辛华豪 ◎著

商业筹码狙击战

中国商企密谋与诡道竞争

THE COMMERCIAL BATTLE
OF CHINESE ENTERPRISES

商业生存宝典

深层探寻企业生存之道　全面解构企业家商场谋略

多案例剖析国内商界战争诡道

多位企业家及业界人士联袂推荐，全面解析后危机时代
国内企业在商业战争环境中如何生存搏杀的策略指南。

近些日子在这里发文章不那么多了，最近这里很多朋友也不断问我原因。其实主要就是在集中精力为写这个连载的文章做资料搜集和数据分析，因此耽误了与大家交流的时间，所以先在这里跟新老朋友说声抱歉。不过我认为一切也还都是值得的，因为从今天开始我将会带给大家一些与众不同的东西，相信不会让你们失望。

看这个题目大家或许也能猜出来一些。没错，从今天开始我将在这里连载的文章，并非传统意义上单纯分析宏观经济的，而是更加细致具体的，也更加复杂的分析，那就是有关国内企业如何进行残酷竞争商业诡道的窥探。其实近些年来写经济的文章和作品层出不穷，但大部分都是从宏观经济着眼来写近些年来整个社会经济发展误区的，其实我本人也写过很多类似的文章。不过慢慢的我觉得自己的方向其实是错的。因为现在不缺分析宏观经济的大家，却很少有人能够站在企业的角度为他们的生存考虑。我们不能总说“奸商”，却不分析为什么商要“奸”，他们的“奸”对企业和上市公司甚至经济发展有什么影响，对中小投资者有什么影响。因为整个经济环境就是这么残酷，法律的现状也无法短期改变，难道企业就不活了？投资者就认栽了？

但实体经济要靠企业支撑啊，而企业首先要健康的活下来。既然要生存，就必然要在这种复杂的环境下运用计谋增强竞争力。在后经济危机的时代，企业生存环境更加恶劣，商业谋略也必须做出相应调整，只有这样才能在残酷的市场竞争中获得一席之地。商业竞争，在当今社会非常普遍，其形式更是多种多样。有的通过金融手段，有的通过产业并购，还有的通过经济地位形成垄断，更多的是以价格战、

商业间谍战、势力分化战等多种形式存在的企业竞争。企业要生存、要发展，本来如果提升自身核心竞争力即可在市场中占得一席之地，但当今,有很多的经济形式具有不可复制性,各种经济势力犬牙交错。如何在这样的环境中生存发展，除了具有经济智慧之外，还要具有极强的政治头脑。

为了在日渐萎缩的消费市场内争得一席之地,产业巨头为了保住行业地位而不遗余力地维持垄断,实力不够强大的企业也会避实就虚,采用各种商业计谋赢得市场份额。为了能够获得巨大的经济利益，企业往往会用一些剑走偏锋的招数。我们无法对这些企业作出道德谴责，因为是市场平台造就了企业，而在目前我国的商业法律体系下，往往会出现很多漏洞，无法完全实现公正公平，而企业为了生存与发展，往往就会钻市场漏洞，频频出阴招。在这里我们的着眼点就是要分析这些企业与个人在后危机时代是如何生存与解决经济问题的,以及这些商业诡道又能对企业起多大的实际作用;而每当作出商业决定的时候，这些商业诡道又将为企业、投资人、经理人带来什么样的影响。除了商业诡道，很多企业也有产业创新。那么，这些创新给他们带来了什么？他们又如何将创新融入核心竞争力？

总之，不管运用什么样的商业诡道，或者用什么样的生存模式，只要能够生存并立足于市场,就是一个企业的经营王道,即使他们“目光短浅”，即使他们“投机取巧”。但是，在残酷的市场面前生存才是企业的第一要务,而这里将会展示并分析他们的生存模式与竞争策略。这次分享的文章将有几个特点：

1、首次从实战出发探寻企业生存之道；

2、全面解构企业家商场谋略；

3、多案例揭露国内商界战争诡道；

4、后危机时代企业转型调整具有策略指导的作用。

也就是说，在下面的时间里不仅将阐释了后危机时代中的企业战略、竞争手段、内部博弈，还有对企业未来发展的一些指导性意见。最重要的是站在企业的角度，透过多家国内知名企业的竞争诡道窥探，向大家展示后危机时代国内企业波谲云诡的博弈谋略真相。

当然也希望大家能够多提宝贵意见帮助完善分析也多参与交流，咱们这里藏龙卧虎，相信比本人水平高的有太多，不敢妄自托大，只是希望把自己的一些近年来的分析和体会做一个分享，与大家共同讨论。

***注：因为跟天涯朋友们的深厚情感，所以在这里是独家首发，目前在别的地方是不会看到的。而此次连载往往也会伴随一些独家爆料的秘闻，相信能够满足对实战经济感兴趣朋友的好奇心~呵呵~

此外丑话还是说在前面好，希望大家别见怪，本人郑重声明：由于此次文章是独家首发，文章也涉及一些独家商业手法的分析披露，所以未经本人许可绝对不能在其他地方以及媒体进行转载，否则涉及到法律相关问题后果自负，谢谢合作！***

好了，闲话不再多说，我们现在就开始。该帖已于近日成功出版，书名为《商业筹码狙击战：中国商企密谋与诡道竞争》。并由国民间保钓联合会会长，中国宋庆龄基金会理事，中祥投资有限公司董事长

童增先生作序，大华文龙集团董事长、北京陕西企业商会副会长袁沛野先生、多牛网 CEO 张晓丹先生以及业内多位专业人士大力推荐[img]http://img3.laibafile.cn/p/m/154686029.jpg[/img]全书目录:第一章资本大鳄与企业创始人的厮杀博弈雷士照明内斗危机(一):兄弟反目祸起萧墙雷士照明内斗危机（二）：掌控渠道暗度陈仓蒙牛“与狼共舞”的迷失（一）:“资本蜜月”凸显的危机前奏蒙牛“与狼共舞”的迷失（二）：国有化潜藏的“老牛智慧”新希望“返璞归真”战略的成与败“大胃王”中粮资本吞并路的消化不良根由学会制造资本入侵的制衡“核弹头”第二章商标争夺战背后的鬼蜮伎俩 IPAD 商标争夺局中局（一）：唯冠衰落真相 IPAD 商标争夺局中局（二）：唯冠、苹果与破产诡道上演“二母夺子”的“王老吉”抢夺战（一）：王老吉品牌增值之“祸”上演“二母夺子”的“王老吉”抢夺战（二）：市场品牌的输赢谋略家纺龙头“商标盗链”背后的市场危机“娃哈哈”品牌保卫战的博弈智慧商标争夺的“赢”与“输”第三章视听网站的生存与吞并大戏优酷土豆合并的背后推手（一）：剑拔弩张的前世今生优酷土豆合并的背后推手（二）：资本机器的强大推动能力网络视频企业的同质化危机突破（一）：正版突击战的赢家网络视频企业的同质化危机突破（二）：产业巨头的合纵连横“美女主播”带来的品牌竞争力音乐网站的产业链优化谋略后危机时代视听网企的竞争与突围第四章网络电商的战争密码家电商场巨头的网络布局与野心京东商城孤注一掷的“物流帝国”电商大战背后的商业诡略凡客的生死劫与曲线自救谋略网络图书电商的跨界疑云电商教父的危机应激“太

极式”自救韬略电商竞争危机的破解密码第五章后危机时代演艺界的生存模式窥探选秀节目的“复制”模式和市场新趋向变局电视节目制作产业的转型竞争魔力曲艺、相声的产业化新生商业模式探究“小品王”的企业运营与人才掌控高招婚恋节目的市场价值与“话题”营销谋划“狼”和“羊”的产品设计突破与市场心理掌控后危机时代演艺界的市场矫正突破第六章那些资本扩张背后的谋略吉利“蛇吞象式”并购隐藏的自救“药方”腾中并购悍马背后的“连锁增值”诡计地产业生存淘汰赛与吞并的商业变局解决兼并危机的“另类”法宝——家族连锁自救模式后危机时代联想集团的“柳氏救赎法”战略投资与企业并购的应对诡道根源第七章吃喝穿用行业核心竞争力的产业争霸赛安利别样行销与产品新定位思考东阿阿胶产业核心竞争力的争霸得失白酒行业的渠道控制谋思

“李宁危机”带来的行业转型反思手机争霸赛（一）华为中兴的商道对比手机争霸赛（二）手机商业盈利模式比较与探索后危机时代企业生存与争霸的核心竞争力剖析第八章后危机时代异军突起的商业发展与新思维免费网游优势运营与“史式”营销的强力发酵器网游产业链衍生行业的竞争优势剖析单机游戏的逆袭:烛龙的绝地反击战团购网站崛起、失落与再生婚恋网站的发展态势和商业核心窥探后危机时代的新商业环境中的思维变革

作者:xiaozhu909 日期:2013-07-22

1、资本大鳄与企业创始人的厮杀博弈

在企业的发展中，投资扩张需要有大量的资金支持，这个时候资

本进入会带来双方共赢。但近些年来，资本大鳄的进入往往使企业创始人被踢出局，如何能够在与资方的博弈中占据主导地位是企业家们必须思考的问题。对资方来说也是如此，如何投资一家潜力企业并使其焕发生机，是需要极强的经济智慧的。下面将向大家详细介绍资方与企业之间的博弈关系与谋略。

作者:xiaozhu909 日期:2013-07-22

雷士照明内斗危机（一）：兄弟反目祸起萧墙

雷士照明，一个国内低调且极具实力的民营企业，在 2012 年却被媒体广为报道。一场类似“国美内斗”的大戏在雷士照明内部上演，先是公司创始人被迫辞职，投资人做董事长，随后公司员工罢工、经销商倒逼雷士创始人回来。国内民营企业家、国际资本大鳄、企业投资人之间的角斗不断。既对企业造成了困扰，又影响了其正常发展，这场企业内部的暗战可以称得上近年的经典企业战例，既凸显出了商场的残酷斗争和谋略博弈，又能从中得到企业运作的启示。要了解整个事件的来龙去脉，得先从雷士照明的创业人吴长江讲起。

吴长江，1992 年辞职后开始下海经商，两年后与几人合资成立了总资本 10 万元的惠州明辉电器公司，主要生产电子变压器。因吃苦肯干，很快就赚了 20 多万元，每个股东分了近 4 万元。有了首次的成功，吴长江信心大增，1998 年与另外两名同学一起用 100 万元（吴长江出资 45 万元，杜刚、胡永宏各出资 27.5 万元）创建惠州雷士照明有限公司。股份占比为吴长江本人 45%，其他二人 55%。这也表示吴长江本人虽是第一大股东，但其他二人可以在关键时候牵制吴

长江，这也成为后来雷士照明出现危机的导火索。

公司建立后，雷士照明凭借质量可靠、服务到位的行业口碑，使公司逐步发展起来。雷士能够发展壮大的原因有三个：第一，在行业中最先建立专卖店。这既是雷士销售网络的雏形，也是渠道建立的开始。第二，开拓商业照明市场。这一点非常具有前瞻性但比较难以开展。雷士以装修公司及工程设计团队为主要目标市场，逐步占领了商业照明市场，由此保证了企业销售量。第三，建立产品精神，提高雷士照明的品牌价值。以“光环境专家”作为产品精神，大幅提升了行业地位，为公司走向集团化发展奠定了基础。

吴长江的管理能力，胡永宏的市场开拓能力，杜刚的资源调配能力共同协作，让雷士照明仅用 5 年时间销售额就达数亿元。不过，在中国的生意场上历来是能同患难却无法共富贵。随着企业规模越做越大，股东间的分歧也越来越多。

吴长江雄心勃勃，对于资本扩张的欲望也随公司的发展而加强。其他两个股东则相对谨慎，并逐步感到了来自吴长江的压力。于是，其他两名股东开始干预企业管理。为了安抚两名大股东，吴长江将自己部分股份分给两个合伙人。公司至此为止三分天下，每个股东股份均等。

不过，此一变故让吴长江懂得企业筹码的重要性。他运用自己最擅长的管理能力逐步将企业销售渠道掌控手中，并进行渠道改革。改革方案是将原本雷士的全国直营销售网络分成三十几个管理运作平台。管理职能由原来的销售逐步转化为从货品、物流、资金全面独立

的网络平台。最重要的一点是，这三十几家网络运作平台是独立出来的，不再受雷士控制。这意味着企业对销售网络的管理权被剥夺，而由公司决策人单线控制。企业权力的流失让其他两名股东无法容忍，2005 年 11 月，两人联合对吴长江施压，打算将其挤出雷士。由于两大股东的联合施压，最终吴长江答应以 8000 万元退股并辞职。

一手缔造雷士照明的吴长江显然不会轻易放弃。仅三天之后，全国各地经销商突然群体施压，逼迫其他两名股东不得不各自以 8000 万元退出公司。由于强大的渠道掌控能力，吴长江此役获得胜利。

作者:xiaozhu909 日期:2013-07-22

欢迎大家参与讨论呵呵~

作者:xiaozhu909 日期:2013-07-22

2、之所以会出现这个局面，有几个原因：第一，多年来吴长江苦心经营雷士照明，虽说渠道并非完全自己建立，但其管理影响力已经逐步渗透进去，可以说渠道本身已经成为吴长江管理的一部分。第二，渠道改革使地方经销商权力更大，利润更为丰厚，所以大家都支持吴长江也是情理之中的。凭借着渠道商们的支持，吴长江成功地把昔日的同学、两个大股东挤出公司。但随后雷士面临着更大的问题：由于两大股东的退股，雷士要支出 1.6 亿元现金，这导致雷士立刻陷入了财务危机，随时面临资金断链的危险。

2006 年是吴长江最难熬的一年，他四处融资，但一直没有实质性的进展。而这个时候一根“救命稻草”的出现，让吴长江逐步摆脱了这场危机。这根救命稻草就是金融投资的女强人——毛区健丽。

此人非常具有资金运作能力，在金融领域有着多年的资本运营经验。1993 年，她曾成功将一家中国企业在美国运作上市。此后她成功投资多家企业，成为多家世界著名银行公司的顾问，并在 2002 年创办了亚盛投资公司。多年的金融运作以及投资企业的经历，为毛区健丽积累了强大的人脉资源及运作经验。

2005 年末，雷士照明面临资金危机，具有强烈商业投资嗅觉的毛区健丽感到这是一个不可多得的投资机会，于是开始同吴长江进行接触了解。刚开始，吴长江并未想立刻与她合作，而是把更多希望放在与联想的合作上。经过多次的接触，联想的柳传志也愿意帮吴长江渡过难关。不过，从联想拿钱出来不是一个人就可以拍板的事情。时间紧迫，雷士的危机愈加严重，逼迫吴长江不得不另想办法。

毛区健丽是个非常老辣的商人，早就知道对方手中的筹码是多少。在商言商，商业决策是绝对不能以道德标准来衡量的。所以，只要双方各取所需，也就无所谓谁吃亏了。

作者:xiaozhu909 日期:2013-07-22

2006 年，雷士照明的资金链危机愈加严重，吴长江不得不考虑毛区健丽的建议，以低于合理估值的一半，即 1000 万美元的价钱将雷士照明 30%的股份卖给毛区健丽。一桩似乎价值不对等的股份交易就这样形成了。从表面来看，吴长江似乎很吃亏，但在毫无其他融资渠道的前提下，这也是拯救企业的唯一办法。

毛区健丽的亚盛本身属于一家中间机构。在雷士照明的投资中，投入资金的一半是投资人的，但自己所持股份比例却占到 2/3（雷士

照明的 20%股份），这种一手托两家然后用商业智慧获取超额利润的能力确实令人叹服。

拿到雷士照明 20%股份的毛区健丽并没有以当时市价逐步卖出套利，而是有着更长远的策略。她首先让雷士照明加快资本扩张，实现账面大幅增值，使手中股份利益最大化。

吴长江也尝到了资本运作的甜头,有了更多的资金才能顺利地施展自己的企业发展大计。于是在亚盛的多方联络之下，2006 年的夏天，也是后来雷士照明事件中的关键一方——软银赛富加入雷士。软银赛富在 2001 年成立，2009 年以后更名为赛富亚洲，是目前最大的风险投资和企业投资基金。曾经成功投资盛大网络、橡果国际、58 同城等企业。此时再次出手，以 2000 多万美元的代价，换取了雷士照明近 36%的股份，确实是比较具有投资眼光的。

当然赛富亚洲与毛区健丽收购股份的成本是无法相提并论的,但这也是商业投资的魅力所在。商业价值往往也随着时间的改变而变动。吴长江在不到一年的时间，就得到了 2 亿多人民币的资金支持，不但补上了资金缺口，还能有资金巩固资金链，并参与公司运作。这看似是各取所需的企业与资本运作的完美结合。

作者:xiaozhu909 日期:2013-07-22

等会儿继续~

作者:xiaozhu909 日期:2013-07-22

@壹抹晴天 7 楼 2013-07-22

顶 xiaozhu 新作

多谢晴天~呵呵~

作者:xiaozhu909 日期:2013-07-22

3、雷士照明内斗危机（二）：掌控渠道暗度陈仓

不甘雷士照明维持现状的吴长江为了充分满足企业的生产能力，于 2008 年向软银赛富和金融投资大鳄高盛集团融资 4600 多万美元。这次高盛成为了主角，支出了约 3600 万美元，赛富仅出资 1000 万美元。

为此吴长江付出了较大代价，让出了第一大股东的位置，所持股份仅相当于 2005 年合伙人退出时的比例。赛富一跃成为第一大股东，占股 36%以上。高盛股份虽然只有 11%,不过从其资本运作历史来看，每次高盛参股国内企业也都仅当第二、第三大股东，以方便将来公司升值后能快速套利，这是高盛的一贯做法。吴长江也终于如愿以偿，一举将拥有多家灯具生产厂的世通投资揽入怀中。

这个时候，各方的想法不尽相同。吴长江为了企业扩大生产和市场占有率，运用大量资金去完成企业扩张。此时的他认为雷士照明在他的努力下能够做得更好，投资方自然不会有异议。而赛富亚洲本来与高盛的想法一样，就是寻找合适下家，然后高价抛售。可后来雷士照明寻找到下家之后，赛富却逐渐无法控制形势了。

2011 年 7 月，法国施耐德电气参股雷士，以 12.75 亿港元的代价换得雷士照明 9.22%的股份。与前几家在雷士照明做风险投资搞资本运作不同，施耐德是一家真正的实体企业，为上百个国家提供基础

设施建设、能源、工业及网络的整体解决方案。其中在能源与基础设施、工业过程控制、楼宇自动化和数据中心与网络等市场处于世界领先地位。此次参股雷士照明的目的比较明显，就是看中了雷士照明的品牌地位以及其强大的网络销售渠道。虽然参股雷士照明价格不算便宜，但从长远来看还是值得的。

作者:xiaozhu909 日期:2013-07-22

@我是马甲 02310 楼 2013-07-22

顶；学习了

多谢支持与鼓励！

作者:xiaozhu909 日期:2013-07-22

@一柱擎天向太阳 13 楼 2013-07-22

顶

多谢支持~

作者:xiaozhu909 日期:2013-07-22

@无法 18 楼 2013-07-22

支持一下@xiaozhu909 的大作！

万分感谢您的支持！

作者:xiaozhu909 日期:2013-07-22

@揭开 14 楼 2013-07-22

先马在看

多谢支持

作者:xiaozhu909 日期:2013-07-22

另外，从以往国内企业并购的案例来看，外资一旦在国内企业参股，必然是不断地渗透企业行政管理领域，一步一步地扩大投资，最后掌握控股权。这也是后来施耐德与吴长江闹得水火不容的原因之一。有意思的是，高盛与赛富都没有卖股套利，而是继续持股。从旁观的角度来看，应该是打算施耐德全盘掌控雷士之后再高价出手。此时，在雷士的关键人物中，只有吴长江已经逐渐变成了资本运作过程中多余的人。也就是说，把吴长江赶出局让施耐德掌控雷士是未来的必然趋势。于是，赛富、高盛、施耐德无形中成为了一条战线上的弟兄。

吴长江是一个在商界混迹多年的老江湖，难道一点都没看出来风向不对吗？其实也不是的。在施耐德参股后，吴长江已经感觉到了紧张气息。施耐德参股以后，不断派遣自己的职业经理人进入雷士并参与一些重要部门的行政工作，吴长江感到大权开始旁落。但此时吴长江手里的股份已经不足 18%，为了让自己不至于被踢出局，他在 2011 年下半年用高达数倍的金融杠杆增持 5000 万股，重新成为第一大股东。这么做更像是饮鸩止渴，因为利用金融杠杆购买股份风险极大，它很容易让资金大幅缩水。另外，赛富与施耐德已经确定站在同一战线了，仅这两家的联合就可以让吴长江出局。因此，雷士照明的企业创始人出局已经在所难免。

作者:xiaozhu909 日期:2013-07-22

出去一下~晚上继续~

作者:xiaozhu909 日期:2013-07-22

继续开始~

作者:xiaozhu909 日期:2013-07-22

4、2012 年 5 月 25 日，吴长江突然被免职，随后赛富与施耐德联合接管了雷士。最有意思的是，赛富在雷士的董事长与施耐德方派出的 CEO 竟然还毕业于同一学校。在此背景下，这件事显得太过凑巧。

如果这是在别人的企业，或许创始人就这么被踢出局了，历史上又会增加一个民族企业被资本兼并的案例，但事情远没有那么简单。虽然吴长江在资本运作方面经验不足，也过于大意，但他在企业管理与渠道掌控方面却有着多年经验。这也是吴长江为何会那么自信，多次接受媒体采访都认为不会被踢出局。因为，在 2005 年吴长江经历合伙人倒戈一战后，更加明白手里掌控渠道资源的重要性。所以在此之后与资本大鳄们“合作无间”的几年里，已经加紧完成了渠道资源整合，并成功把经销网络从雷士的企业中剥离了出来。

当初施耐德花费大资金入股雷士,却没有发现雷士的销售网络并不属于雷士，这是施耐德最失算的一个地方。所以当施耐德参股并认为已掌控大局之后就翻脸把吴长江踢出局,结果造成了所有经销商集体倒戈相向。2005 年吴长江就能够控制局面让众经销商倒逼股东退股，更何况现在的雷士内部管理都是吴长江一手抓。

因此，自吴长江宣布辞职后，施耐德、赛富话语带着火药味，但吴长江反倒不着急了。因为这次，不仅全体经销商帮自己，雷士的企业员工也罢工表示支持。这样施耐德和赛富就显得更加被动了，因为目前企业只要一天不开工，货一天卖不出去，企业就损失一天。对于手里掌控着大量专卖店和经销商的吴长江来说，无非就是先不卖货，退一步讲，大不了卖别的厂家的货，时间久了雷士必然要妥协。

果然在经历了网络骂战、企业罢工、被捕谣言等事件之后，雷士让步，出台了一个折中的方案。决定设立一个临时运营委员会，管理公司的日常运营，运营委员会责任人由吴长江担任，运营委员会成立后将接替现行管理委员会的职能和责任，并向董事会汇报，当然这个委员会里自然也安插了投资方的高级管理人员。

