层招聘

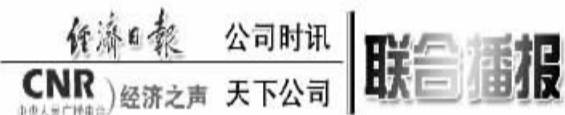
本报讯 记者马洪超报道:在日前由易才集团主办的第八屆新人力高峰论坛上,赶集网高级副总裁刘洋向记者透露,2014年2月中下旬,赶集网将举办业界首届网络招聘节,提供100万家优质企业的500万个岗位机会,覆盖求职人数或将达3500万人。

据了解,赶集网首届网络招聘节主要是针对春节后返城的流动群体和跳槽者。根据计划,此次网络招聘节既有广大中小企业提供的岗位,也有一些大企业的参与。届时,赶集网将精选优质企业,严查企业资质,保证职位的真实可靠;同时企业设置专人在线答疑,求职者简历100%有回复,打造五星级求职体验;求职者足不出户便可以逛招聘会,不挨挤更高效。

2013年6月,赶集网在业界首创了网络招聘会,以北京企业为主打的首届网络招聘会,就吸引了京东商城、宅急送、沃尔玛、海底捞、美团网等在内60余家企业参加。此后至2013年底,赶集网共举办10场网络招聘会,均获得招聘企业及求职者广泛认可。在此基础上,赶集网再次创新推出网络招聘节,为将服务对象拓展到全国其他城市作出探索。

据刘洋介绍,赶集网招聘服务的主要定位是中基层岗位的求职者。自从互联网出现后,很多网站招聘集中于中高端,或是猎头招聘,或是招聘一些较高级的管理者,而一直缺失针对基层从业人员的互联网解决方案。“中基层岗位的招聘早晚会被互联网化,这是教育水平提升和互联网应用的必然结果,同时也将对整个招聘行业带来挑战和机遇。”刘洋说。

“我们希望能创造一个好的用工环境,并不只是看重商业机会,社会价值更应有所考虑。”刘洋说,“凭借创新的体验、高质量的信息,赶集网招聘节将对缓解企业用工荒、求职难等问题起到推动作用。”



汇源果汁宣布旭日升停产

“冰茶鼻祖”再临危机

曾在中国饮料市场上叱咤风云的品牌旭日升再次遭遇危机。近日,旭日升品牌的拥有方——汇源果汁证实,“冰茶鼻祖”品牌旭日升已暂时停产。

事实上,这已经不是旭日升第一次停产了。从1993年始,河北一个以供销社为家底、3000万元投资起家的旭日集团通过短短几年的发展,做成了一个销售额高达30亿元的饮料巨头。然而,从2001年开始,这家公司却迅速滑向谷底。2002年下半年,旭日升停止供货。曾一度风光无限的“旭日升”,日渐成了人们心中的一道“蓝色记忆”。

2007年,旭日升宣告破产。2010年12月20日,汇源果汁通过竞拍获得“旭日升”全部164枚商标所有权。但在短短3年之后,旭日升又倒下了,原因何在?记者与汇源果汁方面进行了联系,而对方则发来书面声明表示:汇源果汁基于“先聚焦、后协同”的长远发展的考虑,做出暂时停产旭日升的决定;现阶段汇源果汁的主要任务是集中精力做好果汁业务,着力于新品研发及布局。汇源果汁同时还强调:“旭日升”品牌是中国茶饮料市场的开创者品牌,汇源会选择合适时机,继续将其推向市场,与消费者见面。

事实上,近来汇源一直在剥离其他业务,以聚焦果汁主业,这也得到了资本市场的认可,推升了汇源果汁的股价。汇源的股价从2013年1月份的2.8港元上涨到2013年12月30日收盘的5港元。

对此,博咨咨询总经理高剑锋认为,旭日升停产只是一种产能的合理调整,关闭旭日升并不代表汇源放弃了茶饮料的开发。他认为,关闭旭日升工厂并不意味着其退出茶饮料领域,这一做法应该是汇源对于生产资源、生产产能进行的合理调整。不能简单地讲,汇源完全要把其他的产品都砍掉,旭日升停产更多还是出于资源整合的考虑,包括生产资源、上游的原料资源等方面。(龚时)

2013年,互联网加速发展。潮起潮落,一些企业正因为看准了互联网中蕴含的商机而蓬勃发展,但也有一些企业未能看到互联网的广阔前景而日渐式微。2014年,在“大数据”时代,如何运用互联网思维实现企业升级,值得每位企业家认真思考