作者:xiaozhu909 日期:2013-07-22

这场创始人与资本运作间的博弈战，逐步开始偃旗息鼓，但事件本身却把几方带入一个尴尬的境地。对吴长江来说，虽然说在这个事件中已经逐步占据了主动地位，但这个委员会是个临时机构，想以后重新入主董事会并没有那么简单。而投资方也陷入一个进退维谷的境地。因为双方脸皮已经撕破，后面面临的问题是已经不可能将经销网络在短时间内争取过来。而施耐德原本的目的在于控制雷士销售网络，如今花了那么多钱却无法达成愿望，来自总公司的压力可想而知。赛富一方呢，想踢走创始人并高价把股份转给施耐德的愿望已经不可能达成，所以也是进退两难。一场战争让三方都难受，像是一个三角形，互相掣肘，互相制约。雷士的企业运作以及其股价都遭受重创。

从长远来看，如果雷士想重新焕发生机，必然是此三方有一方坚持不住并退出，否则很难解决尴尬。三方同心协力搞好企业已经是一个看起来离得很近，但却抓不到的梦了。虽说如此，但是相对来说，国内民营企业的创始人能够有力量抗衡国际资本运作的入侵这本身就是一次突破了。以独立销售网络作为筹码，反过来逼迫国际资本就范，可以说是个创举。我国民族企业近些年来逐步沦为资本牺牲品，想要在这种大环境下生存就需要一些特别的“中国式”的商业智慧。

颇具玩味的是，这几方都因此场混战受到了损伤，唯独一开始低价购进股份的毛区健丽大获全胜。刚开始，她在雷士照明投资不到500万美元，如今在获利近1亿美元之后，手里仍然有大量股份，可谓资本运作界里的女中魁首。其持股超过5年以上也说明她不仅眼光独到、智慧过人，而且有超人的耐心与细心。无须大资本的运作，完全是个人智慧的体现，能够赢得这么干脆，也不得不让人深思。在经济全球化的今天，在资本机器运作的环境下，个人能够独自杀出血路并获得高回报本身就有很多值得学习的东西。

作者:xiaozhu909 日期:2013-07-22

在资本运作的游戏中，有一个企业最终也是完全被收购，创始人也是一样被赶出局，但这个创始人却没有恼怒，反而庆幸自己成功退出。这又是哪个企业？这个创始人又是谁呢？他，就是蒙牛乳业的创始人——牛根生。

作者:xiaozhu909 日期:2013-07-22

5、蒙牛“与狼共舞”的迷失（一）:“资本蜜月”凸显的危机前

奏

说起蒙牛乳业，相信全国老百姓没有不知道的，而蒙牛的创始人牛根生，更是一个传奇人物。蒙牛也像牛根生一样，在这个竞争激烈又极端复杂的市场中不断大起大落。从 1999 年蒙牛的成立并快速崛起，到 2011 年牛根生正式辞任董事会主席，蒙牛与牛根生的命运曾经是那么的一致。如今蒙牛进入了国有化，而牛根生则如愿以偿地过起了“退休”生活。牛根生所带领的蒙牛十几年的发展路可以说是中国民营乳业的一个奇迹。能在国营资本压制下闯出一条新路，成为国内乳业巨头，确实不容易。

从蒙牛的发展经历可以看到，从 1999 年的成立到 2008 年是成长阶段，而 2008 年以后，则是面临危机的阶段。不过牛根生最终还是全身而退了，不得不说其商业智慧确实非常了得。从蒙牛发展到遇到危机，再到牛根生的危机公关，面临国际资本的恶意收购的窘境，最终给蒙牛找到了新东家，并全身而退，牛根生到底是如何做到的呢？我们就从牛根生与蒙牛的发展起落开始讲起……

牛根生从伊利的洗瓶工人到车间主任，并一步步升到生产经营副总裁，从底层做起的他自然知道企业内部各个位置的难处与辛苦，所以更加体恤员工，使得他在企业里的群众基础非常坚实。加上其企业经营能力非常突出，久而久之必然会让企业高层有危机感。有人说，当年牛根生离开伊利是因为与高层的“企业发展战略产生矛盾”，但其实说白了就是一山不容二虎。牛根生在伊利的时候有着自己的一套坚实的班底。有关生产方面的部门负责人基本都是服牛根生的，这一

点伊利高层心知肚明。

在伊利高层的角度，如果不早点出手伊利就会成为牛根生的天下。而事实上也确实有这方面的趋向，在牛根生离开伊利并创办蒙牛之际，伊利内部的部门主要负责人除了财务、人事部之外基本都跳槽跟着牛根生过来了，而事实上他们的选择并没有错。在企业发展过程中，基本上是一朝天子一朝臣，伊利的高层肯定会逐步对这些人削权，而跟着牛根生出来的这些人，后来也都个个功成名就。

牛根生在人才的掌控上可以说非常厉害。一方面，自己非常重视节俭；另一方面，对员工则非常大方，他甚至把自己年金的八成分给下属。这样，团队自然对他死心塌地。所以，在牛根生离开伊利之后，其实相当于一负一胜。负，指不得不被伊利高层挤出企业；胜，就是因为自己强大的个人魅力与人脉关系，让伊利大批生产管理人才不计报酬地跟随自己，并快速打开市场，这一点难能可贵。

在牛根生离开伊利并创立蒙牛之后，牛根生的产品定位非常清晰。他知道自己的企业不可能快速超过伊利，但是可以借巨人的肩膀站立，以打造草原乳业第二品牌为发展目标，这样的好处非常多。第一，就等于明确表示不与伊利为敌，避免那种大型生死对决的死磕，给自己的发展壮大争取时间。第二，就是将品牌的行业地位迅速提升，因为行业第二品牌就意味着接近于第一品牌。在消费者心目中先确立品牌信任感。虽然蒙牛在行业中遭受打压的事件频出，但牛根生以退为进，先确立事实，再大度表示不计较。让群众自己评论，自动取得了百姓的信任将危机化解。第三，就是产品定位更亲民，既确立了品牌地位，

又会有物美价廉之感。

作者:xiaozhu909 日期:2013-07-22

@雄鹰 32111848 楼 2013-07-22

赶紧更哦，等你

多谢支持~呵呵~

作者:xiaozhu909 日期:2013-07-22

6、蒙牛在产品发展上走了两步。第一步，就是用“运奶车桑拿浴车间”以及“闪蒸”工艺,让牛奶在原汁原味的基础上口感更醇厚。虽说提高了成本，但在口感上更具竞争力。第二步，就是在国内率先推出“利乐枕”。“利乐枕”的优势在于比当时已经出现的“利乐砖”保质时间缩短，但又比

“巴氏消毒”牛奶储存时间长，让百姓有种既新鲜又能保证饮用期的感觉。抓住了消费者的两方面的需求，因此产品推出后受到了市场的欢迎。在产品营销方面，蒙牛不与伊利强行争夺市场，而是采用迂回战略，用“小区包围超市”的方式进行，并让大家免费品尝。当市场对产品接受之后，其产品覆盖面就是复合型的增长。因此，蒙牛在两三年内快速发展并进入乳业前十位。有了市场占有率,有了资金，剩下的任务就是巩固市场逐步确立行业地位。

想要确立行业地位，就必然要先给产品确立品牌精神，让全国消费者都知道和接受。首先蒙牛在 2003 年“非典”时期确立“健康增强免疫力”的精神。之后“神舟五号”成功发射并返回，蒙牛借助“航

天专用奶”的电视广告，成功将“爱国”“民族振兴”的精神灌输到产品中，并赢得了全国消费者的认可。2004 年，蒙牛又拿到了央视黄金时间广告标王，进一步确立了品牌知名度。不过，靠央视广告固然可以打响知名度，但却可能成为一种负累。因为第一年当标王，就意味着以后也要努力做标王，否则就可能丧失品牌的优势，市场占有率也会流失。

这个时候，蒙牛来了一个“华丽的转身”，与湖南卫视的

“超级女声”合作，仅用了 1400 万元就取得了“超级女声”的冠名权。蒙牛将自己的市场目标从中老年的消费阶层逐步扩大到青少年，为自己的产品品牌注入了青春的音符。蒙牛酸酸乳当年就获得了 25 亿元销售额。当然在投入之初也面临风险，毕竟这只是地方台的一个综艺节目，到底会有多大影响谁也说不准。所以由此可以看到牛根生的商业眼光。风险会有，但相对来说广告费用投入的代价却并不大。从此以后，蒙牛长时间支持此类音乐节目，并从中获益。最终，蒙牛稳稳占据行业第二。

作者:xiaozhu909 日期:2013-07-22

7、蒙牛的发展到 2008 年以前可以说已经达到一个巅峰，产品行销出口到美国、加拿大、蒙古、东南亚及港澳等多个国家和地区。能够发展到这个地步也是需要付出代价的,快速发展的背后也需要足够的资金做后盾。与此同时，蒙牛在融资以及资本市场方面也是大踏步前进。2004 年 6 月蒙牛在香港挂牌上市，融资超过 13 亿元。这样也就为后来蒙牛铺开市场并大力做大品牌起到支持作用。其实以当时的

蒙牛来说，并没有能力那么快在香港上市，其原因就在于这里面有私募基金的“功劳”。

早在2001年，蒙牛为了快速发展，就已经想了很多融资渠道。但相对来说，国内民营企业想要在银行融资的可能性很小，所以蒙牛只有另寻他法。由于国内A股上市门槛过高，导致短时间内也无法通过上市筹集资金。而国内民间的资本尚不成熟，对企业掌控欲望过高，也就更无合作的可能了。

至此，蒙牛只有寻求境外投资者这一个渠道了。2002年，摩根士丹利、鼎晖投资、英联等私募基金主动联系蒙牛并愿意为其投资。蒙牛欣然允诺。因为对于蒙牛来讲，在当时只有可能在香港二板上市。一旦上了香港二板市场就再也没机会在主板融资。二板市场流动性差，投资者并不关注，不利于蒙牛的快速发展。有了这三大基金投资蒙牛，在香港主板上市就成为可能。剩下的工作蒙牛不必再操心，一切资本运作方面的事就交给这些基金做就可以了。

于是2002年12月19日，摩根士丹利公司、北京鼎晖创业投资有限公司和英联投资有限公司联手投资蒙牛乳业集团，从2600万美元换取其32%股权。他们的加入给蒙牛带来了发展的良机。不过，这也为其在2008年以后的后危机时代中逐步陷入险境埋下了伏笔。

作者:xiaozhu909 日期:2013-07-22

待续……

作者:xiaozhu909 日期:2013-07-22

@胡川川 201258楼 2013-07-22

楼主别太监了

不会~呵呵

作者:xiaozhu909 日期:2013-07-22

@yfy87121650 楼 2013-07-22

楼主写的好，期待更新

多谢支持！@

作者:xiaozhu909 日期:2013-07-22

@wailairener62 楼 2013-07-22

楼主码字辛苦了，学习！

多谢您的支持与鼓励~！

作者:xiaozhu909 日期:2013-07-23

@MU 君临天下 66 楼 2013-07-22

好文，必须支持

多谢支持~

作者:xiaozhu909 日期:2013-07-23

@爱之直成伤坟 67 楼 2013-07-22

俺也来顶一个

感谢感谢~

作者:xiaozhu909 日期:2013-07-23

8、蒙牛“与狼共舞”的迷失（二）：国有化潜藏的“老牛智慧”

这几大基金投资之后,又与蒙牛在 2003 年签署了一份对赌协议，其实也就是“看涨期权”。其中约定，2003～2006 年蒙牛乳业的复合年增长率需不低于 50%，若达不到，公司管理层将输给这些基金 6000 万～7000 万股的上市公司股份；如果业绩增长达到目标，这些机构就要拿出自己的相应股份奖励给蒙牛管理层。

这纸协议对蒙牛来说看似是一个“业绩激励”措施，但实际远没那么简单。如果盈利达到预期，则企业发展同时还能获得奖励；输了则被迫让出股份，并被踢出局。其实这一招是非常毒辣的，国外投行在国内投资中可以说是屡试不爽。因为这相当于给自己的投资加入了金融杠杆，让自己的投资风险几乎降为“零”。如果说企业不能实现应得利润，资方可获得股份补偿，再从其他途径把企业包装打包卖掉获利。如果企业达成利润指标，那么即使把这些股份奖励给企业，资方前期获得的股份也能大幅增值，一样可以获取巨大利益。所以，这种对赌协议基本上是一纸完全保障资方利益、转化风险的工具。风险几乎全部转嫁给了蒙牛的经营团队。

不过，蒙牛是幸运的。随着蒙牛产品营销战略的成功，摩根等基金提前终止了与管理层之间的对赌，将其持有的近 5000 万元可转股票据给了蒙牛管理层控股的金牛公司。说蒙牛幸运，是因为如果这份对赌协议在 2008 年后签署，那么很可能蒙牛就完全被外资控股。即

使是这样，蒙牛后来还是险些被外资并购。有些事情，只要是沾上了就很难脱手。

近些年来与外资基金签订对赌协议的国内企业有很多，但最终都是输多赢少，避免不了被并购的命运。比如曾经红极一时的太子奶，签署的对赌协议与蒙牛几乎如出一辙。只不过太子奶输了，其领导李纯途不得不丧失领导权。而导致其失败最重要的原因，就是签署协议的时间是在国内爆发乳业危机的前一年。所以，牛根生毫无疑问是既幸运又极有眼光的民营企业家。

在经历了逐步走向巅峰的发展之后，中国的乳品行业遭遇了集体危机，这就是三聚氰胺事件。由国内知名品牌三鹿牛奶所引发的整个行业大震动把蒙牛也牵连了进来。之所以对全行业产生这么大的影响，除了众所周知的信任危机之外，还有产业结构不合理的因素。

当时所处的时代背景，是在全球消费急剧萎缩的 2008 年。行业处于经济冬天，加上三聚氰胺事件，可以说对蒙牛的打击是非常大的。这个危机的影响一直持续到 2010 年，但蒙牛能够在事件发生后的一年内没有出现资金断链，可以说牛根生功不可没。

作者:xiaozhu909 日期:2013-07-23

@霸耻霸荣 70 楼 2013-07-23

雷士照明早就如雷贯耳，看楼主写的商业暗战，就像在看谍战大片，期待早早更新！

多谢您的支持~

作者:xiaozhu909 日期:2013-07-23

9、三聚氰胺事件被媒体关注并报道是在 2008 年 8 月末。随后在短时间内三鹿即宣告破产,国内乳业风雨飘摇。在所有的乳业集团中,蒙牛是一家高成长的民营企业,在这种危机时刻基本属于高风险企业了。

因为成长快,所以就意味着资金调度比较紧张。民营企业背景,更意味着国有银行不会对蒙牛雪中送炭。再加上行业竞争激烈,因此这个时候在所有的乳业企业中,最危险的反而是看似强大的蒙牛。

不过牛根生的一个神秘举动,却延缓了蒙牛危机的发生。在危机爆发前的一个月,也就是 2008 年的 8 月初,牛根生通过摩根士丹利出售了 3.65%上市公司股权,套现 12.55 亿港元,其持有的股份也降至 26.27%。我们不能下定论说牛根生会预知未来,但可以确定的是在发生问题前,牛根生凭借着自己的商业触觉已经感觉到了危机出现的可能性。不过,这样的危机还是远远超出想象。由于三聚氰胺事件,让蒙牛股价暴跌。而牛根生在摩根抵押的 4.5%的股份,因暴跌很可能要被迫“被动出售”。

不过由于多年来民营企业所处的尴尬地位,让这些民营企业家拥有了超强的风险防范意识。所以不知不觉间他们建立了一个“抱团取暖”的企业联盟。这次蒙牛危机联盟发挥了作用。牛根生面临危机的时候,联想的柳传志连夜召开董事会,48 小时之内就将 2 亿元打了过来。而其他国内民营企业家如马云、田溯宁等也表示支持。

“民营企业联盟”给了牛根生强有力的支持,并赎回了被质押的

股份。牛根生再次逃脱了危机。这次的危机让牛根生体会到，蒙牛在这种状态下生存已经越来越困难。一方面，这些投行基金已经成了入室之狼，随时环视在侧并准备咬上一口。另一方面，此次事件让蒙牛元气大伤，资金方面虽已摆脱危机，但再也经不起太大的事件了。最重要的是，经济大环境愈加恶劣，如何能够在这个后危机时代生存下去才是关键。

作者:xiaozhu909 日期:2013-07-23

@MU 君临天下 63 楼 2013-07-22

好文，必须支持

多谢多谢~

作者:xiaozhu909 日期:2013-07-23

@dragonoverlord79 楼 2013-07-23

mark 一下，随时关注

多谢关注

作者:xiaozhu909 日期:2013-07-23

@kisscactus84 楼 2013-07-23

马克

多谢关注

作者:xiaozhu909 日期:2013-07-23

@公子没头发 186 楼 2013-07-23

好帖好帖～学生党一枚，很喜欢楼主讲故事的风格__

感谢您的鼓励~

作者:xiaozhu909 日期:2013-07-23

@巫晶晶 92 楼 2013-07-23

好看！等更新!!!

多谢支持~

作者:xiaozhu909 日期:2013-07-23

@小五一骑绝尘 107 楼 2013-07-23

好帖，持续关注，顺便问一句，怎么好多好帖的前排都有晴天，他是怎么做到的？

呵呵呵因为来的早啊~

作者:xiaozhu909 日期:2013-07-23

继续连载~

作者:xiaozhu909 日期:2013-07-23

10、三聚氰胺的事件也让牛根生清醒地认识到国有企业的优势。因为国有企业可以获得无限资金的帮助，而不必担心资金断链。外国投行与国企相比较，还是卖给国企更好。这样，最起码自己不会因资本市场的变动净身出户，可以逐步退出。

于是在三聚氰胺危机过去后，牛根生积极地接触国企，有意识地洽谈并购事宜。终于，2009 年 7 月 6 日晚，在香港上市的蒙牛发布公告称，中粮集团携手厚朴基金，于当天以 61 亿港元的高额资本共同入股蒙牛。中粮作为国企巨头，看中了蒙牛在产业中的地位，有助于自己企业的产业链延伸。对牛根生来说，此举犹如卸下了千斤重担，把一个已经危机四伏的民营企业转给了国企。从此，蒙牛再无资金忧虑，自己也因此获益。对那些外资来说，更可因并购的附加值大赚一笔，可谓皆大欢喜。2011 年牛根生辞任，2012 年随着蒙牛最后一个元老杨文俊的离开，蒙牛进入了一个由中粮领衔的新时代。

但在中国这片土地上的商业博弈远没有结束。先来说一下中粮集团领导下的蒙牛发展。在牛根生创业团队离开蒙牛之后，蒙牛又因质量问题、私改生产日期问题陷入危机。在危机中，蒙牛没有像三聚氰胺危机时那样小心翼翼，而是进行一连串的活动，反而带领行业涨价。这让消费者感觉到了国企入驻后的“霸气”。

但霸气是要付出代价的。在一系列事件后，蒙牛的市场占有率受到很大影响。于是中粮领导下的蒙牛在 2012 年 9 月为蒙牛打造新形象，建立“只为点滴幸福”的新视觉和新理念。蒙牛的新包装牛奶在全国 100 余万个销售网点逐步上架，而“点滴秀幸福”的大型消费者互动活动也同步在全国 300 个城市开展。似乎蒙牛开始了由重视大众形象到针对消费品位的转换。不过，在社会大众消费者对品牌的不信任感消失前，这种换装行动所能带来的效果则无法保证。也许时间能证明一切。蒙牛在质的转换后，不缺的是资金，缺的是行业的灵动性

与竞争的危机感。

这个时候，似乎所有人都忽略了一个人，那就是牛根生。牛根生在蒙牛被收购后似乎洒脱了很多，到处做慈善，并把自己定位为一个退休的“专职慈善家”。不过，有很多事情的发生却预示着这位国内卓越的企业家并不是一个能耐住寂寞的人。

作者:xiaozhu909 日期:2013-07-23

11、2010 年，一家叫作“现代牧业”的企业逐步进入社会公众的视线。这个企业的独特之处在于，其企业的掌控人与蒙牛的创始人团队有着千丝万缕的联系。现代牧业董事长邓九强原是蒙牛集团的副董事长，牛根生的创业伙伴，而邓九强也是 2008 年离开蒙牛的。

时间上的巧合让人不禁产生联想，那就是独具慧眼的牛根生，从开始建立大后方稳定的奶源基地，到外资侵略再到中粮收购的过程中，早就未雨绸缪，有了准备。而现代牧业出售给蒙牛的奶源占到了九成。大胆设想一下，也许牛根生早就洞察到乳业奶源的不稳定，牛奶品牌早晚要靠强大的乳业生产基地来支撑。

因此当蒙牛被收购后，牛根生做了慈善家。这说明了一个经营性的企业家也在逐步转型，从台前走向幕后，并由企业家转型为战略投资家。而现代牧业也已经不断募集资金并上市，成为乳业新锐。

一代商界名家牛根生，或许会成为在民族资本运作中少有的转型成功人士之一。因为以目前态势，现代牧业进可攻退可守。进，可以立足奶源，依靠与中粮合作不断累积实力。在时机成熟后壮大品牌，并以奶源为后盾发展新的牛奶品牌，最终形成产业链的优势。退，以

目前资本运作为底牌，吸引大资本或者重量级企业来并购，最终以高资本获利。

以牛根生的商业智慧，或许在蒙牛没找到下家之前就已经部署好这一步。这么好的固定奶源基地，以及强大的网络合作伙伴，要扔掉现代牧业就等于扔掉未来。当整个乳业陷入混乱，必然在呼唤着整个行业的重新整合。也许，牛根生随时在准备着！当然，以上分析只是个人猜想，只有事实才能创造历史。

作者:xiaozhu909 日期:2013-07-23

在所有中国乳业巨头中，还有一家企业一直以低调的方式生存。它虽说没有称为耀眼企业明星，但却一步一个脚印平实发展，让外资投行也无法见缝插针。其行业竞争力在 2008 年以前毫不突出，但在后危机时代逐步占领先机。它既不高调，也不与行业内部企业产生矛盾。但它反而在这个危机重重的新时代里逐步增强了竞争力，它就是新希望乳业。这样的乳业集团到底做了什么，它又会给我们带来什么启示呢？

作者:xiaozhu909 日期:2013-07-23

饭后继续~

作者:xiaozhu909 日期:2013-07-23

@园林青 125 楼 2013-07-23

好贴

多谢支持~

作者:xiaozhu909 日期:2013-07-23

12、新希望“返璞归真”战略的成与败

新希望乳业在乳品行业里面属于一个异类。这家集团化公司没有在乳品行业井喷的十年大发展中分得一杯羹，也没有与蒙牛、伊利进行市场争夺。在所有的乳品集团当中，新希望属于极为低调的品牌。但是这么多年的发展，新希望不是由小做大，而是由弱做强。其在2008 年以后逐步把握住了市场脉搏，并成为少有的能在行业危机中逐步拓展市场的品牌之一。这样的企业在国内非常少见。究竟新希望乳业是如何做到的？为什么在乳业高发展阶段新希望乳业没有抓住机会，在进入后危机时代反而异军突起？让我们从头开始分析。

要讲新希望乳业，就没法不讲新希望乳业的总公司。新希望乳业集团是新希望集团旗下的乳品企业。而新希望集团则是改革开放后首批发展起来的企业集团。新希望集团的前身是希望集团，1995 年希望集团分家之后，刘氏弟兄就各自发展。古人说：修身、齐家而后治国平天下，这话一点也不假。在分家的时候，四兄弟就各自发展不同行业，且划定不同区域发展。这就避免了将来由于产业扩张导致兄弟在商业决策上产生矛盾。

其实，刘氏弟兄从分家之前就已经开始形成习惯，就是不赊销、不负债。而刘永好的新希望更是秉承了这样的传统。自从他们各自发展开始，都是一步一个脚印慢慢做。毫无疑问，新希望乳业把这种控制企业负债率的传统逐步继承了下来。因为企业的一切发展，必然会受到董事会的监督。

当蒙牛、伊利等企业以市场为先，到处拼广告宣传并发展“利乐枕”乳品的时候，新希望乳业则更注重货源的稳定性以及乳品质量的保证。其实这么做本身没有错。但如果是在乳品大发展、企业齐抢市场的年代里，新希望乳业就显得有些呆板和死脑筋。果然，在短短六七年内，蒙牛、伊利、光明等品牌不断争夺市场，国内的主要市场几乎被争抢殆尽。

这里面其实也有很多原因。第一个原因，集团一向的作风是稳健逐步占领市场。而乳品行业是一个新兴的、亟待快速开发的市场，因此进入市场的步调讲究快、狠、准，这就与新希望本身的发展风格相矛盾。因此即使从伊利等企业挖人过来，也不会适应新希望的企业管理模式。第二个原因，由于新希望更加重视企业的生产程序，在没有把企业运转方面做好之前不愿意过多宣传，因此在开始几年错失了机会。

不过，新希望乳业在这几年却做了几件事情，对企业未来发展起到至关重要的作用。第一，是做蒙牛、伊利忽略的事情，那就是牧场建设。一个稳定质量的货源，决定着这个企业的品牌口碑。因为如果是奶源质量控制不好，必然给未来带来不可估量的隐患。而 2008 年中国整个乳业集团的危机产生就是因为这个原因。第二，就是企业的发展方向。与蒙牛、伊利等企业相比，新希望无论在企业发展策略、营销策略、产品整体运营、对人才的笼络等方面都无法与蒙牛、伊利等企业相比。因此想要既建设牧场，又在市场上以品牌定胜负，这在短时间内是无法达到的。因此新希望乳业走的是一条长远发展、短期

难以见效益的地方品牌发展之路。

作者:xiaozhu909 日期:2013-07-23

13、从 2002 年新希望乳业建立开始，不到一年的时间就收购兼并了 11 家地方国企，但随后并没有全面铺开。原因比较复杂，主要是由于这些企业本身都称不上什么大规模的企业;企业员工的地方安置也出了问题，由于地方政府进展缓慢，这在一定程度上给新希望乳业的发展拖了后腿。另外，集团对于乳品企业的兼并重组的复杂性考虑不足，导致预期过于乐观。因为乳品行业与其他行业不同，从生产到加工直至营销的产业链条，涉及资金、人才、统一调度管理，问题非常繁杂且分散。而新希望乳业的发展模式又讲求一步一个脚印，下属公司对董事会责任清晰,所以造成了下面没有足够的自由度去进行管理改造。

因此在刚开始的三四年内，新希望乳业的发展一直比较缓慢。

另一方面，当满世界都是“利乐枕”的时候，新希望乳业为了坚持产品品质以及营养做鲜牛奶加工，没有跟风学习。在当时消费者尚没有重视产品营养结构的前提下，竞争力就凸显不出来。再加上鲜牛奶保质时间短，空间跨度小，所以只能在各地方窄小的市场半径中发展。

恰逢 2004 年，国家质检总局和国家标准化管理委员会率先发布了食品标签标准《预包装特殊膳食用食品标签通则》，标准中明确指出，凡是加热过的食品，其标签上一律禁止使用“鲜”字。而新希望乳业主打的就是鲜牛奶。因此给整个品牌带来一系列后续问题，可发

展空间越来越小。所以在那段时间，新希望乳业想快速进入全国乳业前三甲的愿望没能实现。另外，由于这几年新希望乳业在慢慢摸索适合自己步调的发展模式，在调试的过程中必然影响发展速度。

不过到了 2008 年，全球经济危机到来的同时，乳品企业也因三聚氰胺问题导致整个行业雪上加霜，各个著名品牌风雨飘摇。所有曾经出现在央视黄金档的乳品广告一夜间消失。这时候反而成为了新希望乳业翻身的机会。因为与其他的乳业集团不同，新希望乳业更注重“先牧场，后市场”的战略。其稳定的质量自然是口碑的保证，但却制约了宣传效果。这次行业危机，则正好可以印证自己与其他乳品企业的不同。

作者:xiaozhu909 日期:2013-07-23

@小五一骑绝尘 129 楼 2013-07-23

赶上直播了？迅速搬好板凳，备好瓜子零食，听楼主一一到来

下壶茶~

作者:xiaozhu909 日期:2013-07-23

@loe_eol135 楼 2013-07-23

这样的文章能带给人思考，带给人营养，带给人智慧，带给人力量，带给人经验，可以让后来者少走弯路，让愚钝者聪明，让聪明者智慧。希望楼主加油努力，向大家传播更多的经验。衷心感谢楼主带给大家的一切正能量，您辛苦了！

您谬赞了~感谢您的支持~您这么说搞的像是我的托似的呵呵呵~

作者:xiaozhu909 日期:2013-07-23

@loe_eol142 楼 2013-07-23

回复第 136 楼(作者:@xiaozhu909 于 2013-07-23)

@loe_eol135 楼 2013-07-23

这样的文章能带给人思考，……

呵呵，当我免费的从别人那里获得一些东西的时候，我总是很过意不去，例如一些自由软件，有些作者需要赞助，当然并不强求，而有些软件的作者根本就是无条件的免费给你。就像看您的文章我也有所收获，而且到目前为止，也是免费看的，所以只能由衷的感谢您的付出！.....

恩开个玩笑~万分感谢你的支持~

作者:xiaozhu909 日期:2013-07-23

@半打烟头 144 楼 2013-07-23

真不错，一般教材没有的东西

楼主加油

多谢~

作者:xiaozhu909 日期:2013-07-23

@topxin146 楼 2013-07-23

春光哥和鼓励生育刻不容缓

都没来。

火不了

鼓励生育？

作者:xiaozhu909 日期:2013-07-23

@binyd149 楼 2013-07-23

多谢楼主

多谢支持

作者:xiaozhu909 日期:2013-07-24

@熊家婆 9988153 楼 2013-07-23

没了？

明天继续~呵呵~

作者:xiaozhu909 日期:2013-07-24

@sininalak147 楼 2013-07-23

楼主加油

感谢支持与鼓励

作者:xiaozhu909 日期:2013-07-24

14、所以当其他乳品企业的广告开始偃旗息鼓的时候，新希望乳

业开始第一次高调地宣传起来。适时，新希望乳业“好品质源自好鲜奶”的品牌宣传广告出现在了央视一套黄金时段。这时候，巨大的市场需求缺口因为央视广告让消费者们把注意力放在了一些多年前就被新希望并购的地方品牌上，推动着新希望乳业开始快速增长。

虽然后来蒙牛、伊利逐步开始收回失地，但由于新希望品牌的竞争力大幅提高，从其他乳品企业逐步争取回来的市场份额，很难再被抢走。又因为新希望的品牌极具地方特色，没有覆盖全国，所以短期并没有对其他乳品集团造成较大的威胁，也就不会有太多的针对性竞争。

因此，自 2008 年以后，新希望乳业的市场份额呈每年 25%的速度稳定增长。在整个全球市场都低迷的状态下，国内市场又经历了行业的生死洗礼，新希望乳业可以稳定高速增长，这也可以说是行业中的奇迹了。而正是因为新希望乳业逐步走出阴霾并开始了可持续发展之路，所以也就坚定了其“牧场先行”的信心。

2012 年新希望乳业对外发布：未来 3 到 5 年内，该公司将在华东、四川、云南新增设三个万头奶牛养殖带，三大养殖带投入的资金将超过 10 亿元。这样就巩固了原本就比较坚实的奶源基础，让企业能够良性发展。

我们可以看到，新希望乳业的发展虽然并不是一帆风顺，但却走得异常稳健。而其企业的竞争优势也随着时间逐步展现出来。新希望乳业的发展模式属于久远型，这种形式的企业发展往往短期比较吃亏。在外人看起来走了很多弯路，也可能在短期内没能符合市场需求。但

是，一旦其产业链基础做好，在行业中的优势就会慢慢显现。

其实整个新希望集团一直在走这条路。农业的产业链条完善工程一步步展开，从开始畜牧业覆盖到乳业再到相关的多元化产品。这种完整的产业链条看起来不起眼，花的功夫也多，但长远看起来是非常了不得的一件事。因为当整个产业链趋于完善之后，从上游到下游，从生产到物流、加工、直至销售，都将快速地整合。在保证了产品质量绝对稳定的前提下，大幅降低了产品的成本。

作者:xiaozhu909 日期:2013-07-24

15、尤其是农副产品整合，由于产品之间的高度联系，一些产品余料可以再度利用，转到相关产业链另一方，并不断复合式利用。另外，由于近年我国产业发展出现不均衡现象，导致农产品期货价格提高了相关产业成本。但当新希望这样的企业把整个产业链覆盖之后，直接避免了受相关市场的影响,整个产业链条的每一项都独具产业竞争力。

所以作为整个新希望集团中的一部分,新希望乳业所走的发展道路只会越来越宽。另外，由于该集团公司整体秉持了一步一个脚印、低负债率的企业传统，因此让国际资本大鳄无缝可钻，根本不可能有机会并购这样的企业。从这方面来看新希望比其他企业又棋高一着。相对地，由于手里有着大量的资金，当同行业其他企业出现危机有机会参与资本运作的时候，该企业又可以趁机做大市场。那些在经济危机中逆流而上的企业,往往就是平时低调、一点一点发展市场的企业。相信新希望乳业今后的路会走得更稳健。

在中国国内很具实力的企业当中,有一个集团也是在不断地整合产业链,打算在行业里把相关的产业都收入囊中并试图整体发展。可从近些年走过的轨迹来看,该集团每收购一家企业,就会出现各种各样的问题。到底是这个集团倒霉,还是其他企业有自身问题?或者这个集团在运作过程中也有自身的问题?总之,随着该集团越做越大,所遇到的问题也越来越多。而这个极受争议与关注的企业集团就是——国资背景的中粮集团。

作者:xiaozhu909 日期:2013-07-24

@淡定者 165 楼 2013-07-24

好贴,必须顶

感谢楼主分享

期待楼主更新!

感谢支持~

作者:xiaozhu909 日期:2013-07-24

@习惯性 D 微笑 u168 楼 2013-07-24

支持楼主。

万分感谢~

作者:xiaozhu909 日期:2013-07-24

@星辰之主 161 楼 2013-07-24

mark

多谢鼓励

作者:xiaozhu909 日期:2013-07-24

@icerain_3171 楼 2013-07-24

卤煮快写

好的呵呵呵~

作者:xiaozhu909 日期:2013-07-24

@淡然涯 173 楼 2013-07-24

等的心都碎了

呵呵别着急下午继续

作者:xiaozhu909 日期:2013-07-24

@王 vivi 微微 177 楼 2013-07-24

楼主是否同意我将您的大作推荐到别的平台，比如豆瓣

恩注明的话可以~

作者:xiaozhu909 日期:2013-07-24

@王 vivi 微微 180 楼 2013-07-24

楼主，已发送脱水版到豆瓣

帖子链接

http://www.douban.com/group/topic/41729812/

已注明原帖地址

嗯好

作者:xiaozhu909 日期:2013-07-24

@菩特老祖爬 181 楼 2013-07-24

很强。

多谢支持

作者:xiaozhu909 日期:2013-07-24

@红旗坦克 141 楼 2013-07-23

顶起，补充营养

多谢~

作者:xiaozhu909 日期:2013-07-24

@妍清惫 186 楼 2013-07-24

mark 回头慢慢看

多谢关注

作者:xiaozhu909 日期:2013-07-24

多谢关注

作者:xiaozhu909 日期:2013-07-24

@江喧过云雨 89 楼 2013-07-23

mark

感谢关注

作者:xiaozhu909 日期:2013-07-24

@brady1101 楼 2013-07-23

支持

多谢支持~

作者:xiaozhu909 日期:2013-07-24

@yaqli193 楼 2013-07-24

马克慢慢等新的

多谢关注

作者:xiaozhu909 日期:2013-07-24

16、“大胃王”中粮资本吞并路的消化不良根由

中粮集团，这是个与新中国共同成长的国有企业品牌，其资历与深厚的资金背景自不必说。从最初的粮油食品贸易公司发展成为今天中国领先的农产品、食品领域多元化产品和服务供应商，可以说，中粮集团是国内涉及多产业的企业巨无霸，也是唯一在农业产业链条中最具话语权的企业。中粮就像一艘航空母舰的旗舰，带领着众多企业舰船航行于商业领域。不过，这个以打造全产业链产品为目标的国有企业，在国内商界也有很多的问题。下面我们就来集中分析中粮集团

的产业优势与问题。

中粮集团由于有强大的资金背景，加上银行大力支持，以及政府的补贴，让该企业拥有民营企业无法比拟的商业优势。可以说，中粮几乎从来不存在缺钱的问题，也没有任何国际资本大鳄能够撬动这个巨无霸。除非是该集团有意为之，否则想空降一些具有话语权的股东进来几乎是不可能的。

因为该企业有足够的资本，所以也就衍生出一些问题，而问题恰恰是在近几年才显得更为严重。2008 年以后，国内诸多具有潜力的企业出现了资金问题。在国际金融危机爆发以前，中粮已经并购了一些企业。但在 2008 年以后，中粮集团加快了企业并购的步伐，并购了一系列在各行业比较有竞争力的企业。

在 2008 年以后的并购中，“五谷道场”方便面的并购属于大戏的开端，此后就开始了中粮密集的并购大战。2005 年，

“五谷道场”品牌建立。其企业的领头人王中旺可以说是近年来快速运作资本的典型人物。他先在 1999 年合资建立中旺食品有限公司，其后创建了“一碗香”的低端品牌优势，使得 2002 年的销售收入超过 5 亿元。2003 年，与康师傅合作成立三太子实业有限公司。康师傅当时的目的，是想利用王中旺的低端领域优势，逐步打击竞争对手。

但王中旺却有着自己的算盘。逐步做大的他已经不满足在低端市场发展，他也想在中高端的市场分一杯羹。与康师傅的合作，就是想利用康师傅的资金与资源迅速熟悉并进入中高端市场。在康师傅看来，

这相当于反戈一击，所以两个合作者的分歧越来越大，不得不在一年后分道扬镳，而王中旺的代价是把自己的低端市场直接拱手让出。

作者:xiaozhu909 日期:2013-07-24

吃饭吃饭~呵呵呵~

作者:xiaozhu909 日期:2013-07-24

@梦醒时分光 197 楼 2013-07-24

坐等更新。楼主辛苦了,在天涯看到的难道的好文章,受益匪浅,

感谢您的称赞，您喜欢就好~

作者:xiaozhu909 日期:2013-07-24

@许圣伟 199 楼 2013-07-24

占中间的坑

呵呵呵~

作者:xiaozhu909 日期:2013-07-24

@国服第一鳄鱼 201 楼 2013-07-24

楼主不错，对我们高中生来说长见识了。加油

呵呵~有用就好~

作者:xiaozhu909 日期:2013-07-24

@搬砖的日子 202 楼 2013-07-24

坐等啊卤煮速更

恩尽快~

作者:xiaozhu909 日期:2013-07-24

@国服第一鳄鱼 201 楼 2013-07-24

马克

多谢关注~

作者:xiaozhu909 日期:2013-07-24

@拼爹时代 123206 楼 2013-07-24

果断收藏

感谢关注

作者:xiaozhu909 日期:2013-07-24

其实有时候会发现,近年来的企业竞争也是在法治大环境下以一种求全之策,为了生存不得不做出一些抉择,当然这并不能说企业就应该做一些不正当的勾当,而是说在现有的法制体系内如何不越边界的应对和生存~

作者:xiaozhu909 日期:2013-07-24

就像是以前的战争片,只是讲日本鬼子如何无能,却不知在国民生产总值只有日本五十分之一的中国是如何打赢这场战争的,只有拿人命去填。当然这是有些题外话了~

作者:xiaozhu909 日期:2013-07-24

@江湖一土匪 210 楼 2013-07-24

蒙牛初期也是先贴牌生产，后来才建立自己的生产线吧

蒙牛其实在开始出来就发展非常之迅速,从不上属的名次到排名进入全国前十位仅仅用了三年，不得不说归功于老牛的人脉资源，从行政到管理一直到资金输入~都不是初级创业者能够想象的~

作者:xiaozhu909 日期:2013-07-24

再来说一说，蒙牛卖给中粮后，现代牧业只是有限度的出卖股份给中粮，目的是作为自己的资金后盾，而非决策者。这就已经说明了民企想要独立生存在目前的大环境下是非常困难的,这恰恰也凸显出了老牛的智慧

作者:xiaozhu909 日期:2013-07-24

从老牛的发展轨迹我们可以看到，开始的伊利与之的胶着，三聚氰胺事件等等都显出了民营企业资金的捉襟见绌。而唯一的办法是输入国有的血。但是蒙牛的根本不问的原因就是牧场问题，而现代牧业则没有这个问题，这也是为什么蒙牛可以全部退出，但现代牧业却死咬住不放的原因。

作者:xiaozhu909 日期:2013-07-24

看伊利和蒙牛的多年对阵就可以看得出来,近两年伊利逐步市场占有率的前进与后退不因蒙牛而改变，很多也是内部行政的不稳，但蒙牛则更多是因为资金链的问题,这就是体制不同带来的问题也不同,在 2009 年以后；老牛如坐针毡，要么就被外资吞掉，要么就资金断

链，问题其实已经很严重了。还好有个民企联盟暂时救命，再加上永远也吃不饱的中粮，才让蒙牛转危为安，老牛全身而退的同时也留有后招，这些也都是环境造成，当然没有这方面的智慧也不可能做到老牛这样。

作者:xiaozhu909 日期:2013-07-24

不过未雨绸缪是这些民营企业家的共同特点,不管怎么说都是非常值得钦佩的~

作者:xiaozhu909 日期:2013-07-24

所以本身探讨企业的生存之道根本就不是那么理想化的,很多时候真的是“如履薄冰”

作者:xiaozhu909 日期:2013-07-25

太晚了，好像没什么人了

作者:xiaozhu909 日期:2013-07-25

呵呵呵好吧~~明天继续~

作者:xiaozhu909 日期:2013-07-25

@寻找哆啦梦翘 219 楼 2013-07-25

很强。

这么晚了多谢关注~呵呵呵~

作者:xiaozhu909 日期:2013-07-25

@tytanghua221 楼 2013-07-25

写的不错，期待更新。支持!

感谢你的支持~

作者:xiaozhu909 日期:2013-07-25

@莞尔 223 楼 2013-07-25

@xiaozhu909 收藏起来慢慢看

感谢莞尔来支持~呵呵~

作者:xiaozhu909 日期:2013-07-25

好了~大家晚安~

作者:xiaozhu909 日期:2013-07-25

@zzvzz_007226 楼 2013-07-25

慢慢看，去年网购雷士餐灯，没用半年，有一灯因电路不亮，还不知怎么去解决。

呵呵~315

作者:xiaozhu909 日期:2013-07-25

@Jimrian230 楼 2013-07-25

老牛的故事告诉我关系就是生产力！

我们的特色呵呵呵~

作者:xiaozhu909 日期:2013-07-25

17、但对他而言，王中旺一切已经不能回头。所以他加强了其进入中高端市场的决心，决心发展以“非油炸”为卖点的中高端方便面

市场。2005 年，在“非油炸”方便面获得专业资格认证后，一切整装待发。但这个时候，王中旺由于前期投入较大，手里资金已经十分有限。

不过，王中旺的资金腾挪之计起了作用。他利用一些偏僻地区需要投资拉动的现实为由，争取了政府的最大优惠和银行的支持。在2005 年的下半年，“五谷道场”横空出世，“五谷道场”仅在央视的先期广告费用就花了近 1 亿，不过这里面很大部分由代理公司垫付，因此王中旺可以腾出手来把资金用于建设生产线和在全国重点城市铺货。

为了能够尽快把企业做大，王中旺对于生产基地、销售、广告等诸多环节都以赊账的形式发展，重点将资金用在了生产线上。另外，由于该方便面的口号是“拒绝油炸，还我健康”，触动了国内方便面几大巨头的紧张神经，原本已经是相对饱和并制衡的竞争环境被“五谷道场”打破。

因此这时候“五谷道场”成了“众矢之的”。其他产业巨头在 2006 年上半年损失惨重，而五谷道场则以每月 30%的速度增长。巨大的市场压力把众多方便面巨头逼迫到了一条战线。在“五谷道场”生产、渠道、销售等还没有稳固的前提下，其竞争对手搞了一个“方便面安全调查”并发布消息称非油炸与油炸方便面并无本质区别，这样就减弱了其优势带来的影响。

其实这样并不足以搞垮“五谷道场”，但王中旺在没有夯实产业基础与销售渠道的前提下盲目扩张，一下子由十几条生产线增长到

38 条生产线，顿时绷紧了五谷道场的资金链。这样导致“五谷道场”快速由盛转衰。实际上，非油炸方便面确实有市场，但市场在完成最初需求后，需要有一个渐进发展的过程。而王中旺想要快速占领方便面六成以上的市场本身就是一种急功近利。恰逢他在扩张的时候正赶上全球经济大萧条，其腾挪资金难度加大，再加上行业中树敌太多，加大了其发展的压力。

而非油炸方便面的生产线以及原料都比油炸方便面成本高，为了占领市场，“非油炸”价格又不能定得太高，多加的生产线使得产能过剩，最终整个资金链开始断裂。这个用了 6 年发展的企业大厦却在不到两年的时间内快速倾塌。

从表面上来看，“五谷道场”是因为缺乏资金，但实际上是由于企业发展过快，错误估计了市场的容量，最终让企业崩塌。而就在这个时候，中粮集团适时出现了。中粮以前也试图做方便面，但却没有成功。眼看着在方便面三大巨头之外，快速崛起一个极具行业竞争力的“五谷道场”，这样的诱惑是很大的。

作者:xiaozhu909 日期:2013-07-25

@秋晖伴落枫 232 楼 2013-07-25

进入天涯不久，这是我拜读过最具价值的文章没有之一。佩服楼主清晰的思路、流畅的文笔，更为楼主分析问题的深度、开阔的眼界所折服。真的给读者很多启迪，涨了见识了！弱弱的问一句，楼主出书那天，能否送小弟一本签名版的，由衷的喜欢你的文章。

感谢你的支持与鼓励,如果真的出来的话我肯定会在天涯回馈大家，您可以随时关注。谢谢~

作者:xiaozhu909 日期:2013-07-25

@baozixu236 楼 2013-07-25

养肥看

感谢支持~

作者:xiaozhu909 日期:2013-07-25

再说点题外话，当年的五谷道场是我老婆先发现的，当时她带回来的非油炸加上她的烹调之后特别好吃,而别的方便面则做不出来这个味道，但后来突然就消失了，偶尔在超市买到也是感到质量下降特别巨大，直到中粮收购之后才又再吃到。但从品牌的把握和市场变化的嗅觉上，被收购后却相对迟钝了，有些“吃老本”之感。不过不管怎么说总体说起来还是能吃到这种口味,从非商业角度来说也算中粮功德一件。

当时有人说五谷道场失败是因为其错误的估计了形势,非油炸市场潜力不大，实际上这是一种狭隘的论点，因为非油炸的市场必然是一种发展方向，且一定会有一大批的忠实粉丝支持。并且非油炸方便面的口味上也是非常不错。尤其那些喜欢将方便面回锅做的那批人。而并非直接泡出来的那些人，口味更是不错。但事情的关键点还是当时的五谷道场的渠道和生产产生了失衡，同时资金配给又跟不上，同时在没有做强的时候在同行树敌太多，才会导致最终的败走麦城。这

也可以说对企业的经营者来说也是一个警示。

作者:xiaozhu909 日期:2013-07-25

@双兔傍地走起来 238 楼 2013-07-25

不懂运作的人也能看懂，是 lz 真正厉害的地方。如果你出书，我买！

多谢你的支持~

作者:xiaozhu909 日期:2013-07-25

@Jimrian231 楼 2013-07-25

LZ 速度更..