王府井百货:“全渠道”是转型关键

在传统零售业增长持续放缓的大背景下,淘宝、京东等电商平台的强势发展令传统零售业雪上加霜。2013年,传统零售业都在积极转型寻求出路。作为“新中国第一店”的王府井百货,尽管已经发展成30余家连锁店,销售额200多亿元的龙头企业,毅然在电商挤压下开始了“二次创业”。

“信息技术带来的消费者购买行为的变化已经对整个零售业带来了全新冲击,传统百货业必须顺应这个潮流。”王府井百货集团信息技术总监刘长鑫表示。2013年1月,王府井网上商城上线运营,标志着王

王府井百货是线下实体百货中“触电”转型的积极一员。其2013年的诸多布局如电商平台、与微信合作、进军奥特莱斯、建设购物中心等都处于储备培育期,未来这种全渠道、多业态的经营方式能否收到成效,需要靠王府井百货对其平台资源的打造。对

王府井百货正式迈出了“触电”的第一步。线上的初步成功并没能让王府井百货放弃自己的线下优势,而是努力在线上线下之间寻找一个黏合点。“打通线上线下业务渠道,发挥互联网技术优势,同时依托企业全国百货连锁的规模优势,发展现代零售业的新模式,实现消费者全渠道的消费体验,这是公司战略转型的核心。”刘长鑫透露。

2013年,王府井百货还积极推进全门店无线网络覆盖,并推出了手机APP应用,以提供动态导购、分享互动等交互体验服务。

于百货商家而言,应该发挥自身在地域性、购物便捷性、体验性的优势,积极推进O2O,加强移动电子商务的投入力度。与此同时,在PC端则可以与大平台商合作,形成优势互补。
——中投顾问零售行业研究员 杜岩宏



乐视公司:电视因网而变

2013年,互联网颠覆了传统电视。5月7日,乐视公司推出乐视超级电视;2013年7月3日,1万台超级电视X60开售,49分钟就被抢购一空。根据市场调查机构中怡康发布的报告,去年7月,在总计16个彩电主流品牌中,超级电视X60销量15075台,在60英寸电视市场销量第一,份额占35.23%,单型号销量比排名第二的品牌高约2.6倍。

此后,小米、爱奇艺、阿里巴巴等互联网公司纷纷跟进,他们从互联网思维出发,依托垂直整合的优势,引发了一场互联网势力与传统势力的大对决。

从乐视超级电视来看,一方面,互联网为智能电视提供了“平台+内容+终端+应用”的新生态链,改写了传统电视的服务模

式。通过在线视频服务,超级电视能为用户提供超过10万集电视剧,5000多部电影的播放。另一方面,与内容、应用直接挂钩的潜在互联网增值服务模式让厂商有可能在付费内容、广告、应用分成等多方面创造出新的盈利模式,又让互联网电视“低价入市”成为可能。

2014年,移动互联网创造出的移动应用程序模式将成为乐视发展的方向。乐视首席技术官杨永强表示,乐视将在北京、上海、广州、深圳、成都等五个城市同步启动超级电视开发者测试服务站。乐视还会利用超级电视的平台对应用进行推广,并为其提供付费应用下载、广告、应用内付费、定制应用授权费等九重盈利模式。

一旦整机没有收益,企业就亏损,而像乐视这样的企业关注的是信息收益。这也直接带来了互联网电视在价格上的优势。

未来彩电产业是平台的竞争,由平台基础上衍生出共创共赢共享生态体系,这个生态体系的核心力量是面板企业、芯片企业、软件企业和信息运营商,如果抓不住这几个关键变量,任何企业都将沦为浮云。
——帕勒咨询资深董事 罗清启

支付宝:推出草根理财利器

随时随地在线的互联网带来了传统线下企业难以提供的用户体验,并最终形成了新的产品,比如被称为“草根理财神器”的余额宝。

来自支付宝和天弘基金方面的数据显示,截至2013年12月31日,余额宝的客户数已经达到4303万,规模也从三季度末的557亿元大幅增长至1853亿元,对接的增利宝货币基金稳居国内最大基金的宝座。据悉,余额宝自成立以来已经累计给用户带来17.9亿元的收益,自6月13日上线以来,余额宝日每万份收益一直保持在

1.15元以上。余额宝的问世,点燃了公众对互联网理财的热情,也让大批此前跟理财无缘的年轻人首次体验到零花钱赚钱的乐趣。截至2013年4季度末,余额宝的4303万用户已经遍布全国31个省级行政区,2000多个市县,而户均持有金额仅为4307元,远低于传统基金理财动辄上万元的户均持有量。不过这也带动了大批“小白”用户对于基金和理财的意识,扩大了整个基金理财行业的用户覆盖范围。