指望在你这里学东西呢

别着急~放心一定不会让你失望

作者:xiaozhu909 日期:2013-07-25

另外当时的王中旺,是不是一定必须把所有低端生产线和渠道都卖出去呢？虽然卖掉换来了现金,但相对来说也引起了其他企业的注意，并且同时是缺了补充新鲜血液的机会

作者:xiaozhu909 日期:2013-07-25

同时失去了补充新鲜血液的机会，打错~抱歉~

作者:xiaozhu909 日期:2013-07-25

@枫絮言 244 楼 2013-07-25

@xiaozhu909 楼主，你最新的这个故事好像没有头，直接从中间

开始讲的。

什么情况？

在第二页倒数第七楼，连着看~从 16 到 17，中间的那些很多是额外的评论~

作者:xiaozhu909 日期:2013-07-25

@liuhairong88251 楼 2013-07-25

xuexi

感谢关注~

作者:xiaozhu909 日期:2013-07-25

18、于是中粮由 2008 年开始有意并购，到破产重组后的介入，花了不到一年时间。应该说这对中粮集团来说是一个较为上算的重组行为。因为如果该企业尚未破产中粮就选择介入,那么代价可能更高。如此还不如等破产再介入，无非就是偿还债务而已。应该说，中粮介入的时机还是很不错。在偿还债务的同时,优先与原债权人继续合作，这样就不需要重新构建销售渠道。在中粮入主后，其他企业巨头压力倍增。单从中粮加入“五谷道场”这个案例来看，还算比较成功，以较小的代价换来较高的市场前景。也许短期回报率不高，但在中粮的相关产业链构建上还是十分有利的。

有了“五谷道场”的成功并购，中粮随后的投资并购就加快了速度。2009 年，中粮随后投入 177 亿元建立生猪产业基地，40 亿建立

粮油产业基地，5 亿元整合丰原生化进入生物领域，推出“悦活”果汁，20 亿元投入新疆林果业，收购海外葡萄酒庄，收购万威客食品有限公司，联合厚朴基金并购

“蒙牛”，这一系列的并购，都标志着中粮进入了大踏步资本扩张的时代。而利用后危机时代的背景加速拓展自有产业，并同时收购优质品牌企业，这是很正确的。

不过在并购企业之后，中粮在后续的整合方面却显得力不从心。比如，在重组“五谷道场”之后，该品牌并没有按照既定的步调在市场上占领优势。其实这个时候的市场大环境已经和以前不同了。在后危机时代,食品安全问题甚嚣尘上,其实正是重拾品牌信誉的好机会。但中粮没有把握时机，没有抓住“非油炸”以及中粮在原料供应方面的优势进行市场营销策略。

作者:xiaozhu909 日期:2013-07-25

再来说一说中粮，由于其国有航母的企业特性，所以导致该企业在行政运作和企业市场化的敏感度非常之低。由于不缺资金，所以自然并没有市场的危机感，也不会会对即将因为产品的定位、消费者心理的变化等等因素做出及时的反应,在这一点上另外一个国企广药和加多宝的比较就完全可以看得出来,当然这里面渠道的争夺战、营销、生产、品牌、竞争力等方面后续我会继续详细向大家解读，关于加多宝、中国好声音、广药等等之间的商场谋略也会逐步在后面发出~大家不要着急~

作者:xiaozhu909 日期:2013-07-25

@xiaozhu9092013-07-25

再来说一说中粮，由于其国有航母的企业特性，所以导致该企业在行政运作和企业市场化的敏感度非常之低。由于不缺资金，所以自然并没有市场的危机感，也不会会对即将因为产品的定位、消费者心理的变化等等因素做出及时的反应，在这一点上另外一个国企广药和加多宝的比较就完全可以看得出来，当然这里面渠道的争夺战、营销、生产、品牌、竞争力等方面后续我会继续详细向大家解读，关于加多宝、中国好声音、广药等等之间.....

说一下~这个回复不在文稿之内~只属于探讨性质~不要连起来读~

作者:xiaozhu909 日期:2013-07-25

另外大家在每次的连载后都可以就此话题不断延展~这样才有碰撞~有意思~

作者:xiaozhu909 日期:2013-07-25

从开始来看~其实王中旺的低端市场渠道做得非常之好，所以从综合来判断，他丢的不仅仅是一块利润，而是发展的渠道潜力以及可进可退的后路

作者:xiaozhu909 日期:2013-07-25

@62632240256 楼 2013-07-25

怎么没了。看的起劲呢，希望楼主多注意休息早日出贴，

非常感激您的关心与支持~我会努力的~

作者:xiaozhu909 日期:2013-07-25

所以有时候好的产品也要把其发展的空间和时间预留出来,循序渐进的不断占有市场。当然有些时候需要大量扩建生产以及大量的投资,但问题是市场能不能很快消化这是一个较大的问题,每一次扩张很可能带来的就是利润率的大幅降低,现金流出现短缺问题,这就很可能把一些正在发展的,很具有前途的企业给淘汰掉。

作者:xiaozhu909 日期:2013-07-25

@秋晖伴落枫 260 楼 2013-07-25

回复第 255 楼(作者:@xiaozhu909 于 2013-07-25)

另外大家在每次的连载后都可以就此话题不断延展~这样才有碰撞~有意思~----------小弟学识有限,表示观点不足以摆上台面,默默的支持猪哥

你能支持就非常感谢了~

作者:xiaozhu909 日期:2013-07-25

@yaqli262 楼 2013-07-25

每日一顶。。。。。。。

感谢支持~

作者:xiaozhu909 日期:2013-07-25

@过客 manX264 楼 2013-07-25

好文章，收藏了

你喜欢就好~呵呵~

作者:xiaozhu909 日期:2013-07-25

@小五一骑绝尘 267 楼 2013-07-25

楼主资料来源很广，能不能写写唐万新，顾雏军，一直挺好奇这两位大佬，一直找不到真实的详细资料

这两位其实受关注的比较多~也有很多人做分析~我这里就先不写了~不过我会做一些研究~等有一些新东西再公布

作者:xiaozhu909 日期:2013-07-25

19、其实低调夯实基础没有错，但如果不能抓住时机凸显优势，时间长了就很可能把品牌做成一潭死水，而“五谷道场”的发展趋势恰恰就是这样。

对“蒙牛”的收购也有同样的问题，在收购后，承诺“三年不干预内部管理”这本身就有很多潜在的问题。第一，“蒙牛”原创始团队在企业内继续努力维护品牌形象的动力不足。在“蒙牛”一个个危机过后，并没有采取积极的措施。第二，在这三年时间内，给了原来创始团队一个运用蒙牛资源的机会。在没有监督的前提下，如果有什么不利于“蒙牛”发展的事情发生，也无法阻止。而事实上，随着蒙牛原团队的逐步离开,“蒙牛”又出现了新的竞争对手——现代牧业，而这个竞争对手又与“蒙牛”曾有着千丝万缕的关系。这不得不说是

中粮的失策。

虽说中粮将多家企业收入囊中，但从该企业 2008～2010 年的财务报表中，我们可以看到潜在的问题。2008 年公司资产总额 1305.86 亿元，公司实现营业收入 1012.08 亿元，利润总额 75.83 亿元，净利润 61.7 亿元，母公司获净利润 34.8 亿元，净资产收益率 11.43%，资产负债率 58.67%。2009 年总资产 1785 亿元，利润总额 82.08 亿元，净利润 64.82 亿元，母公司获净利 42.95 亿元，净资产收益率 9.07%，资产负债率 59.97%。2010 年总资产 2326 亿元，营业收入 1346.56 亿元，利润总额 91.33 亿元，净利润 72.68 亿元，母公司获净利 54.17 亿元，净资产收益率 9.2%，资产负债率 66.02%。这里面包括政府补贴。也就是说，如果把政府补贴去掉，实际利润率更低。2008 年到 2010 年总资产翻了近一倍，但净资产收益率由 11.43%降到 9.2%，资产负债率却由 58.67%上升到 66.02%。

对于一个资产数千亿元的企业帝国来说，其实已经说明其盈利模式的低效率。

从以上的并购案例以及财务数据方面，我们可以看到中粮面临的问题总结起来有以下几个方面。第一，虽然说中粮集团属于以整合产业链为目标的企业，但是，从中粮的运作中我们能够看到，中粮虽然涉及多个产业，并已经具备了产业链优势，但却并没有把众多企业有效结合，整合成为具有产业链条优势的企业集团。

我们可以把中粮与新希望这两个企业相比较。新希望的发展是先夯实产业链的各个连接点，把整个链条掌控之后，再将旗下企业以高

效率整合在一起,这样最终出来的效果就是比同行业更具价格竞争优势，成本可以控制到极低。而中粮的企业虽然也涉及同一产业链条，但却各自为政，各自为战，形成了各个企业自由发展的态势，切断了原本具有的产业优势。

作者:xiaozhu909 日期:2013-07-25

其实其他的东西可以说~但财务报表往往骗不了人

作者:xiaozhu909 日期:2013-07-25

@夜色礼服 274 楼 2013-07-25

支持楼主刘明

多谢支持~

作者:xiaozhu909 日期:2013-07-25

@生存诠释一切 275 楼 2013-07-25

顶一个，楼主思路清晰，文笔流畅。文章的每段话都思考咀嚼，不过希望能更新时保证质量。很好的文章，喜欢！管理上的细节，不知道能否抽空写一下，3Q

后面会有很多方面相关的披露和分析~敬请期待~谢谢您的支持~

作者:xiaozhu909 日期:2013-07-25

@xiaozhu9092013-07-25

@双兔傍地走起来 238 楼 2013-07-25

不懂运作的人也能看懂，是 lz 真正厉害的地方。如果你出书，

我买！----------...

@双兔傍地走起来 278 楼 2013-07-25

应该的。

呵呵呵~有你这样的读者支持~我的动力会更足~

作者:xiaozhu909 日期:2013-07-25

财经小贴士：对于财务报表大家都觉得莫测高深，尤其是普通投资者更是一头雾水，往往我们发现，这家企业不断说自己销售额上涨毛利润上升，销售收入上升多少，但最后往往突然说亏损，其实呢~一些对于上市公司而言最重要的还是净利润率。即使大家不懂财务这个数据是一定要看的，另外是非经营性的损益对利润的影响也非常重要，近三年内的净利润的上涨下跌对一个公司来讲非常重非要~

作者:xiaozhu909 日期:2013-07-25

再告诉一个个人的小经验，往往财务报表相对真实的反而是一季报和三季报，因为不牵扯年报可能对股价的影响，另外对降级风险也相对较小所以真实性更高些，当然在目前金融体系也不完善的状态下往往没有绝对的真实，不过却能够相对的了解一些，最起码近三年的季报净利润对比就能看出问题，规避风险~

作者:xiaozhu909 日期:2013-07-25

呵呵说了不少题外话~

作者:xiaozhu909 日期:2013-07-26

@枫絮言 265 楼 2013-07-25

找到了，多谢！(*^__^*)嘻嘻……

不客气

作者:xiaozhu909 日期:2013-07-26

好了很晚了~明天接着连载~大家晚安~

作者:xiaozhu909 日期:2013-07-26

既然又上来一遍~再顶下再走呵呵~

作者:xiaozhu909 日期:2013-07-26

@1920207912286 楼 2013-07-26

谢谢楼主，好文字

多谢您的肯定

作者:xiaozhu909 日期:2013-07-26

20、第二，大量的并购行动虽然将一些优质企业收入囊中，但没有在后续接管方面下功夫，导致企业失去竞争力的问题没及时处理，继续失去市场。而在并购企业的时候没有具体的方向性，多而杂的企业加大了集中整合产业资源的难度。让原本可以高效结合优势的企业没有成功对接，反而加重了中粮的负担。

第三，由于中粮的国企性质，导致企业不缺钱，这虽然是优势，但也容易造成企业缺乏忧患意识。从“五谷道场”“蒙牛”等被收购后的后续发展就可以看得出来。当企业没有危机感的时候，往往也就

没有竞争的动力，从而慢慢失去市场。

总之，由于这些原因的汇集，导致了中粮集团这个巨型舰队出现了问题。也许很多问题都是潜在的，但危机往往也是从小处开始的。在企业发展过程中，选择覆盖产业链还是整合产业链，形成企业优势哪个是本哪个是末，一定要搞清楚。多元化发展本身没错，但多元化没有有效整合就是一盘散沙。企业越大，效率越低，负担也就越重。

回过头来我们看中粮集团与“五谷道场”，虽然规模大小不同，但对于企业发展的做法却如出一辙，一样只注重量，不注重质，一样有急功近利的思想，一样对于产业发展判断缺乏协调统一的整合。因此我们可以看到，企业的发展不管大还是小，都有类同之处。也许在这些企业发展的弊端交错中也会给大家带来启迪。

作者:xiaozhu909 日期:2013-07-26

@美丽的小白桦 287 楼 2013-07-26

马克

感谢关注

作者:xiaozhu909 日期:2013-07-26..

作者:xiaozhu909 日期:2013-07-26

@inter66888288 楼 2013-07-26

留名

多谢关注

作者:xiaozhu909 日期:2013-07-26

@1920207912286 楼 2013-07-26

谢谢楼主，好文字

多谢您的鼓励

作者:xiaozhu909 日期:2013-07-26

@飞龙载天 I294 楼 2013-07-26

支持，写得精彩,，期待更新

感谢您的支持~

作者:xiaozhu909 日期:2013-07-26

@天牙舍取 297 楼 2013-07-26

祝楼主全家都喝都喝蒙牛

呵呵呵~多谢愤青支持

作者:xiaozhu909 日期:2013-07-26

@天牙舍取 297 楼 2013-07-26

祝楼主全家都喝都喝蒙牛

@xiaozhu909298 楼 2013-07-26

呵呵呵~多谢愤青支持

@天牙舍取 301 楼 2013-07-26

你们全家都是愤青。我是 JY

这般高的荣誉咱不敢领受~犹如您这般上来不分青红皂白以立场划分，我实在找不到别的形容词~望勿见怪~小弟才疏学浅~

作者:xiaozhu909 日期:2013-07-26

刚才的对话笑过就算了~万勿见怪呵呵

作者:xiaozhu909 日期:2013-07-26

@天牙舍取 297 楼 2013-07-26

祝楼主全家都喝都喝蒙牛

@xiaozhu909298 楼 2013-07-26

呵呵呵~多谢愤青支持

@天牙舍取 301 楼 2013-07-26

你们全家都是愤青。我是 JY

刚才的对话笑过就算了~万勿见怪呵呵

作者:xiaozhu909 日期:2013-07-26

@天牙舍取 297 楼 2013-07-26

祝楼主全家都喝都喝蒙牛

@xiaozhu909298 楼 2013-07-26

呵呵呵~多谢愤青支持

@天牙舍取 301 楼 2013-07-26

你们全家都是愤青。我是 JY

@xiaozhu909302 楼 2013-07-26

这般高的荣誉咱不敢领受~犹如您这般上来不分青红皂白以立场划分，我实在找不到别的形容词~望勿见怪~小弟才疏学浅~

@天牙舍取 304 楼 2013-07-26

一上来说蒙牛,有什么动机,什么目的,什么图谋,收了谁的钱,为谁说话，代表什么阶级。老实交待。不然代表人民枪 B 你

哈哈哈~我错了~我是代表资产阶级**势力为他们……

作者:xiaozhu909 日期:2013-07-26

@天牙舍取 297 楼 2013-07-26

祝楼主全家都喝都喝蒙牛

@xiaozhu909298 楼 2013-07-26

呵呵呵~多谢愤青支持

@天牙舍取 301 楼 2013-07-26

你们全家都是愤青。我是 JY

@xiaozhu909302 楼 2013-07-26

这般高的荣誉咱不敢领受~犹如您这般上来不分青红皂白以立场划分，我实在找不到别的形容词~望勿见怪~小弟才疏学浅~

@天牙舍取 304 楼 2013-07-26

一上来说蒙牛,有什么动机,什么目的,什么图谋,收了谁的钱,为谁说话，代表什么阶级。老实交待。不然代表人民枪 B 你

@xiaozhu909306 楼 2013-07-26

哈哈哈~我错了~我是代表资产阶级**势力为他们……

@天牙舍取 307 楼 2013-07-26

我怕你不是，他们是资产阶级？

您说是就是，您说不是肯定不是~

作者:xiaozhu909 日期:2013-07-26

@天牙舍取

呵呵呵~先吃饭~吃完饭接着说~

作者:xiaozhu909 日期:2013-07-26

21、学会制造资本入侵的制衡“核弹头”

我们国内企业的发展壮大，毫无疑问伴随着兼并与并购，也伴随着资本运作的影子。而从趋势上来看，2008 年基本上是一个分界线。在 2008 年以前，我国高成长的企业迅速崛起，并成为众所周知的明星企业。很多企业曾几何时被大众看作民族的骄傲。而这个时候，国内企业与那些资本运作的投行、基金进入蜜月期。他们的加入让国内企业以乘数效应拓展市场，或成为国内品牌的龙头，或占尽行业优势。但是 2008 年以后，全球进入经济冬天，消费萎缩，企业发展困难。这时候国内这些快速成长起来的企业就可能因为大环境的不景气以及短暂出现的问题而被那些曾经“合作无间”的国际资本所趁机吞并。这样的案例在近些年来已经数不胜数。

曾经领尽风骚的太子奶，其实就是被国际资本整垮的。太子奶的领头人李途纯 1997 年带领太子奶拿下央视标王，这也成为其后来快速扩张发展的起点。然而太子奶由于快速扩张带出的问题也代表了很多国内企业共同的问题。

在 2006 年以前，太子奶涉及了很多与乳品不相关的产业，逐步丧失了夯实基础增加行业竞争力的机会。而正是由于投资过散，太子奶才会引进国际资本，并一再举债。而最要命的是同蒙牛一样，李途纯与英联、摩根士丹利、高盛三家投行也签署了对赌协议：三大投行注资后，前 3 年如果太子奶集团业绩增长超过 50%，可降低投行股权；如完不成 30%的业绩增长，李途纯将失去控股权。蒙牛的牛根生当年也是签署了几乎完全一样的对赌协议。不过牛根生赢了，而李途纯则

没有那么幸运，他做的事也更为疯狂。

因为在对赌协议之后，2007 年，太子奶又获得了六大银行财团共计 5 亿元人民币的授信。拥有大量资金以后，太子奶就开始了快速扩张，但后面事情发展就没那么顺利了。2008 年，先是地震等灾害带来的损失，接着全球金融危机，导致国际六大财团将“太子奶”的信用贷款利息上调 30%，加重了负担，紧接着就是三聚氰胺事件。原本因原料价格过高而利润已经很低的太子奶遭受了重创。毫无疑问，李途纯的对赌不可能赢了。当然，后来“太子奶”被同行业再踩一脚，并引发一系列事件导致企业回天乏术则另有原因。

作者:xiaozhu909 日期:2013-07-26

@shandao89313 楼 2013-07-26

楼主继续，支持，支持，坐等分析广药加多宝...

好的别着急呵呵~随时关注

作者:xiaozhu909 日期:2013-07-26

@宰 xiang 的王朝 314 楼 2013-07-26

留名

感谢关注~

作者:xiaozhu909 日期:2013-07-26

@xiangliangIch311 楼 2013-07-26

MARK

多谢关注~

作者:xiaozhu909 日期:2013-07-26..

作者:xiaozhu909 日期:2013-07-26

@zhuyanb320 楼 2013-07-26

。

呵呵呵~

作者:xiaozhu909 日期:2013-07-26

@高转 D103 楼 2013-07-23

马克

多谢~

作者:xiaozhu909 日期:2013-07-26

其实从时间段上确实很有意思的是 2008 年是分界线，资金的紧绷并不仅仅包括沿海外向型的企业,很多集团性质的企业往往也会在这个时期出现资金问题。恰恰在这一年很多企业也出现了冒进的问题，才导致了大型企业陷入危机的状况很多~

作者:xiaozhu909 日期:2013-07-26

@heiyaoxiangxiang324 楼 2013-07-26

写得很好，马克

多谢支持

作者:xiaozhu909 日期:2013-07-26..

作者:xiaozhu909 日期:2013-07-26

@aoget327 楼 2013-07-26

好贴，必须马~

多谢支持~

作者:xiaozhu909 日期:2013-07-26

周末愉快~呵呵~

作者:xiaozhu909 日期:2013-07-27

@左点点 2012330 楼 2013-07-26

111

222

作者:xiaozhu909 日期:2013-07-27

晚安~

作者:xiaozhu909 日期:2013-07-27

@你老公在不 338 楼 2013-07-27

大家多知道我什么意思~我就不多说了~

什么意思？呵呵呵~

作者:xiaozhu909 日期:2013-07-27

@小五一骑绝尘 339 楼 2013-07-27

有空就过来看看，长长见识

感谢支持~

作者:xiaozhu909 日期:2013-07-27

@闯荡 30 年 340 楼 2013-07-27

好看！等更新!!!

好的~多谢鼓励~

作者:xiaozhu909 日期:2013-07-27

由于昨晚开始广告贴太多~由于职责所系，所以周六周日连载暂时不更~等周一继续连载~这两天集中精力删广告贴~谢谢大家的支持~不过我会常过来这帖子和大家交流的，有问题可以随时交流~

作者:xiaozhu909 日期:2013-07-27

@秋晖伴落枫 347 楼 2013-07-27

猪哥，养了两天不见怎么长肉呀，期待你的归来，天气热，多喝点水。

经坛昨天开始全面刷黄色广告，由于职责所在专门去删广告贴~所以暂时抱歉~等周一继续~敬请见谅~

作者:xiaozhu909 日期:2013-07-27

@fuchuanxian349 楼 2013-07-27

满怀期待，落空，顶起来。

多谢~会及时更新的~放心~

作者:xiaozhu909 日期:2013-07-27

累死了~

作者:xiaozhu909 日期:2013-07-27

@淡淡的 1 马甲 352 楼 2013-07-27

楼主速更!如果更细节一点就好了每个大企业都是一个长篇故事

是啊~不过我的意思是把他们精华和最亮点的东西提炼出来这样能够更加广阔的视野来看~呵呵~

作者:xiaozhu909 日期:2013-07-27

@tt_小白狐 354 楼 2013-07-27

写的真好。楼主能不能推荐几本能看的书？要能揭示一些本质东西的书，最好能给人启迪。。谢谢啊!

讲目前国内案例还真不多~理论性的经济学原理还不错

作者:xiaozhu909 日期:2013-07-27

回复第 71 楼，@xiaozhu909

继续~

@但是我很好 357 楼 2013-07-27

雷士的外资争夺战没有写出核心原因.文章写的虽好.也就让商场之外的人喝喝彩

多谢您的批评指正~

作者:xiaozhu909 日期:2013-07-27

回复第 71 楼，@xiaozhu909

继续~

@但是我很好 357 楼 2013-07-27

雷士的外资争夺战没有写出核心原因.文章写的虽好.也就让商场之外的人喝喝彩

每个人站的这件事上评论的角度不同~不过还是要万分感谢~

作者:xiaozhu909 日期:2013-07-28

诸位晚安~

作者:xiaozhu909 日期:2013-07-28

昨晚删黄色广告一直到三点半，今早又来了~周一应该会好的，继续加油吧~让大家苦等真不好意思~

作者:xiaozhu909 日期:2013-07-28

@xiaozhu909281 楼 2013-07-25

再告诉一个个人的小经验,往往财务报表相对真实的反而是一季报和三季报，因为不牵扯年报可能对股价的影响，另外对降级风险也

相对较小所以真实性更高些,当然在目前金融体系也不完善的状态下往往没有绝对的真实，不过却能够相对的了解一些，最起码近三年的季报净利润对比就能看出问题，规避风险~

@12345Mq366 楼 2013-07-28

楼主无私奉献。赞！

多谢您的支持与鼓励~

作者:xiaozhu909 日期:2013-07-28

回复第 71 楼，@xiaozhu909

继续~

@但是我很好 357 楼 2013-07-27

雷士的外资争夺战没有写出核心原因.文章写的虽好.也就让商场之外的人喝喝彩

@xiaozhu909360 楼 2013-07-27

每个人站的这件事上评论的角度不同~不过还是要万分感谢~

@但是我很好 368 楼 2013-07-28

也许是吧，毕竟每个人获取信息的渠道不同也就结论不同，楼主的奉献精神我们还是很赞赏的

呵呵呵~总之多谢您的指教~也希望以后常交流~谢谢！

作者:xiaozhu909 日期:2013-07-28

@狗狗和猫猫 8222363 楼 2013-07-28

定

多谢支持~

作者:xiaozhu909 日期:2013-07-28

这两天忙于删帖没能及时更新希望大家见谅~谢谢！

作者:xiaozhu909 日期:2013-07-28

@12345Mq373 楼 2013-07-28

从头又看了一遍！忍不住再顶楼主

多谢~你们的支持就是我的动力

作者:xiaozhu909 日期:2013-07-28

@algoiq372 楼 2013-07-28

mark

多谢~

作者:xiaozhu909 日期:2013-07-28

帖子总算好些了~

作者:xiaozhu909 日期:2013-07-28

刚说好些又来了~

作者:xiaozhu909 日期:2013-07-28

眼皮底下发广告~

作者:xiaozhu909 日期:2013-07-29

这两天让广告贴子耽误了望大家见谅~从明天开始将继续连载~谢谢大家支持~

作者:xiaozhu909 日期:2013-07-29

自己顶顶吧~

作者:xiaozhu909 日期:2013-07-29

诸位晚安~

作者:xiaozhu909 日期:2013-07-29

@tt_小白狐 354 楼 2013-07-27

写的真好。楼主能不能推荐几本能看的书？要能揭示一些本质东西的书，最好能给人启迪。。谢谢啊！

@xiaozhu909356 楼 2013-07-27

讲目前国内案例还真不多~理论性的经济学原理还不错

@tt_小白狐 382 楼 2013-07-29

求书名。最好不要那么枯燥的。

说过了《经济学原理》想要趣味性的，就等我出吧~呵呵呵~

作者:xiaozhu909 日期:2013-07-29

继续连载~

作者:xiaozhu909 日期:2013-07-29

22、

但是，从“太子奶”的发展到衰落，可以看到国内企业在发展过程中所出现的问题竟然是那么雷同,基本都是企业创始人非常有开拓及冒险精神。而正是由于自己这种冒险精神,通过资本借贷快速成长，企业在几年内就发展成为同行业里的佼佼者。但企业往往会因为发展过快，遇到危机之后，不得不寻求资金帮助。而国内银行往往对这类民营企业支持不大，尤其企业遇到危机之后，加大了风险，国内银行就更不愿意给予资金了。国内民间资本在这时候更多考虑实际控制权，而创始人基本都不会愿意大权就此旁落,最终唯一可选择的就是国际资本了。

但国际资本的做法更加决绝，并基本都已经形成规律。先是伸橄榄枝，在关键时候资金进入，开始合作非常愉快。先帮助企业继续融资引进新股东，然后想办法在股市上市。到此为止，往往创始人都会非常开心，因为从募集资金到企业上市，自己基本很少操心，所操心的事情就是把大把募集来的钱用于企业扩张。

往往这些国际资本进来的时候都会给企业创始人一份像“太子奶”一样的对赌协议。这份协议看起来像是激励企业发展的协议。实际上，是加了一副枷锁给创始人，用金融高杠杆把国际资本的风险转化，转到创始人这方来。不管对赌协议是输是赢，国际资本都是赢家。在企

业遇到危机期间他们会以股票质押、贷款等形式“帮助”创始人走出困境或者谋取发展，但最终的结果却是大部分创始人被踢出局。即使少量没有被踢出去的创始人，投行们也赚得钵盆全满，创始人的股权依旧不断被侵蚀。

当然，国内企业家在经历国际资本的洗礼的时候，也会总结经验，并进行“中国式”的商业反击。比如前面所讲到的雷士照明，其创始人吴长江虽然股份被稀释，并被国际资本挤出董事会。但是他利用自己手里的渠道资源做筹码，将雷士照明的渠道分销系统直接独立于雷士照明之外。因此当这些国际资本对其动刀的时候，吴长江反戈一击，占到了主动位置。虽然这样的争斗对雷士照明来说可能在企业发展上是极为不利的，但从个人角度来讲，吴长江手里拿了一副好牌，他用自己独特的方式，逼迫资方不得不按照自己的意愿去出牌。

作者:xiaozhu909 日期:2013-07-29

@经济小萌 385 楼 2013-07-29

楼主好帖子。期待能出书。到时候说一声，买一本。

嗯多谢您的支持~

作者:xiaozhu909 日期:2013-07-29

@xhnengrong388 楼 2013-07-29

.

呵呵~

作者:xiaozhu909 日期:2013-07-29

23、

这可以说是近些年国际资本进入国内企业首次处于如此尴尬的境地。虽说这么做并不符合商业规范，但却是国内企业者面对国际资本侵蚀的一个经典案例。当然除了吴长江，牛根生也不简单，在签署对赌协议的时候，他能够看清形势不盲目发展，并很早就已经想好后路。从被国际资本稀释股份到找到中粮接手，最后到现代牧业横空出现，一步步很有点明修栈道暗度陈仓的意味。当然，能够在国际资本夹击下生存下来的例子并不多。这就给企业以启示，到底在获得资本后该如何发展，对赌协议该如何完成，企业发展应该如何进行，是盲目扩张还是夯实基础？

从新希望乳业的发展就可以看出，虽然没有快速进行产业扩张，这对于占领市场是不利的。但相对来说，稳健的步伐、本土化的经营品牌、低负债率、产业链的有效整合，往往在危机出现的时候最能体现出重要性,使得企业本身虽然不会快速崛起,却会慢慢地稳定增长。

与国际资本侵蚀股份后打包卖掉的做法不同,国内企业在收购后往往是想长期经营。但这里面问题又出来了，如何收购企业，收购兼并企业后该如何发展才是重点。首先，在收购企业的时候不应仅仅看到企业的优势,更该看适不适合自己,能不能把收购的企业有效整合,并降低成本。而收购以后又如何进行企业监督，在交接过程中如何保持企业优势,又不会继续扩大原来企业的问题,这是非常值得思考的。

作者:xiaozhu909 日期:2013-07-29...

作者:xiaozhu909 日期:2013-07-29

24、

从中粮集团的各种兼并、重组与收购中，其实也可以看到，一个企业再庞大，当整体的协同运转无法执行，就相当于整合没做好。这样即使并购再多优秀企业，也只会给自己增加压力。多元化的企业发展建立在完善的产业链条相互合理协调的状态下,整合得越合理企业运作成本就越低，净利润率也就越高。

因此，不管是企业发展还是企业兼并，其实他们之间都是有着千丝万缕的关系。当危机来临之前，如果能够未雨绸缪，有效整合产业链使其健康发展，相信不管多么大的危机，多么厉害的国际资本都不可能轻易撼动企业，企业也就掌控着制衡这些资本入侵的“核弹头”了。

作者:xiaozhu909 日期:2013-07-29

午饭午饭~

作者:xiaozhu909 日期:2013-07-29

刚上班都没人了？

作者:xiaozhu909 日期:2013-07-29

@大河马 002395 楼 2013-07-29

有人，例如我。在潜水中默默的，静静的看，思考。

LZ，赶紧更新啊

有心~谢谢~呵呵呵~

作者:xiaozhu909 日期:2013-07-29

@heiyaoxiangxiang397 楼 2013-07-29

楼主写得很好，比小说精彩，还能获得一些知识，谢谢！

多谢您的支持~欢迎继续关注~

作者:xiaozhu909 日期:2013-07-29

@树下白芷 399 楼 2013-07-29

楼主加油继续。已收藏

多谢支持~

作者:xiaozhu909 日期:2013-07-29

二

25、

商标争夺战背后的鬼蜮伎俩

在如今的世界经济格局中,“商标”“专利”都成了不可忽视的隐性资产，且越来越重要。而从欧美先进国家的经验看来，近些年商业实体主要的竞争就是在各个产品的专利上面,有时候一个专利之争可以上升为产品之争、企业胜败之争。转回国内呢，则更多的是商标之争，一个商标，不管有没有产品，都是商业价值。所以商标争夺战在国内不断上演。

作者:xiaozhu909 日期:2013-07-29

晚饭~

作者:xiaozhu909 日期:2013-07-29

@骆驼祥子祥子 404 楼 2013-07-29

mark,慢慢看

多谢支持~

作者:xiaozhu909 日期:2013-07-29...

作者:xiaozhu909 日期:2013-07-29

^_^

作者:xiaozhu909 日期:2013-07-30

明天开始将有更精彩的内容哦~敬请期待~

作者:xiaozhu909 日期:2013-07-30

大家晚安~

作者:xiaozhu909 日期:2013-07-30

^_^

作者:xiaozhu909 日期:2013-07-30

继续连载~

作者:xiaozhu909 日期:2013-07-30

26、

IPAD 商标争夺局中局（一）：唯冠衰落真相

2012 年，一场官司引起了国内甚至是国际舆论的注意。这就是唯冠与苹果争夺国内 IPAD 商标案。这场官司，最终以唯冠获得 6000 万美元与苹果达成和解画上句号。官司虽然结束了，但由此引发的讨

论却并没有结束。这场官司为什么会引起这么大的注目？该案件成为了商标争夺的经典案例，而唯冠的成功获得利益更被诟病为投机取巧的典范。唯冠到底怎么一步步让全球的产业巨头“苹果”掉进了陷阱中？想要了解这桩案子背后的玄机，就必然先从唯冠的成长史说起。

说起唯冠，其实并非是大众眼中的“皮包”公司，其生产规模并不小。唯冠公司在 1989 年成立，以几十万元人民币起家，并开始做显示器材料加工。1991 年进入深圳沙头角保税区，从此开启了唯冠以显示器为核心的发展壮大之路。十多年后，唯冠就成为了全球第四大显示器生产厂商，年销售额过百亿，企业员工人数过万，并在香港、台湾两处上市。最辉煌的时候，全球每十台显示器就有一台是唯冠生产的。

其企业发展经历了三个阶段。这三个阶段不仅可以看出唯冠的发展轨迹，更能看到此类企业的共通点。第一个阶段，是高速发展阶段，也就是从唯冠创建到 2003 年这个阶段。这个时候唯冠迎着中国改革开放的春风一路走来，由于在改革开放的前沿——深圳，所以同大多数的同类企业一样，唯冠享受着地方优惠政策、地价优惠、人力资源极其低廉等优待，这种以代加工（OEM）的形式逐步做大的企业数不胜数。而声名远播的代加工巨头——富士康，也是从这时候开始发展起来的。唯冠与富士康虽然规模不同，但发展轨迹还是极其相似的。

唯冠在代加工不断做大的同时，也开始有转型的欲望，并于 2000 年并购了品牌显示器厂商美格的股份。如此一来，唯冠由低端显示器为主，逐步开始进入中高端市场，并确立了品牌地位。第二阶段在

2003～2007 年，是唯冠发展的一个相持阶段，其实在这个阶段唯冠可以有更多的发展。但由于与传统通信产业巨头摩托罗拉的合作，让唯冠在这个时期的业务逐步走向被动。2003 年 10 月，唯冠与摩托罗拉双方正式公告摩托罗拉与唯冠集团达成联盟,同时宣布摩托罗拉液晶电视、等离子电视等系列家电产品登陆中国。

作者:xiaozhu909 日期:2013-07-30

欢迎继续参与讨论~

作者:xiaozhu909 日期:2013-07-30...

作者:xiaozhu909 日期:2013-07-30

@zyl0209411 楼 2013-07-30

这个必须马克

多谢关注~

作者:xiaozhu909 日期:2013-07-30

27、

其实在刚开始,双方都是本着一种集中双方优势资源形成市场优势的想法。作为传统通信产业巨头，摩托罗拉一直觊觎此类家电业市场，尤其是中国这个拥有巨大需求的市场。液晶、等离子电视的市场蛋糕又极为诱人，但苦于没有相关产业的生产能力做基础，所以就想找一个合作者。而唯冠呢，虽然做了多年显示屏，但也仅仅是作为各品牌代理商，因此双方一拍即合。当时商业前景似乎比较乐观，覆盖面非常之广，从等离子电视、液晶电视、楼宇可视对讲机、数码录放

影机、汽车影音开始，准备逐步渗透进入所有相关产业市场。

但此次合作，却迎来了两家厂商的“双输”局面。对摩托罗拉来说，由于新兴品牌与产业的冲击，让这个老牌通信产业巨头面临巨大危机，而其企业本身因为产业结构过于臃肿，发展目标与市场需求产生了背离，已经是危机四伏了。此时与唯冠的合作也是想开始新的尝试，企图在家电市场方面做起来并重夺优势。不过由于摩托罗拉早就舍弃家电市场，并未料到电视产业将迎来新的春天，而在等离子、液晶生产方面继续发展，所以这个时候摩托罗拉回到家电市场，可以说已经慢了好几拍。

在这个电视升级极其迅速的时代，电视核心的升级甚至可以以天计，慢半拍都会落好远。偏偏这个时候，摩托罗拉对于唯冠的技术要求是，必须由其在不同地区的七个研发部门通过才可批量生产，这样就耽误了新产品快速上市的时间。在竞争激烈的电视行业，时间就是金钱，就是市场。一方面摩托罗拉研发以及产品实验都需要时间，另一方面唯冠对于相关电视产品制造经验不足，这样两个“性格不合”的“夫妻档”在一起，时间长了必然会产生“婚姻危机”。

果然，仅仅一年之后，也就是 2004 年的 10 月初，唯冠宣布由于在产品营销认识上的分歧，已经停止与摩托罗拉共同生产销售资讯家电(包括液晶电脑显示器、等离子电视机和液晶电视机、数字电视等产品)的合作。这场短暂的婚姻，让唯冠与摩托罗拉在资讯家电产业中都铩羽而归，被打出了局。实际上，在 2004 年以后的市场，国内家电产业巨头都面临着不同的问题。这不仅仅是摩托罗拉与唯冠本身

出了毛病，即使它们合作无间，在当时日渐饱和的国内家电市场上，其实也很难走远。国内专业制造和销售的巨头们都在面临着产能过剩问题，新合作的它们又怎么会讨得了便宜去。

作者:xiaozhu909 日期:2013-07-30

@我就是要鸡腿 418 楼 2013-07-30

楼主辛苦，学习

多谢支持~

作者:xiaozhu909 日期:2013-07-30

@搬砖的日子 424 楼 2013-07-30

顶就是更的好慢啊

没办法写作就是这样啊~

作者:xiaozhu909 日期:2013-07-30

@梦醒时分光 428 楼 2013-07-30

把帖子收藏起来，每天下班看看成了我必备的事，谢谢楼主，期待更新

多谢您的支持与鼓励~

作者:xiaozhu909 日期:2013-07-30

@山寨李霄云硕 429 楼 2013-07-30

不错。

多谢~

作者:xiaozhu909 日期:2013-07-30

@奥羽 422 楼 2013-07-30

好!

多谢支持~

作者:xiaozhu909 日期:2013-07-30

@oooo001421 楼 2013-07-30

马克一下

感谢~

作者:xiaozhu909 日期:2013-07-31

@402397493434 楼 2013-07-31

贴子太好了

您喜欢就好~

作者:xiaozhu909 日期:2013-07-31

@听析 436 楼 2013-07-31

好帖必须留个名字。

多谢关注

作者:xiaozhu909 日期:2013-07-31

@gxsuhao438 楼 2013-07-31

马克

感谢~

作者:xiaozhu909 日期:2013-07-31

各位晚安~明天继续~谢谢大家~

作者:xiaozhu909 日期:2013-07-31

@鸭梨山大的日子 441 楼 2013-07-31

楼猪小猪写的好，必须顶!!

呵呵多谢支持~

作者:xiaozhu909 日期:2013-07-31

@搬砖的日子 443 楼 2013-07-31

弱弱的问一句卤煮何时出书

应该会的~呵呵呵~您随时关注吧~

作者:xiaozhu909 日期:2013-07-31

28、

但不管怎么说，立足于代加工领域的唯冠有着多年的行业积累，在此次合作失败之后，也没有动摇其根基，只是堵住了唯冠首次转型脱离代加工领域的成长之路。虽然唯冠在此期间也尝试转型，但代加

工企业快速转型成功的案例在历史上也是少之又少。所以在此后的几年，唯冠并没有多少大动作。在维持这种以代加工为主的产业发展几年后，迎来了唯冠发展的第三个阶段——衰落期。

进入衰落期是显而易见的，因为并不仅仅是唯冠，也是全球此类企业的危机。2007 年以后，由于众所周知的全球金融危机，导致全球经济出现了问题。因此对于此时的唯冠来说，面临着三个最大的问题。第一个问题，就是市场需求大幅减少带来的产品囤积问题。产品的囤积致使成本不断增加，同时资金也就无法回收。第二个问题，就是欠债企业的资金无法到账。第三个问题，就是产量过剩引发的行业整体降价，降价导致资产缩水。这几个问题其实汇集起来都把危机指向同一个地方——资金链。因此唯冠的资金链瞬间开始产生断裂。

幸好在 2008 年末国家推出了十大产业振兴计划，而其中家电下乡的刺激计划让唯冠暂时摆脱资金断链的危机，也让当时同一时期的同产业企业喘了一口气。随着家电下乡带来的附加值逐步回落，消费市场逐步趋于饱和，显示屏以及家电相关产业制造商们在 2009 年以后再次进入冬天。连代加工巨头富士康都压力倍增，不得不将厂区搬迁，以降低成本，更何况是身兼电视、显示屏等多项产能过剩问题的唯冠了。于是，在 2010 年 8 月，唯冠国际旗下的唯冠股份不得不因资金断链而停牌。

此后唯冠国际旗下的深圳唯冠就一直处于破产的边缘。基于众多债主缠身，深圳唯冠本身又无力偿还的前提下，一个可以让深圳唯冠的债主、股东降低损失的机会摆在了眼前，这就是与苹果的 IPAD 商

标权争夺。

作者:xiaozhu909 日期:2013-07-31

欢迎继续交流~

作者:xiaozhu909 日期:2013-07-31

@伊文多指正~

作者:xiaozhu909 日期:2013-07-31

有什么问题也可以在这里多交流~碰撞才有火花~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-01

大家实在不好意思~刚下午出去升级电脑,所以目前刚做系统~有些乱~所以今晚的连载明天继续~在此跟大家说声抱歉~不好意思~另外今天的回帖我明天会一一作答~谢谢大家!