余额宝让支付宝用户可以简单便捷的存入资金,并实现动态的增值。在网络时代,消费者其实对理财有三个愿望,第一是现金管理的便捷性,第二是增值,作为基金的运作比传统的银行存款利率要高很多。第三则是安全。在这一点上,天弘基金和支付宝,都缺乏金融平台的运营经验,特别是在风险控制 and 防欺诈方面,还需要向传统银行学习。

但诸多“××宝”对传统金融服务业的影响依然深远,他

们应从其中学会互联网精神的开放态度,除了互联网金融的路径之外,进一步开放自己的金融平台,提供数据接口,接入第三方开发者的个性化应用,而不是将线下的业务简单地搬上互联网和移动互联网,在从金融产品的设计、对公业务的创新,更多地与用户互动,考虑市场的需求,迎接互联网金融的挑战。

——市场研究机构Gartner中国区数据中心研究总监 曾邵清

链接

沈阳制造插上网络翅膀

本报记者 孙潜彤

借助互联网平台,依托信息化技术,沈阳老工业基地获得了再度发力的新优势,切实提升了传统装备的智能化、网络化、国际化的竞争力。插上网络翅膀的传统制造业正在实现向服务型制造商的转型飞跃。

记者在沈阳机床集团公司看到,由于自主知识产权的数控系统的核心突破,世界上第一台全智能机床操作系统——i5全智能机床操作系统的横空出世,沈阳机床已实现了“在线工厂”和“机床档案”两大应用功能。用户在全国各地可实时查询其工厂的产量信息、各生产线的订单生产执行情况、耗材资源库存等信息,为用户决策提供可靠、及时的

数据信息带来更多方便。而用户的使用情况和现场操作问题,沈阳机床售后服务端也可以实现实时了解,便于远程监控、远程诊断、远程帮助。沈阳机床集团董事长关锡友说:“信息化是传统产业升级的助推器,也是中国制造抓住新一轮产业革命机遇的必备武器。依托信息化带动,企业从制造商向服务商转型才有现实可能。”和沈阳机床一样,三一重装ECC企业控制中心也是基于网络给客户带来定制化的实时服务。

依托互联网平台,沈阳制造业还实现了“智慧外溢”。沈鼓集团启动云制造建设,可为机械制造业同行提供研发设计、经营管理、计算分析等服务,建立数

字化管理、智慧化决策和管控平台,建立在线租用、运维及托管等信息化应用新的商业模式,完成从生产制造商到提供成套解决方案的服务型制造商的蜕变。

借助物联网,北方重工实现集团重大装备与物联网应用深度融合,开展重大装备物联网技术研发,完成物联网实验样机的开发研制工作,成功申报了国家“两化深度融合专项”与国家“物联网重大专项”。

沈阳经信委负责人介绍,网络技术增强了企业信息技术综合集成利用能力,带动了研发设计能力和后端营销服务能力提升,推动产品从低端向高端过渡,从依靠低成本优势向依靠技术优势

转变,取得一大批核心技术研发成果。信息技术的普遍应用,使沈阳两化融合走进融后创新时代,带动了工业设计、现代物流、电子商务、研发服务和管理咨询等领域的生产性服务业快速发展,沈阳国际软件园联合沈阳机床、三一重工、新松机器人等大型企业,在政府支持下共同成立了“两化”融合企业联盟。此外,还成立了沈阳云计算产业联盟和物联网产业联盟,实现以现代性服务产业的集聚和发展推动新型工业化,企业生产效率和运营效率得到改善。在电子商务、物流信息化、研发设计等领域,涌现出一批具有市场发展前景的先进企业,支撑着工业企业的转型升级。

现代集团获企业文化示范基地称号

本报讯 记者顾阳报道:中国企业联合会、中国企业家协会近日在杭州召开全国企业文化示范基地(现代联合集团)现场会,授予现代联合集团“全国企业文化示范基地”称号。

现代联合集团是我国改革开放后浙江最早成立的民营企业之一。25年来,该企业在长期管理实践中逐步形成以“富行其德”为核心价值观,构建了以“中国现代·健康世界”为主题的企业文化体系。据悉,全国企业文化示范基地项目自2005年启动以来,全国共有34家优秀企业获此殊荣。

本版编辑 董庆森

电子邮箱:jjrbqybd@126.com