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-01

总算大体搞了搞~明天我们欢乐再继续~谢谢各位支持~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-01

29、

IPAD 商标争夺局中局（二）：唯冠、苹果与破产诡道

关于唯冠与苹果关于 IPAD 的商标之争，唯冠自己也始料未及。因此有人说，这是唯冠蓄谋已久的一场“商标狙击战”，这么说并不完全正确。因为在 2000 年，唯冠旗下的台北唯冠在苹果尚未研发之前就在世界多个国家和地区注册了 IPAD 商标，其目的原本也是用于自己的产品，并非所谓的恶意抢注。

2001 年，深圳唯冠在内地也注册了 IPAD 商标，对于唯冠把 IPAD

不同地区的商标归属权分了两家公司去注册，一些媒体和专家把这称为缺乏商业道德。其实这么说有些偏颇。因为从其企业发展和当时国情来看，唯冠台湾分公司在全球各地关于知识产权与商品进出有着其特殊的优势，相比较而言在我国大陆则更加严苛。从企业发展的战略考虑来说，分开注册是正确的。而深圳唯冠单独注册内地商标，其实在产品品牌发展上更加方便。

所以基于不同的考虑及种种原因，唯冠在不同地区注册的商标由旗下两家子公司分别掌握。如果说到目前为止唯冠一直是比较按照规矩做事的话，那么后来转让商标，直到与苹果打官司则确实也有着很多并不“光明”的招数。不过，苹果在这桩交易中也并非那么光明磊落。

2006 年苹果开始研发 IPAD，到 2009 年开始准备推向市场的时候，商标问题成为了阻碍。为了能够低成本拥有在全世界各地已经注册的 IPAD 商标，苹果偷偷在英国注册了一家公司——IP 公司，用这家公司开始低价收购全世界的 IPAD 商标。

由于是一家不知名的公司，所以苹果的收购进行得很顺利。2009 年 12 月 23 日，唯冠国际授权麦世宏签署了相关协议，将 10 个商标的全部权益转让给英国 IP 公司，协议签署之后，英国 IP 公司向唯冠台北公司支付了 3.5 万英镑购买所有的 IPAD 商标。然后英国 IP 公司以 10 万英镑的低价格将 IPAD 商标的所有权益转让给了苹果公司。

苹果公司的偷龙转凤计谋因此得逞，这也是让唯冠国际后来后悔不迭的原因。但唯冠也不傻，明明中国内地的商标所有权是深圳唯冠

所有，但在协议中却只字不提，其实也是留了后手。客观地讲，在这一点上唯冠想要自辩清白就比较难了,这件事也成为后来两家公司的焦点所在。

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-01

下面开始逐步回答大家的问题一起交流~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-01

@zisisii480 楼 2013-07-31

经济论坛多点楼主这样的文章就好了。天天空军，多军，崩溃，预测，真扯淡，优秀的都是摸爬滚打过来的。

多谢您的支持~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-01

@无奈与逍遥 492 楼 2013-07-31

不厚重无压力的中国商业史~~

其实恰恰是因为我们的商业背负了太多的压力和厚重

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-01

@善恶斗争 519 楼 2013-07-31

希望楼主有可能写个关于国内钢铁业的案例,时间要是到现在就更好了

国内钢铁案例在我已出版的书内曾做过分析~虽然那个是结合宏

观的，不过在目前暂时先不继续做分析了~谢谢您的关注

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-01

@非咸非淡 547 楼 2013-07-31

认为中国的企业很难成为有世界影响力并受人尊敬的参天大树，因为没有商业伦理道德，和时下的社会一样，没有道德。

呵呵呵~对于这个问题我看了回帖~今天的辩论很激烈。我就来谈谈我的看法吧。是这样，商业伦理也好商业道德也罢，首先是要建立在公正的市场环境之下的。也就是说，企业可以是助推者，但无法做决策者。在拥有公平的市场环境，可监督的法治之下，有商业良心的企业逐步就会增多，他们也就会承担更多的社会良心。但从另一方面来说，当市场整个失衡，透过公平的竞争无法壮大，甚至无法生存的时候，活着就是第一要务了。这不是说不该呼唤企业良心和其应该承担的社会责任。而本文恰恰是透过站在客观的竞争生存的立场上观察企业为什么会做出某些决定，为什么看似不光明的招数却是唯一生存的招数。从而希望能够呼唤对公正的商业市场环境的建立做份努力，这相信也是对企业对大家做出我的一点努力吧。出于众所周知的原因，很多事情无法直接说的很通透，但我可以讲，讲出企业面临的难题他们是怎么解决的，而这些解决之道肯定不会光明正大，所以想要让“道”高一丈，那么道“法”就一定要做好！我说的哪里不对望见谅~也欢迎你发表您的看法~谢谢！

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-01

@大唐安西 685 楼 2013-08-01

很有启发作用！干货，大作！楼主可能在提供些相关布局及策略方面的书或是作品？不要那种图有其表的大路货，推荐下吧！相信能写出这种见地的楼主一定有不错的推荐

这样吧~我也不去具体说什么名字了，您可以先去看看稻盛和夫的书。

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-01

@lushengkui666639 楼 2013-08-01

回复第 155 楼(作者:@xiaozhu909 于 2013-07-24)

各位晚安~明天继续~--------------------辛苦了楼主,我看着一直没顶，因为看入迷了。强大，看着像看日报比牛奶保质期新鲜，比直接网上搜索的企业管理案例更实际更能给人带来启迪!谢谢楼主!

感谢您的支持~您太客气了~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-01

@1121jj666 楼 2013-08-01

楼主，看的是文章，学的是商道。我得天时，地利，人和。确不得其成。困惑于心。不能自解。真心拜求楼主高指。愿认大哥。

您太客气了~大家互相交流~互相学习~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-01

@非咸非淡 700 楼 2013-08-01

回复第 680 楼(作者:@xiaozhu909 于 2013-08-01)

@非咸非淡 547 楼 2013-07-31

认为中国的企业很难成为有世界影……

呵呵，公民是公民社会的主体，本来就是道德的主体。企业公民是商业社会的主体，本来就是道德的主体。道德没有前提条件，不能以环境等客观理由来给道德设置前提条件。

三十年前，我们以原始积累阶段为由，推唐商业伦理。今天过了积累阶段，我们又以是.....

是啊您说的对~希望能够多出点有社会良知的公司。所以才要改善经营环境,给企业一个公正的平台,毕竟道德必须建立在制度之上，有了好的制度，道德遵守者才会更好的生存~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-01

另外,其实描写企业在某些商业环境中所处的地位以及他们的选择，并非为他们进行道德开脱，恰恰相反，就是要把这样的残酷环境展现到大家面前，才会让人重视，让人去反思~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-01

@非咸非淡 700 楼 2013-08-01

回复第 680 楼(作者:@xiaozhu909 于 2013-08-01)

@非咸非淡 547 楼 2013-07-31

认为中国的企业很难成为有世界影……

呵呵，公民是公民社会的主体，本来就是道德的主体。企业公民是商业社会的主体，本来就是道德的主体。道德没有前提条件，不能以环境等客观理由来给道德设置前提条件。

三十年前，我们以原始积累阶段为由，推唐商业伦理。今天过了积累阶段，我们又以是.....

@xiaozhu909702 楼 2013-08-01

是啊您说的对~希望能够多出点有社会良知的公司。所以才要改善经营环境,给企业一个公正的平台,毕竟道德必须建立在制度之上，有了好的制度，道德遵守者才会更好的生存~

@非咸非淡 705 楼 2013-08-01

好的制度只能给予企业公平竞争的权利,但是给不了企业信守商业伦理的自觉性

对~但却绝对能够给不自觉遵守的企业以惩罚，同时也能让民众拿起自己的权利来维护自己的消费权益,企业为了生存就必须遵守商业良心，久而久之，商业道德遵守成为准测，的企业得到的是利润，必然就有了回馈社会的自觉性。这就是法治公正的必要性

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-01

我另起一行说吧~其实呢，从古至今，我国的从商者都是比较从属的地位不被重视，有时候做大了还树大招风，相比较而言，垄断性的国企则自在轻松得多，不必担心钱，不必担心竞争，只需要担心能不能得罪上司，只需要担心利益分配会不会得罪谁。说句实话，欧美国家的企业家的所谓良心,道德哪来的？一个不断完善的制度下逐步催生出来的。当然我们呼吁的是企业良心，希望他们能多站出来，但说实话，相比较而言更改承担社会责任的是谁，不言而喻~

而我写这篇文章的目的恰恰也就是呼吁企业良心,而不是赞美鬼蜮伎俩

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-01

最重要的是企业家应该有商道的基本准则,因为玩手段最多能逞一时之快，但原则的坚守才能做成百年老店，以前清末民初时候的企业,恰恰都是有社会良知的企业~我会在今年重点研究这方面~您放心~@非咸非淡

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-01

继续连载~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-01

30、

2010 年，苹果的 IPAD 产品在全球包括中国大陆上市，这一点让唯冠大出意料。没想到便宜打包卖出的 IPAD 商标，竟然是让苹果公司买走的，其贱卖的商业价值不言而喻。而此时苹果公司也已经知道大陆 IPAD 商标使用权并不在自己手里。为了消除未来隐患，苹果公

司先发制人，以深圳唯冠连续 3 年停止使用 IPAD 商标为由要求撤销商标。但由于对方申请了资产保护，所以苹果并未得逞。此后苹果提出诉讼，认为之前已签署协议，要求归还商标使用权，但因并未与深圳唯冠签署协议，诉讼被驳回。

本来深圳唯冠并未有行动，但由于此时已经进入债务重组阶段，担任唯冠债务重组顾问的和君创业公司发现唯冠没有任何有价值的资产，仅剩下这个品牌有价值。在和君创业以及众债主的推动下，又恰逢苹果“自投罗网”，深圳唯冠开始了反诉讼，先要求苹果公司在大陆禁售 IPAD 相关产品，随后舆论传唯冠向苹果索赔 100 亿美元。当然这属于“虚张声势”给苹果公司造成压力，最终唯冠亮出的底牌是 4 亿美元。

4 亿美元恰恰是深圳唯冠欠的债务总和，如果索赔成功则各债主皆大欢喜。但实际上，苹果公司这样的国际巨头久经沙场，在协议中未发现其没买入大陆商标使用权已属低级错误,又怎么会用这么高昂的价格买一个商标呢。不过,对于此类电子产品而言,时间就是金钱，产品更新换代速度极快，为了最大限度降低损失，再加上官司在中国内地又接连败诉，苹果公司终于开出了 6000 万美元的和解方案。对于深圳唯冠来说，众多债务人都在看着这笔钱。如果苹果公司一旦觉得成本过高而改换商标,则大家都竹篮打水一场空。所以自然而然的，这个庭外和解顺理成章地达成了。不过有意思的是，官司过后大家都看中了这 6000 万美元的肥肉，帮助唯冠的律师团更是向其索要高达 7000 万元人民币的律师费。这让整个事件增加了戏谑色彩。

从整个事件中，我们来看各方利益。先来说苹果，苹果公司在整个事件中先用皮包公司低价收购商标，再因协议未审核明白付出了6000 万美元的代价。钱倒是小事，关键是耽误了上市最佳时机带来的隐性损失，可以说赔了夫人又折兵。但需要注意的是，苹果公司在产品的核心价值上永远处于高端,这一点是任何中国企业所无法比拟的。而未来，苹果公司仍将长期占据市场，这一点不会因为一点点的疏漏而改变。

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-01

@xiaozhu909712 楼 2013-08-01

最重要的是企业家应该有商道的基本准则,因为玩手段最多能逞一时之快，但原则的坚守才能做成百年老店，以前清末民初时候的企业,恰恰都是有社会良知的企业~我会在今年重点研究这方面~您放心~@非咸非淡

@非咸非淡 716 楼 2013-08-01

清末民初时候的企业能做成百年老店,那是因为那个时代的人有朴素的道德观,还有儒学传承的仁义信.....,或者佛家的因果报应，人做了坏事要遭报应的，要么活着现世报，要么死了下地狱.....。而现在这个讲“科学”的社会，这些成了“封建迷信”。

而一个法人公民造成的恶果比一个自然人要严重的多的多。

呵呵~您说的并非是当时为商之道的核心~虽说有这些成分~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-01

@赛外金海棠 719 楼 2013-08-01

楼主我一直在刷你的帖子，地铁站过了

真是感谢您的支持~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-01

@xiaozhu909712 楼 2013-08-01

最重要的是企业家应该有商道的基本准则,因为玩手段最多能逞一时之快，但原则的坚守才能做成百年老店，以前清末民初时候的企业,恰恰都是有社会良知的企业~我会在今年重点研究这方面~您放心~@非咸非淡

@非咸非淡 716 楼 2013-08-01

清末民初时候的企业能做成百年老店,那是因为那个时代的人有朴素的道德观,还有儒学传承的仁义信.....,或者佛家的因果报应，人做了坏事要遭报应的，要么活着现世报，要么死了下地狱.....。而现在这个讲“科学”的社会，这些成了“封建迷信”。

而一个法人公民造成的恶果比一个自然人要严重的多的多。

@xiaozhu909718 楼 2013-08-01

呵呵~您说的并非是当时为商之道的核心~虽说有这些成分~

@非咸非淡 721 楼 2013-08-01

呵呵，在我看来商道即人道。

商业不过就是个职业，本身没有崇高性，和种地的农民一样，职业而已。唯一不同的是商业带来的风险和收益比农民种地高。

前面你讲古时代的商人被歧视，其实今天传说中的米国人，商人一样被歧视，人家反歧视（向上歧视），公司老板要告员工对老板性骚扰，基本打不赢官司，员工要是告老板性骚扰容易的多。消费者要告企业，不是消费者提供产品危害的证据，而是要企业提供产品没有危害的证据.....

您恰恰说出了核心~这就是法制对强势的限制，对企业来说，政府是强势的，对个人来说，企业是强势的，既然失衡，那么法律就是要帮助弱势达到平衡。这才有所谓的商业道德

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-01

@maya811021704 楼 2013-08-01

非常的精彩，适合我的口味，感谢……楼主今年贵庚？

多谢您的支持~您要给我找对象？家有妻子了~谢谢您呵呵呵

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-01

这相当于是说先有蛋还是先有鸡的问题~呵呵~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-01

@大叔很有爱 697 楼 2013-08-01

加多宝王老吉啊，等着看这个。还有双汇娃哈哈

恩不着急~慢慢来~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-01

@1449889588601 楼 2013-08-01

紧追不舍，顶楼主！等待楼主暴走更新

呵呵感谢感谢~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-01

@xiaozhu909725 楼 2013-08-01

这相当于是说先有蛋还是先有鸡的问题~呵呵~

@非咸非淡 728 楼 2013-08-01

呵呵，先有鸡还是先有蛋的问题是个形而上学的问题，是个哲学问题。

所以说嘛，要谈到更深入就要涉及到唯心唯物之争，要上升到形而上的哲学思考了。算了，这种讨论并不符合这个帖子的叙事内容。朋友们要看的是你的商业故事，我再罗里吧嗦的就有歪楼之嫌了。

但是，如果楼主真要写商业道德的话，要写的很深入的话，真的建议你看看哲学，我说的不是马列，是笛卡尔、康德等传说中万恶的唯心论哲学家，知道什么是“第一.....

多谢赐教~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-01

@xiaozhu909725 楼 2013-08-01

这相当于是说先有蛋还是先有鸡的问题~呵呵~

@非咸非淡 728 楼 2013-08-01

呵呵，先有鸡还是先有蛋的问题是个形而上学的问题，是个哲学问题。

所以说嘛，要谈到更深入就要涉及到唯心唯物之争，要上升到形而上的哲学思考了。算了，这种讨论并不符合这个帖子的叙事内容。朋友们要看的是你的商业故事，我再罗里吧嗦的就有歪楼之嫌了。

但是，如果楼主真要写商业道德的话，要写的很深入的话，真的建议你看看哲学，我说的不是马列，是笛卡尔、康德等传说中万恶的唯心论哲学家，知道什么是“第一.....

@xiaozhu909730 楼 2013-08-01

多谢赐教~

@非咸非淡 731 楼 2013-08-01

楼主客气了，期待你的更新！谢谢

呵呵~交流对大家都是学习~对我来说，大家都是我的老师~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-01

@houfujin611 楼 2013-08-01

太精彩，楼主，终于追上了！

多谢您支持~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-01

@我用欧朋浏览器 734 楼 2013-08-01

长知识了，楼主辛苦

多谢支持~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-01

@bztech2011603 楼 2013-08-01

好文章，留名

多谢

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-01

@lrjy003740 楼 2013-08-01

一口气看完，多谢楼主这么好的帖子，比外面卖的书好百倍，期望楼主继续努力，写出更好的事例，我们也好学习学习，楼主也不用和别人辩论什么，大家观点都不同的，三人行必有我师，好的学习，不好的舍弃，不必在意

您能理解就好~非常感谢！

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-02

@lushengkui666755 楼 2013-08-01

楼主辛苦了！请问楼主又不在场，这些关于企业成败资料怎样得来的呢？那些成功的或失败的企业家又不会透露出来。

您好～谢谢您的关心～其实资料并不新鲜,基本很多是上市公司披露的资料，有些呢，是股权结构的变动，有些是事后结果不同时期的变化，当很多事实串接起来往往就会出现一个结果，得出的只有一个结论。也就是为什么得出这个结论。其实很多是经过细致的研究之后也就不算多么神秘的事，但关键还是是否能观查得到

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-02

@排老 743 楼 2013-08-01

赶上大部队啦！楼主高人，我等佩服。期待更新！

多谢您的青睐~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-02

@天牙舍取 2013-07-26

@天牙舍取 297 楼 2013-07-26

祝楼主全家都喝都喝蒙牛

@xiaozhu909298 楼 2013-07-2612

@4 角钱 746 楼 2013-08-01

你好讨厌，这么好的帖子，怎么到处都是你

呵呵到处都是谁啊？

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-02

@小五一骑绝尘 768 楼 2013-08-02

有空还是会来顶顶

多谢多谢~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-02

@xiaozhu90922 楼 2013-07-22

出去一下~晚上继续~

@阳光心源 771 楼 2013-08-02

顶一个

感谢这么晚还来支持~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-02

继续连载~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-02

31、

再说一说深圳唯冠的债主们，在他们推动下最终减少了损失，好歹也算没白忙。其实相对来说，在整个事件上推波助澜并狠咬了苹果一口的，并非唯冠集团本身，而是这些背后的债务人。另外，深圳唯冠的律师团虽然没有即时获得足额律师费，但名声已经打响，仅从这方面也能获得巨大的隐形资产。后来还借由 7000 万元人民币的高价索价继续打响名声。而实际上他们应得的律师费用也还是会支付给他们的。

其实需要说明的是，在整个唯冠集团运作中，最厉害也是最神秘的就是唯冠的创始人——杨荣山。我们客观梳理唯冠的发展以及与苹果之争，会发现他在企业的资本腾挪方面非常厉害。这里我们不妨揣测一下。当然，只是揣测并非既定事实。

2008 年国际经济危机正浓，毫无疑问唯冠也在旋涡之中，资金链紧绷是必然的。而此时在香港，杨荣山因为拖欠别人 430 万美元，被对方呈请破产。个人破产本身没什么，但当时杨荣山手中拥有大量债券，却并未卖出还债，而是以现价卖出会被压价为由申请月底再还，最终法院还是判其破产。这里看似正常，但当时唯冠国际欠债 30 多亿元，其中由杨荣山个人担保的贷款就高达 10 多亿元。毫无疑问，其个人的破产也相应地减去了唯冠国际的负担，在当时来说足以让整个集团度过那段艰难时期。

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-02

@lushengkui666774 楼 2013-08-02

谢谢楼主！你一定很善长于管理，好羡慕你的智慧和丰富的商道

见识!

非常感谢您的支持~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-02

@六面碰壁局士 786 楼 2013-08-02

李敖演讲要掌声时,会说大家是不是听我演讲太入迷了忘了鼓掌了。一上午误入帖子深处，争渡争渡，忘了拍手。楼主辛苦了

多谢您的支持~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-02

@秋晖伴落枫 802 楼 2013-08-02

猪哥，加油哈！看到这里，我想说一句，市场会告诉我们什么是真理。

多谢多谢~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-02

@mengzi308804 楼 2013-08-02

回复第 692 楼(作者:@xiaozhu909 于 2013-08-01)

@lushengkui666639 楼 2013-08-01

回复第 155……----------

确实不错，LZ 啥时候出书留个连接撒，果断拜读。

放心~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-02

32、

此后，苹果与唯冠签协议，大陆商标权归属并未写在协议中。这一点，相信杨荣山也心知肚明，恐怕也为以后在争夺商标权上留了一手，当然他当时可能并不知道是苹果买的商标。不过，这个留一手却肯定是早有预谋。而深圳唯冠作为唯冠国际的“龙兴之地”最后竟然只剩下债务，这一点也是比较让人疑惑的。

随后，大家集中精力对付苹果，杨荣山却从容不迫，坐观其成，并连律师费都只以承诺先应付之,不得不让人佩服其空手套白狼的能力。而最妙的是，在与苹果争夺案之后，杨荣山迅速“重整旗鼓”宣称将转型进入 LED 照明行业。这就更奇怪了，作为代加工企业，近些年唯冠并无突出业务，又逢经济形势急转直下，企业发展也不尽如人意，大量债务缠身，杨荣山本人更是已经破产。

如此前提下,有谁会大量投资并进军新业务？而杨荣山本人对于其投资具体数量也是“不便透露”，只说有上亿新投资。我们不能就这些事件说杨荣山和他的唯冠国际有什么问题。但在杨荣山神秘的资本腾挪之后，唯冠国际仿佛重获新生，并干干净净地成立子公司投入新能源产业。这一个华丽的转身，相信并非谁都能够做到。

不过可以看出，中国的企业家可以利用中国的经济特色，用自己的方式不断发展。但在整体之中，我们的企业再怎么发展也很难脱离低端产业发展，相比较苹果那样占据优势产业链条的科技创新，我们

已经棋差数着了。该如何才能走向健康发展，依然要看制度平台的转变和企业家们的能力。当然，这种商标之争并非仅仅是国内企业与国际巨头的博弈，国内国企与民企的商标之争，往往更加惨烈，其影响也更加深远。在 2012 年有着百年商誉的老字号“王老吉”的商标之争，就是近些年最典型的一起……

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-02

关于目前在楼上的的文章大家可以展开讨论~呵呵呵

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-02

@秋晖伴落枫 802 楼 2013-08-02

猪哥，加油哈！看到这里，我想说一句，市场会告诉我们什么是真理。

是呀~这也是文章想表达的，对企业来说，是不得已的选择~但对社会与法制方面其实有很多需要做的~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-02

@xuehan788729 楼 2013-08-01

值得期待，肯定有看头，回复收藏下！

多谢~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-02

@winerxm798 楼 2013-08-02

好贴

多谢支持~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-02...

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-02

@nl8367736 楼 2013-08-01

楼主文章写得太好了，我很感兴趣，希望楼主能把每个案例写得更详细些，如果后面的内容还能加入商业运作的内容就更好了，比如味千拉面本来在日本根本没有名气，但在国内却运作得很火，甚至连出了丑闻后也没有太大影响，它是怎么做到的？（虽然国内的味千据说跟日本的没有什么关系）

这个案例在我的上部作品已经写过~虽然上部作品不是专门针对企业的分析~不过确实这案例已经做过了~感谢您的提议~欢迎您继续关注~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-02

@9426586813 楼 2013-08-02

di9yedingqi

多谢~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-02

@12345Mq814 楼 2013-08-02

楼主用平实的语言为我们讲述着一个个危机四伏，步步为营，以

死相拼的商战故事。过瘾！

你能喜欢就好~多谢你的支持~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-03

@lushengkui666815 楼 2013-08-02

回复第 806 楼(作者:@xiaozhu909 于 2013-08-02)

32、

此后，苹果与唯冠签协议，大陆商标权归属并未写在协议中。这一点，相信杨荣山也心知肚明，……

耐心等待楼主关于王老吉与加多宝的大战，加油!! 楼主，累了注意休息！我有耐心等待您的大作！感谢楼主！

好的~您放心~会看到的

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-03

@gigglesslightly819 楼 2013-08-03

马克

多谢支持~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-03

@daoliuzhong822 楼 2013-08-03

好文，认真拜读，

楼主什么时候出书啊，坐等啊!!

多谢你的支持！应该会出的~随时关注吧~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-03

@南诀北往 825 楼 2013-08-03

默默顶起·

多谢支持~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-03

@豆童学 826 楼 2013-08-03

接站看，等着看~~

感谢~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-03

前面有朋友说想看看钢铁业~的分析~还有些朋友也说了一些其他案例~这样，我在连载新作品的时候穿插一些以前分析的文章跟大家分享，做成一个番外篇，与连载穿插着发~希望也能给大家带一些讨论和参考。

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-03

番外篇之：钢铁行业整体分析与剖析 1、

我国一向重视钢铁产业的发展,而钢铁的产能本身也一定程度上代表着综合国力以及经济发展状态。事实上中国钢铁产业的发展在近

些年来可以说是非常迅猛的。但是飞速发展的钢铁工业本身也蕴含着潜在的行业危机。而其中最危险也是未来钢铁行业必须面对的一项危机就是产能过剩。我国钢铁行业的发展快速时期，往往跟随着全国的建筑行业的发展。上世纪九十年代，是全国公路桥梁等建筑的大发展时期，改善居住条件也使得钢铁的需求量大增，但是真正到了行业加速时间，是在 2000 年以后。2000 年以后，房地产也逐步起步，而随着房屋价格的不断高企，新一轮的地产建设大潮由此开启，也逐步带动了钢铁工业的大发展，但随之而来的问题却越来越尖锐，舆论的各种分析与猜测也不断出现。到底钢铁行业出现了哪些问题，其问题的根源是什么呢？我们来深度分析一下。

我们可以用一组数据来看一下钢铁产量的“突飞猛进”。2000 年我国钢铁年总产量就已达到 1.27 亿吨，但这个数字也仅仅是个开始，2004 年，中国钢铁总产量就已经翻了一倍还多，逾 2.7 亿吨，占全球钢铁总产量的 1/4，并成为全球钢铁产量最高的国家。仅仅隔了一年，在 2006 年，年产达到了 4.2 亿吨左右。2010 年已经突破 6.2 亿吨。数字增长非常的迅猛。大量的产能，让钢铁企业像一个庞然大物。逐步出现了盈利下降、供给逐步大于需求的状况。而很多的主流舆论认为这是由于大量地方小型钢铁厂不断的开启造成的。

这种观点并不是一点没有道理，但却并非找到了主要原因。因为从 2006 年以后，国家已经开始了对落后产能进行有步骤的淘汰，但最终形成了两种结果。第一种就是各地方为了能够不被淘汰并蒙受巨大损失，开始了与国家标准的“竞赛”。

比如说：国家如果制定在多少立方米的高炉，各地方就会赶紧盖符合国家并准的高炉。这样下来，不但出现了重复建设的情况，而且还更进入了增加建设的怪圈。第二种是钢铁企业的并购重组。当对落后产能关停的情况下，其实就是对小厂的关停。这样就引起了巨头的并购浪潮。

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-03

番外篇之：钢铁行业整体分析与剖析 2、

这种巨头并购浪潮虽然加速了大企业并购小厂，并在一定程度上提高了企业的竞争力，但也带来的相应的问题。那就是大厂商吞并小厂商虽然说股权结构发生了变化，但实际上的生产的产品针对的市场销路却完全没什么变化，也就是说，买同样的厂家，同样的产品只是换了“东家”而很多的新“东家”入住以后除了像第一条路那样进行扩容生产，并没有其他任何变化。这样反而出现了产能加速的状况。据报道，2005 年，我国热轧产能生产线是 19 条，但是到了 2008 年的时候，热轧产能生产线达到了 61 条。

逐步的产能过剩问题开始出现，让钢铁企业的库存量也大增。2008 年，国家为了能够消耗过剩的产能，推出一系列的产业振兴计划。就是希望能够透过大量的基础建设，在提高就业率的同时，能够帮助这些大型的钢铁企业消耗多余的产能。虽然政策用心良苦，但是从现实的数据来看不得不说，此举并没有帮助钢铁产业消耗过剩产能，反而因为市场需求量大增导致各地的钢铁企业大量的增产用来推动产量以及销量数据。于是，产能过剩的车轮竟然继续加速前进。

当然除了这些客观的因素，还有很多是钢铁企业本身的主观因素。从整个行业来看，整体行业的盲目扩大产能是属于整个行业的通病。就目前状态来看，全国的基础建设尚能够维持钢铁行业的整体利润以及销售量。但是，随着各项投资拉动的产业振兴计划以及各基础建设的完工，加上房地产炒作逐步进入政策抑制的状态，这些逐年上升的产能如何保证其销售量以及行业赢利呢？其前途是非常值得忧虑的。因为就盈利来看，我国大中型钢铁企业的利润率 2007 年以后就逐年下降，从 7.26%逐步降到 3.23%和 2.46%，2010 年虽有所回升，也只是 2.91%，远远低于全国工业 6%以上的平均水平。随着产能的增加盈利水平逐步下降，这是钢铁行业最大的潜在危机。

既然内销的方式开始逐步趋于饱和，出口的方式能不能解决我国钢铁企业的运作难题呢？我们来看一组数据，在全球金融危机以前，我国的出口相对还较多，曾经有超越年产量 11%的状况，不过受金融危机影响，2009 年出口粗钢仅 0.5%，到 2010 年有所恢复，到 4%以上。但这远远不能解决钢铁产能问题。另外，其实国家对于出口钢材还是有所限制的，原因就是我国进口矿石用来炼制低端钢材，再出口让其他国家享受红利，这有进入了类似代加工的误区，因此国家进行相应的限制出口也是比较有道理的。所以仅靠粗钢的出口是完全解决不了问题的。而国内钢企主要依靠低端产品生产盈利的模式也是整个行业的软肋。因为从整个市场情况来看，虽然我国的钢铁产量连续数年全球第一，但是我国的钢铁高端产品却占比极低，甚至我们的汽车、机床、家电等工业不得不大量的进口相应的钢材。这就造成了消耗了

大量的能源，又污染了环境，并且浪费了大量的电力资源，最终换来的却是微利,尤其是因此类企业对铁矿石的需求太大导致世界矿石开采商的博弈又加高了企业成本。

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-03

番外篇之：钢铁行业整体分析与剖析 3、

并且即使这样今后也可能无法保证盈利的稳定性。从全球刚才的高端产品占比来看，世界强国高端的特钢占比都很高平均都在 15%以上尤其是瑞典、日本、德国甚至达到 55%、21%和 24%。我国的同类产品则占比很低，仅占 6%多一点，这仅仅相当于日本 60 年代的水平。而更高端的合金钢占比上我国仅不到 5%。尤其是全国诸多的特钢企业，其真正生产的特钢产品占比甚至不到三成，特钢不特成为该行业的普遍现象。

而就以汽车业来说，其自身钢材占车身重量的 70%，其中近 2/3 是特钢构成。国内特钢的严重不足就造成了一方面需求量大利润也丰厚，但另一方当面供给不足。同类低端产品却产能过剩。这就要求钢铁企业不得不转变企业发展思路。但就目前来说存在着很多问题。比如说过多的低端产品生产线,另外有些钢铁厂因为行业利润不断下降，导致被逼用一些非正常手段降低成本，以量大低成本来保证利润。

有业内人士曾经介绍,有些厂家炼钢的转炉本来产能是 100 万吨的，但是实际产能却可能超过一倍。转炉炼一炉钢要近一个小时，但是实际上却出现只不到半个小时的现象，另外的方法是超装铁水，也能达到高产量。就是透过这样缩短生产时间以产品质量作代价大量的

生产，除了导致了产能大大增加，更重要的是为产品带来的质量隐患……

从整个行业面临的问题来看,在政策上进行一些相关的限制与规定是非常有必要的,但是如何能够将企业由恶性的价格以及产量竞争改变为正常有序的透过高端产品的研发与生产销售获得的高利润主导行业发展是当务之急。因为从整个全国的钢铁行业发展态势来看，在未来数年内将必然面临着整个行业因为低端产品过剩导致的行业危机。如何转化这种危机，让低端加工的速度降下来，让高端产品的生产提上去才是必须解决的问题,也是整个钢铁行业能否走出新的发展之路的最大考验。

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-03

@砖头党 833 楼 2013-08-03

收藏了。

等待移动联通互殴

三一中联你死我活。地方各级官僚打手参战。各自划分势力范围。

LZ 能写吗？敢写吗？上述顶多是国际国内资本的商战。多少还按照底限标准战斗。尽管“非咸非淡”网友早就看不下去了！

近几年的商战连地方政府都开始参战了！

河北某地电缆行业老板被抓了好几个！当然他们制假造假在先！

这个大环境，遵守规则的企业，遵守规则的人根本连生存起步都起不来，何谈什么商业.....

我们只能尽到自己的本分~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-03

@经济小萌 820 楼 2013-08-03

今天再来顶一个

感谢~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-03

@翻滚的秋刀鱼 839 楼 2013-08-03

血粼粼

是啊~商场的战争就是这样~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-03

当有人用了非正常手段的时候,为了生存有些企业也不得不做一些选择。

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-03

@非咸非淡 852 楼 2013-08-03

回复第 850 楼(作者:@小五一骑绝尘于 2013-08-03)

楼上的不要再说了，再说估计楼主都不敢往下写了。

[来自手机网页版]

不会吧，论坛就是来交流的。楼主心脏没那么脆弱吧？又不搞人身攻击。楼主说呢？

不会的，只要不做人身攻击，正常的交流是好事~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-03

@小五一骑绝尘 850 楼 2013-08-03

楼上的不要再说了，再说估计楼主都不敢往下写了。

不会不会~谢谢您的关心

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-03

@xiao28411844 楼 2013-08-03

坐等红罐子出现~~

很快很快~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-03

@小五一骑绝尘 850 楼 2013-08-03

楼上的不要再说了，再说估计楼主都不敢往下写了。

@xiaozhu909855 楼 2013-08-03

不会不会~谢谢您的关心

@lushengkui666859 楼 2013-08-03

与楼主保值一致！支持楼主！你是强大的！

多谢多谢~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-03

@laohuz861 楼 2013-08-03

果断收藏，顶起来接着看

多谢支持~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-03

@liweiran00864 楼 2013-08-03

楼主别出书，市场不好，还不如做成讲座类的资料，或者经融专业的辅导材料

呵呵~多谢关心~不过我相信真金不怕火炼~不管怎么样好东西大家应该是喜欢的~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-03

@注册用户名都被用 865 楼 2013-08-03

做个记号

多谢关注~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-03

@土匪甘 860 楼 2013-08-03

说明问题存在现象（这种缺钱现象目前在企业很普遍），建议剖析产生问题根本条件。

恩有的~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-03

@土匪甘 860 楼 2013-08-03

说明问题存在现象（这种缺钱现象目前在企业很普遍），建议剖析产生问题根本条件。

这方面讲得比较多的是我上部作品《看得懂的经济内幕》如果您有兴趣可以去看~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-03

@种熏衣的老农 870 楼 2013-08-03

精彩，收藏了，顶一个

多谢~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-04

@9426586853 楼 2013-08-03

lzwokanwanle.nikuailaia,xiexiele!

呵呵呵~感谢密码支持~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-04

@砖头党 833 楼 2013-08-03

收藏了。

等待移动联通互殴

三一中联你死我活。地方各级官僚打手参战。各自划分势力范围。

LZ 能写吗？敢写吗？上述顶多是国际国内资本的商战。多少还按照底限标准战斗。尽管“非咸非淡”网友早就看不下去了！

近几年的商战连地方政府都开始参战了！

河北某地电缆行业老板被抓了好几个！当然他们制假造假在先！

这个大环境，遵守规则的企业，遵守规则的人根本连生存起步都起不来，何谈什么商业.....

总之感谢关注~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-04

各位晚安~明天见~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-04

今天是周日~继续发一个番外篇吧~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-04

番外篇之：中海油并购“优尼科”失败的台前幕后 1、

从 2004 年起，随着市场需求的不断增强，中国在石油供给方面的问题越来越受到重视。能源紧缺、市场需求各方压力纷至沓来。国际原油价格也在逐步攀升。当时我国原油进口量已经超过 1 亿吨。据国际权威资料显示，2004 年世界石油消费量增长创 1976 年以来的新高。消费量增长了近 250 万桶/日，这是过去 10 年平均增长率的两倍多。全球石油生产也第一次超过了 8000 万桶/日。石油输出国组织的

产量增加了 220 万桶/日，达到 3290 万桶/日。沙特阿拉伯的产量达到 1060 万桶/日，创历史新高。在这种国际大背景下，我国石油企业就有了迫切“走出去”的要求。所以在 2005 年，中海油走出了第一步，有意收购优尼科。

优尼科是美国第九大石油公司，也是一家拥有百年资历的企业。在北美洲墨西哥湾、得克萨斯以及亚洲印度尼西亚、泰国、缅甸和孟加拉国等地都有石油、天然气开采项目。有资料表明，截至 2003 年年底，优尼科石油和天然气生产总储量共计 17.6 亿桶油当量，其中 50%位于远东。产量方面，远东占到该公司 2003 年石油和天然气生产总量的 46%，海外其他地区占 8%。该公司还向泰国提供天然气进行发电，并在印度尼西亚、菲律宾以及泰国拥有热电厂。但其时优尼科已经连年亏损，甚至向政府提出过破产保护。其企业规模相对较小，当时看来不会有太大收购阻力。

其实中海油对于优尼科的收购意向很早就有传闻，从 2005 年 1 月起，外媒就报道过中海油准备发出 130 亿美元收购要约，3 月达成了意向并提交了“无约束力报价”。但 4 月初，美国第二大石油公司——雪佛龙提出了以 164 亿美元现金和股票并购优尼科，并达成了约束性收购协议。这样，雪佛龙占了先机。

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-04

番外篇之：中海油并购“优尼科”失败的台前幕后 2、

在此期间，中海油一直是低调且非常慎重对待的，没有对外发布相关内容是否属实。直到 6 月初，中海油向香港联交所递交了一份公

告，才第一次确定有考虑收购优尼科的方案。其实中海油一直保持低调，也是因为对此次收购案顾虑较多，其主要原因还是美国对石油企业被收购的政治敏感性。就在中海油公布了意向三天后，美国联邦委员会批准了雪佛龙的并购协议，机会正在一点点失去，这时已经不能再等了，因为雪佛龙只要通过反垄断法以及美国证券交易委员会审查，中海油就没有任何机会了。

于是 6 月 23 日，中海油终于宣布以每股 67 美元的价格，相当于 185 亿美元的价格，准备以全现金方式收购优尼科。如此优厚的条件，优尼科自然愿意接受，并宣布准备随时与中海油谈判。

当一切风向开始逆转的时候，美国政府进行施压。美国财政部部长斯诺表示如果中海油收购成功，将会从国家安全方面进行审查。6 月 29 日，雪佛龙并购计划得到了美国证券交易委员会批准。巧合的是，就在第二天，众议院通过一项决议，对布什政府施压，要求对中海油收购优尼科的行为进行彻底审查。7 月 2 日，中海油作出快速反应，向美国外资委提交通知，主动要求其对此次收购审查。7 月 7 日，优尼科表示有条件考虑中海油的收购计划，条件是包括资产剥离要求和美国监管机构的其他要求。7 月 19 日，雪佛龙迅速作出了反应，并把收购价提高到了 171 亿美元。

由于中海油认为自己的报价依然具有竞争力从而不再提高收购价。7 月 20 日，优尼科就接受了雪佛龙加价后的收购价，并推荐给股东大会。这时候虽然压力重重，但也并非一点希望没有。不过最终还是政治压力让中海油彻底放弃。7 月 25 日，美国参众两院投票决

定中海油收购优尼科的计划必须先通过国土安全部、美国能源部和国防部 120 天关于能源安全方面对美国影响的审查。再经过美国外资委 21 天的研究，这样就使计划押后了 141 天之久。

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-04

番外篇之：中海油并购“优尼科”失败的台前幕后 3、

如此一来，收购计划已经回天乏术。于是，8 月 2 日，中海油撤回了收购计划，最终，中国首起对美国最大资金的并购案宣告失败。但颇令人玩味的是，中海油退出收购的消息传出后，纽约证券交易所中海油股票价格 2 日终盘上涨 4.15 美元，升至每股 73.49 美元，也就是说外界也并不看好此次中海油的收购。2005 年 8 月 19 日，雪佛龙并购了优尼科公司,并因优尼科在东南亚的资源而成为世界上最大的地热能源商。

其实中海油收购计划之所以会失败，原因是多方面的。首先，是中海油自身的原因。开始有收购意向的时候,中海油并没有全力以赴。这样就拖长了并购时间跨度，让消息在美国政界扩散，吸引了政治家的注意力。其次，当雪佛龙有收购意向的时候，中海油没有占先机做更多准备工作夺取竞争优势，让雪佛龙在时间上有缓冲并做好准备。相对来说，中海油对在美国投资和参与并购事件的准备不足，没有做好政治应对，单纯地认为走程序即可。

另外，雪佛龙针对中海油并购采取的政治手段也令人始料未及。雪佛龙利用地利、人和优势，比中海油少出价十几亿美元竟能并购成功，不得不佩服其政治手段。

时过境迁，中海油的内部人员接受采访时曾经说过：“没有预估到，美国这个世界一流强国上百年来形成的极度自负、充满强烈荣誉感的民族主义自尊心确确实实受到了打击，美国国会和很多美国人对中国公司的收购表现极度的惊愕和恐惧。”从这句话中不难看出，其实即使已经过去一段时间，事后反思，中海油依然没有找到自己失败的原因……

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-04

今天都没人？

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-04

泡壶茶~等等大家~呵呵呵~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-04

@天堂 g882 楼 2013-08-04

顶你，与你一起喝茶，看你聊

多谢~呵呵呵一起喝~绿茶不错~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-04

@砖头党 885 楼 2013-08-04

中国海这种国企就是典型的在国内当婊子又立牌坊形成思维定势，以为境外也能按照想象中的规则办事。所以失败是注定的。和外企来到国内，快速转化身份，不可同日而语。

国内这些所谓的资源巨无霸，没有庞大的政策优势，以及财政补贴，倒掉都是分分钟的事。完全是政府权力的附庸。

呵呵呵对~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-04

@F 嘟 ck888 楼 2013-08-04

获益匪浅，默默地支持着,,

多谢支持~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-04

大家不要那么重的火药味~喝茶喝茶~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-04

该吃晚饭了吧

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-04

@xu0621_2008892 楼 2013-08-04

难能不见资本运作案例。学习中

多谢支持~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-05

@xu0621_2008896 楼 2013-08-04

好贴连连看，眼困明天来

多谢支持~呵呵~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-05

各位晚安~明天继续~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-05

等下欢乐再继续~呵呵~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-05

33、

上演“二母夺子”的“王老吉”抢夺战（一）:

王老吉品牌增值之“祸”说起“王老吉”，所有中国内地的消费者都非常熟悉。即使没怎么买过该饮料的人也对此品牌有着极高的认知度。在 2012 年受关注最广的恐怕就是广药集团与香港鸿道集团之间对于“王老吉”的品牌之争。

事情还要回溯到 1995 年，加多宝的领头人陈鸿道开始了首次与广药集团的合作，租下了广药旗下“王老吉”的生产销售权。当时“王老吉”产品定位不是很清晰，市场渠道建设也不够完整，宣传力度更不尽如人意，整体品牌并不特别突出。而陈鸿道当时看重的是“王老吉”多年以来的生产基础、产品配方以及品牌的历史渊源。

“王老吉”的历史渊源颇深，从清朝道光年间开始。当时这种凉茶的配方由王泽邦配制。开始的目的是因为当地瘴气爆发疫症，而王泽邦用中草药配制了凉茶治好了民众的病，因此声名大振并开了间凉茶店叫“王老吉”。后人将其发扬光大，到 1949 年以后分成了两支，一支海外发展，一支也就是后来发展成为广药旗下的“王老吉”。虽然广药旗下的

“王老吉”只能在内地发展，但对于陈鸿道来说，这个品牌的历

史渊源深厚，可以用作发展的坚实基础。对于广药来说，虽说该品牌有着深厚的历史积淀，但对于市场建设能力却不高。所以在与加多宝合作之后，到 1997 年正式再次签约，把“王老吉”品牌租给了鸿道集团，并将租期延至 2010 年 5 月 2 日。

不过对于一个品牌来说，10 年的商标租约并不足以让人放心。因为在商场上，想要运作起一个品牌，即使付出巨大的人力物力，也需要 5 年以上的时间。到时，如果广药发难，提高商标使用费或者要回商标，那么不就是竹篮打水一场空吗？心里不落底的陈鸿道，在 2001～2003 年，用 300 万港币“潜规则”了当时任广药总经理的李益民，换得了以每年 500 万元再续 10 年到 2020 年的合同。

“占了大便宜”的陈鸿道解决了后顾之忧，才开始认真运作“王老吉”。公道地说，当时的“王老吉”的商标使用费并不低。因为当时其品牌没有被运作，价值也就无从谈起。如果陈鸿道没有用这些非法手段，那么到 2010 年续约的时候，必然要面对商标涨价。但用这种非法手段换来的合同，给陈鸿道带来的是更大的隐患。

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-05

@414471601908 楼 2013-08-05

这楼主怎么这么忙的，大家都等着你呢

快的~先吃饭~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-05

至于倾向，个人一直秉承较为客观的态度，当然任何人都不敢说

自己绝对公正,只是希望尽量做到而已,如有不对之处,望见谅谢谢!

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-05

@长征路上的假行僧 910 楼 2013-08-05

雷士照明，楼主没写重庆南岸事件，这是核心事件，很遗憾。企业内迁，政府划拨土地，归家族，中间的利益输送。吴长江典型的权贵交易，把上市公司当作私企。楼主是故意还是不知？

以后其他的故事，就不值一看了，故事不真实，倾向有问题

谢谢您的意见，不过每个人的看事角度不同，另外写事情的着重点也不一样，商业手法的剖析每个人有自己不同的判断，就像雷士照明，其实不少媒体和个人也分析过，都有自己的一套理论，不敢说我的就高明，只是一个参考意见，对大家的观点做个参考罢了~总之还是谢谢您~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-05

@草蛇 zrp914 楼 2013-08-05

楼主速度，天天期待更新

多谢支持

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-05

出去一下~晚上继续~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-05

顶完再走~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-05

@长征路上的假行僧 910 楼 2013-08-05

雷士照明，楼主没写重庆南岸事件，这是核心事件，很遗憾。企业内迁，政府划拨土地，归家族，中间的利益输送。吴长江典型的权贵交易，把上市公司当作私企。楼主是故意还是不知？

以后其他的故事，就不值一看了，故事不真实，倾向有问题

@xiaozhu909912 楼 2013-08-05

谢谢您的意见，不过每个人的看事角度不同，另外写事情的着重点也不一样，商业手法的剖析每个人有自己不同的判断，就像雷士照明，其实不少媒体和个人也分析过，都有自己的一套理论，不敢说我的就高明，只是一个参考意见，对大家的观点做个参考罢了~总之还是谢谢您~

@出轨撞豆腐 927 楼 2013-08-05

楼主的谦谦君子作风，更觉要赞一个。

非常感谢您的抬爱~您喜欢就好~也希望今后多支持~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-05

34、

鸿道集团旗下的加多宝拿到“王老吉”的商标使用权之后，就开始了细心雕琢的过程。在专业营销机构的帮助下，加多宝公司给“王

老吉”找到了准确的定位。当年“王老吉”凉茶主要的作用是治病，从产品定位以及功能上都与现代发展不相吻合。而广药发展的时候，也没有找到合适的定位。而加多宝给“王老吉”的定位是“预防上火”。

现代都市人工作生活压力剧增，逐步从体力上的压力转到心理层面的压力，所以更加容易上火。“王老吉”的准确定位就迎合了这部分人的消费心理。另外在配方上也做了些改变，从“治病”功能改变为“饮料”的功能，口味也更容易被消费者接受。在加多宝公司的努力下，“王老吉”逐步为人们所熟知。

应该说，陈鸿道在品牌营销方面非常有独到之处，甚至从他做人也可看出一二。陈鸿道向来以“佛商”著称，一方面，与一般的企业家不同，他在香港很少出席公众场合，却常参与佛学有关的集会。另一方面，在企业运作上特意加入了佛学元素，不主动辞退员工，并关心员工身体健康。

这些“人性化”的关怀，把“济世为怀，普度众生”的烙印刻在了他身上，更渗透进了其企业文化中。这样一来，不管他本人做的什么善事，都可以变成“王老吉”的品牌文化。介于“王老吉”的历史渊源加上陈鸿道的企业文化，逐步将企业文化与品牌结合在一起。在这方面其实是需要相当的耐心的，并非每个品牌都能做到这一点，这也就是后来“王老吉”品牌能够快速崛起的原因了。

有了逐步建立的渠道基础、准确的品牌定位、产业文化的渗透之后，王老吉开始在体育节目、网络、公益活动方面逐步确立品牌知名度与公信度。在企业努力运作下，2007 年王老吉销售量超过了 50 亿

元。品牌基础已经确立，在这个时候就需要一个品牌提升的机会。而这个机会在2008年到来了。

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-05

@龙中战士 934 楼 2013-08-05

楼主博学、谦虚、令人佩服

感谢支持与鼓励~喜欢请继续关注，感谢~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-05

@出轨撞豆腐 926 楼 2013-08-05

看楼主客观态度评价这十年国内私企大牌的得与失，收起，待十年后，指导下一辈。

相信我们能成为好朋友~以后常交流~呵呵~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-05

@草蛇 zrp933 楼 2013-08-05

天天来看更新!

多谢一直以来的关注~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-06

@相与为类 938 楼 2013-08-06

1

2

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-06

@出轨撞豆腐 924 楼 2013-08-05

在外出差要债，债主找不到，闲着无聊，多帮楼主顶起，这么有质量的贴子少之又少。

加油继续找吧~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-06

各位晚安~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-06

@龙中战士 943 楼 2013-08-06

楼主：你有电子版书出售网址吗

最近已经洽谈出版问题，应该很快您别着急呵呵呵

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-06

35、

灾难带给国人痛苦，但同时也孕育着不同的商业机会。2008 年的汶川大地震,举国震惊,也引发了近 10 年来最大的一场募捐活动，大家踊跃捐款。对于“王老吉”来说，想要快速建立品牌地位，这是个非常好的机会。从历史的眼光来看，在前后 10 年内，能够引起全国乃至世界人民关注的事件只有这一次。而这次就是加多宝公司带领的“王老吉”品牌一次营销的最好良机。2008 年 5 月 17 日，陈鸿道

拍板向汶川灾区捐款。5月18日在央视举办的募捐晚会上,“王老吉”品牌的副总现场捐出1亿元。一石激起千层浪,“王老吉”的名字顿时为人们所关注。

但是,捐款1亿元虽然能够吸引人们注意,却无法产生持续效果。而“王老吉”本身又不能把捐款的事做得太高调。因为如果这么做,反而会引起公众反感,有借慈善打广告的嫌疑。而这个时候,网络论坛的功能就成为这时候产品营销不可缺少的阵地了。因为有时候“小道消息”往往会更加凸显企业“低调”和“不图虚名”的定位。

这个时候,一个“让王老吉从中国的货架上消失!封杀它!”的帖子横空出世。刚刚捐款就冒出这样的帖子,必然群情激愤。足够引起眼球效应之后,发现该帖子是说买光“王老吉”,让货架空起来的意思。这么一来,吸引了眼球之余,又把购买其品牌上升到了“爱国”的角度。毫无疑问,这么一来“王老吉”及其企业文化,与“爱国”“济世为怀”“低调”“英雄”相结合,快速确立了在消费者心目中的地位。看似网友无心之举,却成就了“王老吉”的品牌价值。但事后回过头来看,其实很多事情却显得过于巧合。不过一切并不重要。重要的是,灾区确实得益了,而“王老吉”也确实提升了品牌价值。这种双赢,其实也不是坏事。

“王老吉”的品牌价值,像坐火箭一样蹿升。加多宝带领的“王老吉”品牌销售量很快突破百亿,成为首家超过可口可乐的饮料企业。而借着品牌运作的成功,广药所生产销售的绿色盒装“王老吉”凉茶,也达到了近20亿元。品牌带给双方的“共赢”效果开始体现。

但这个时候的广药想法却不一样了。一方面，商标使用权仅仅让广药每年获得500万元，相对于快速提升的“王老吉”品牌来说，心理落差极大。另一方面，已经多元化发展的广药集团，开始萌生想利用“王老吉”品牌做更多的事情的想法。有句话说得好:“同患难易，共富贵难。”这句话用在加多宝与广药两家企业上可以说恰如其分。

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-06

欢迎大家继续参与讨论

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-06

36、

2010年11月，广药集团在“中国知识产权(驰名商标)高峰论坛暨广药集团王老吉大健康产业发展规划新闻发布会”上宣布，广药集团旗下“王老吉”品牌价值，经北京名牌资产评估有限公司评估为1080？15 亿元，成为目前全中国评估价值最高的品牌，并同时在全球招募新的合作伙伴。

广药为什么能够这么理直气壮地招募合作伙伴？其实正是由于当年陈鸿道用“潜规则”手段续约至2020年，让广药抓到了把柄。合同本身参与了非法手段，也就有机会不成立。另外，当年的广药总经理早已下台并被判刑，“拨乱反正”已经没了顾虑。而这个时候的广药，实际上也没有要跟加多宝谈的想法了。因为从加多宝的角度来说，“王老吉”就像是继母收养的孩子，好不容易培育成人中了状元衣锦还乡，这时候孩子亲妈要把孩子夺去，多年的心血白废了，所以这时候已经没什么可谈的了。

于是2011年4月，广药提出仲裁请求，并以国有资产流失作为依据。随后，与加多宝的和解自然也就没有什么可能性了。2012年5月11日,广药集团收到中国国际经济贸易仲裁委员会日期为2012年5月9日的裁决书，贸仲裁决：广药集团与加多宝母公司鸿道(集团)有限公司签订的《“王老吉”商标许可补充协议》和《关于“王老吉”商标使用许可合同的补充协议》无效；鸿道(集团)有限公司停止使用“王老吉”商标。到了7月份，北京一中院驳回鸿道集团提出的撤销国际经济贸易仲裁委员会作出的（2012）中国贸仲京裁字第0240号仲裁裁决的申请。

由于此次是终审裁定,所以最终加多宝把多年运作的品牌拱手让给了广药。广药终于如愿以偿，将“王老吉”品牌揽入怀中“坐享其成”。

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-06

@36tiangang967 楼 2013-08-06

写的不错

希望写写青岛啤酒雪花啤酒哈尔滨啤酒之间的商战

呵呵呵刚好以前写过，并在我上部作品中出版。这样吧~等我把加多宝的连载完专门把青啤和雪花等竞争的文章加在这个帖子里,做成番外篇，满足您的需求~您看如何？

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-06

@佛本是妖 q947 楼 2013-08-06

看了楼主的帖子终于把很多事件的来龙去脉理顺了,对商场上的竞争及企业发展变化有了初步的概念。不错，顶起来、顶起来

多谢支持~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-06

鉴于很多朋友对后面内容的期待,且有很多人也期盼一些研究课题，我把所有商业筹码狙击战的研究课题做成目录供大家参考，也满足一下大家的好奇心~

目录：

目录：

一、资本大鳄与企业创始人的厮杀博弈

雷士照明内斗危机（一）：兄弟反目祸起萧墙

雷士照明内斗危机（二）：掌控渠道暗度陈仓

蒙牛“与狼共舞”的迷失（一）:“资本蜜月”凸显的危机前奏

蒙牛“与狼共舞”的迷失（二）：国有化潜藏的“老牛智慧”

新希望“返璞归真”战略的成与败

“大胃王”中粮资本吞并路的消化不良根由

学会制造资本入侵的制衡“核弹头”

二、商标争夺战背后的鬼蜮伎俩

IPAD 商标争夺局中局（一）：唯冠衰落真相

IPAD 商标争夺局中局（二）：唯冠、苹果与破产诡道

上演“二母夺子”的“王老吉”抢夺战（一）：王老吉品牌增值

之“祸”

上演“二母夺子”的“王老吉”抢夺战（二）：市场品牌的输赢谋略

家纺龙头“商标盗链”背后的市场危机

“娃哈哈”品牌保卫战的博弈智慧

商标争夺的“赢”与“输”

三、视听网站的生存与吞并大戏

优酷土豆合并的背后推手（一）：剑拔弩张的前世今生

优酷土豆合并的背后推手（二）：资本机器的强大推动能力

网络视频企业的同质化危机突破（一）：正版突击战的赢家

网络视频企业的同质化危机突破（二）：产业巨头的合纵连横

“美女主播”带来的品牌竞争力

音乐网站的产业链优化谋略

后危机时代视听网企的竞争与突围

四、网络电商的战争密码

家电商场巨头的网络布局与野心

京东商城孤注一掷的“物流帝国”

电商大战背后的商业诡略

凡客的生死劫与曲线自救谋略

网络图书电商的跨界疑云

电商教父的危机应激“太极式”自救韬略

电商竞争危机的破解密码

五、后危机时代演艺界的生存模式窥探

选秀节目的“复制”模式和市场新趋向变局电视节目制作产业的转型竞争魔力曲艺、相声的产业化新生商业模式探究“小品王”的企业运营与人才掌控高招婚恋节目的市场价值与“话题”营销谋划“狼”和“羊”的产品设计突破与市场心理掌控后危机时代演艺界的市场矫正突破六、那些资本扩张背后的谋略吉利“蛇吞象式”并购隐藏的自救“药方”腾中并购悍马背后的“连锁增值”诡计地产业生存淘汰赛与吞并的商业变局解决兼并危机的“另类”法宝——家族连锁自救模式后危机时代联想集团的“柳氏救赎法”战略投资与企业并购的应对诡道根源七、吃喝穿用行业核心竞争力的产业争霸赛安利别样行销与产品新定位思考东阿阿胶产业核心竞争力的争霸得失白酒行业的渠道控制谋思“李宁危机”带来的行业转型反思手机争霸赛（一）华为中兴的商道对比手机争霸赛（二）手机商业盈利模式比较与探索后危机时代企业生存与争霸的核心竞争力剖析八、后危机时代异军突起的商业发展与新思维

免费网游优势运营与“史式”营销的强力发酵器

网游产业链衍生行业的竞争优势剖析

单机游戏的逆袭：烛龙的绝地反击战

团购网站崛起、失落与再生

婚恋网站的发展态势和商业核心窥探

后危机时代的新商业环境中的思维变革

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-06

@94265861011 楼 2013-08-06

我来了给 LZ 顶起。

多谢多谢呵呵

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-06

@长征路上的假行僧 910 楼 2013-08-05

雷士照明，楼主没写重庆南岸事件，这是核心事件，很遗憾。企业内迁，政府划拨土地，归家族，中间的利益输送。吴长江典型的权贵交易，把上市公司当作私企。楼主是故意还是不知？

以后其他的故事，就不值一看了，故事不真实，倾向有问题

@xiaozhu909912 楼 2013-08-05

谢谢您的意见，不过每个人的看事角度不同，另外写事情的着重点也不一样，商业手法的剖析每个人有自己不同的判断，就像雷士照明，其实不少媒体和个人也分析过，都有自己的一套理论，不敢说我的就高明，只是一个参考意见，对大家的观点做个参考罢了~总之还是谢谢您~

@出轨撞豆腐 927 楼 2013-08-05

楼主的谦谦君子作风，更觉要赞一个。

@长征路上的假行僧 949 楼 2013-08-06

哈哈。。确是

好吧，我做个坏人，专给楼主挑刺

权当作补充吧

那也是很好的~您也是我的良师益友

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-06

@走过还路过又错过 950 楼 2013-08-06

论坛高人好多啊可惜来晚了

您过奖了~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-06

加多宝带领的“王老吉”品牌销售量很快突破百亿，成为首家超过可口可乐的饮料企业

@长征路上的假行僧 952 楼 2013-08-06

加多宝超过的是国内市场可口可乐的碳酸饮料,而不是可口可乐的饮料（可口可乐的产品线很长的）

加多宝最成功的是把凉茶（岭南地区的药)转化为中草药植物性饮料。概念转变，整个市场神速的放大

除了楼主所说的市场推广做的好外，还有很重要一点，加多宝公司的销售团代有超强的执行力，据我所知他们有一个所谓的 365 口号，一家店必须有 3 个 pop,张贴在那里都有讲究的，6 个陈列位子，

怎么摆放也同样有讲究。5 是什么意思忘.....

对，从渠道到宣传都是经过缜密筹划的

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-06

@四化江山列眼前 951 楼 2013-08-06

MBA 啊，神贴

过奖了~多谢关注与支持~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-06

@生存诠释一切 275 楼 2013-07-25

顶一个，楼主思路清晰，文笔流畅。文章的每段话都思考咀嚼，不过希望能更新时保证质量。很好的文章，喜欢！管理上的细节，不知道能否抽空写一下，3Q

@xiaozhu909277 楼 2013-07-25

后面会有很多方面相关的披露和分析~敬请期待~谢谢您的支持~

@长征路上的假行僧 955 楼 2013-08-06

建议楼主往更细，更全面讨论，不要太急于讲下一个，范围可以小

真实的才有参考意义

最好有业内人士参与进来，那就有意思了

恩您的意见我会好好参考,这次的作品还是较全面的分析近几年较突出的商战策略,虽说没有讲得特别细,不过应该能否给一些参考,相对的也能多讲一些案例,不同案例之间的比较也比较具有现实意义~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-06

@才发现我帅 960 楼 2013-08-06

广药要回商标另一方面是由于政府部门,当加多宝将总部从长安镇迁移到北京后,所有的矛盾都出来了,这在另一方面也很好的解释了为何广高院一直在偏袒着广药

地方保护以及行政干预的痕迹实际上是一直困挠着我国经济发展的。也绝对不是个别问题~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-06

@七年之杨 961 楼 2013-08-06

楼主很有见解，学习了。

同患难易，共富贵难

多谢您的支持~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-06

@出轨撞豆腐 927 楼 2013-08-05

等 待 楼 主 晚 上 亮 相

[img]http://img3.laibafile.cn/p/m/152200511.jpg[/img]

在亮~呵呵没您亮~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-06

@13689031844962 楼 2013-08-06

受教了

多谢关注~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-06

@xiaozhu909233 楼 2013-07-25

17、

但对他而言，王中旺一切已经不能回头。所以他加强了其进入中高端市场的决心,决心发展以“非油炸”为卖点的中高端方便面市场。2005 年，在“非油炸”方便面获得专业资格认证后，一切整装待发。但这个时候，王中旺由于前期投入较大，手里资金已经十分有限。

不过，王中旺的资金腾挪之计起了作用。他利用一些偏僻地区需要投资拉动的现实为由，争取了政府的最大优惠和银行的支持。在 2005 年的下半年,“五谷道场”.....

@aeolussl979 楼 2013-08-06

LZ 文路清晰，观点独特。商战亦智慧的博弈，值得学习和深思。

十分感谢您的措爱

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-06

@xiaozhu909898 楼 2013-08-05

各位晚安~明天继续~

@王者_之峰 982 楼 2013-08-06

楼主从事什么行业？望解密哦

呵呵~秘密~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-06

@好大一条鱼 U994 楼 2013-08-06

为了这个帖子我专门专门又新注册新注册了个号学习学习好久没看到这么精彩的帖子了

呵呵真是感谢~辛苦辛苦~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-06

@经济小萌 996 楼 2013-08-06

终于跟上了。楼主加油哈，小弟很期待。

恩好的~请持续关注~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-06

@water03111010 楼 2013-08-06

很久没看过这方面的文章了！谢谢 1

您客气了~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-06

@新世纪土鳖 1004 楼 2013-08-06

写的太好了

感谢支持~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-06

@_小白 W1018 楼 2013-08-06

好帖，赞一个~！楼主辛苦了~

您喜欢就好~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-06

@王苏徽 1012 楼 2013-08-06

回复第 801 楼(作者:@JUYRTYTED 于 2013-08-02)

做股票,要知道为什么涨,知道为什么跌,不是盲目的追涨杀跌,凭感觉和运气乱选股，否则一个垃圾股拿在……

做你妹的股票啊！别玷污了这篇好帖。

呵呵感谢拔刀相助

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-07

各位晚安~明天见~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-07

回复第 1009 楼，@xiaozhu909

鉴于很多朋友对后面内容的期待,且有很多人也期盼一些研究课题，我把所有商业筹码狙击战的研究课题做成目录供大家参考，也满足一下大家的好奇心~

目录：

目录：

一、资本大鳄与企业创始人的厮杀博弈

雷士照明内斗危机（一）：兄弟反目祸起萧墙

雷士照明内斗危机（二）：掌控渠道暗度陈仓

蒙牛“与狼共舞”的迷失（一）:“资本蜜月”凸显的危机前奏

蒙牛“与狼共舞”的迷失（二）：国有化潜藏的“老牛智慧”

新希望“返璞归真”战略的成与败

“大胃王”中粮资本吞并路的消化不良根由

学会制造资本入侵的制衡“核弹头”

二、商标争夺战背后的鬼蜮伎俩

IPAD 商标争夺局中局（一）：唯冠衰落真相

IPAD 商标争夺局中局（二）：唯冠、苹果与破产诡道

上演“二母夺子”的“王老吉”抢夺战（一）：王老吉品牌增值之“祸”...

@草蛇 zrp1039 楼 2013-08-07

还有这么多没出来呀!

是啊~呵呵

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-07

@qwizq1048 楼 2013-08-07

楼主讲故事呢？这么简短这么能将复杂的商业案例讲得清楚？没有对所涉企业所在行业，地方政府政策等等大的背景的深入分析，没有对企业所运用的各种营销,财务,管理等手段的专业详尽的分析，没有各家投资机构的人员，投资策略，投资风格，背景，运作方式的专业分析,楼主是资料不够？水平不够？还是要讲短篇故事给小朋友听？

也许吧，但讲故事也是需要真实资料的，自认为每篇文章都是经过仔细斟酌专门研究的，并有大量实际数据的，不知道您的判断从哪里来，从哪里得知我的分析是没有任何依据的？也许观点不同，角度不同，切入点不同，对企业具体业务具体分析的深入点也没有那么具体，就像是一个科学研究很多科学家都会不同医学角度去研究，对于您提的意见我可以接受,对于您无依据的指摘,则个人认为毫无道理。您别怪我的不客气，也许您水平极高，是某个地方的高级人员，您有您的观点，但您不能用您的立场强 J 他人文章。说的不对敬请见谅，

您觉得水平不够请绕行，谢谢！

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-07

@莞尔倾城笑 1050 楼 2013-08-07

@xiaozhu909 再顶

感谢支持~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-07

37、

上演“二母夺子”的“王老吉”抢夺战（二）：

市场品牌的输赢谋略此时对于加多宝而言，是赔了夫人又折兵。由于鸿道集团的老总陈鸿道多年以来一直致力于重点发展“王老吉”品牌,并未开发其他品牌,所以此次商标被收回可以说是沉重的打击。品牌就意味着渠道，更意味着消费者的认知度。在这个时候，加多宝公司首先要面对的问题是：加多宝需要在渠道建设方面稳定局面，另一方面还要让消费者快速认知新品牌。所以加多宝公司在危机公关方面做了很多工作。从后来的结果来看,其危机处理能力还是相当强的。

其实随着广药“撕破脸”提起诉讼，加多宝公司就已经开始了针对性策略。那就是假如官司输掉了，品牌被拿走，该如何让消费者继续购买加多宝的凉茶。诉讼需要时间，这段时间就是转换品牌的“缓冲”。作为加多宝公司来说，这个时候的时间最为宝贵。于是在 2011 年年底的时候，市面上的“王老吉”产品的罐装外包装上，都放大了“加多宝”三个字。王老吉与加多宝的品牌并行,让消费者有了对“加

多宝”三个字的心理接受期。如果官司赢了，也不会影响消费者的品牌认知，输了则有后路可走。

其实对于当时的加多宝公司而言，基本也知道输多胜少。因为广药毕竟是内地有影响力的国有企业。而对于地方来说，广药的企业发展好坏直接影响地方财政和经济。因此，其背后少不了行政方面的推手。加上广药打着“避免国有资产流失”的大旗。而当年的潜规则也确实不合法，所以多方面看起来胜算已经不大。加多宝能够做的也就是尽量拖延时间，缓冲品牌转变带来的影响。

到 2012 年中旬“王老吉”品牌被确定收走后，加多宝展开了一系列的行动，将品牌转换带来的不良影响降到最低。首先就是品牌的重新定位。虽说还是原来的配方，一切并没有改变，但此时的市场却已经产生了变化。因为这个时候“怕上火”的定位已经不是问题，多年来的品牌积淀已经让消费者有了极大的认同感，强调这点就相当于打了水漂。这个时候需要的是挽回大众对新品牌的认同感和信任感。因此当

“加多宝”三个字正式替代“王老吉”后，新的品牌定位重点放在“正宗”“原来的味道”上。当大家认为“加多宝”才是正宗，而味道、品质又不变的时候，心里归属感必然增强，“王老吉”的品牌影响力必然顺利由“加多宝”交接。

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-07

出门下~欢迎大家继续留言讨论~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-07

@gognshan1058 楼 2013-08-07

什么时候出书，我要买

应该很快了~前些日子已经谈好，估计很快，到时会在这公布

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-07

@麒麟纳福 11059 楼 2013-08-07

楼主写得真好，看了几段就有要与朋友分享的冲动，看商企密谋与诡道竞争很过瘾，继续关注！

您喜欢就好~欢迎继续关注

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-07

@xiaozhu9091054 楼 2013-08-07

出门下~欢迎大家继续留言讨论~

@4144716011054 楼 2013-08-07

问下楼主写这本书花了多长时间啊？

写的时间差不多半年多，不过搜集资料以及深入研究时间较长，差不多三年吧

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-07

@霸耻霸荣 69 楼 2013-07-23

雷士照明早就如雷贯耳，看楼主写的商业暗战，就像在看谍战大

片，期待早早更新！

@泰山剑侠 0071065 楼 2013-08-07

写得确实好!!! 楼主再来一点细节描述，会更加完美！那时就可以拍电视连续剧了，题目《不了情》。

呵呵呵~多谢您的垂青~将来有这方面想法，欢迎您的关注~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-07

38、

但仅仅是改换包装的过渡根本不可能让所有消费者对“加多宝”有所认知。另外，广药收回了“王老吉”，也就相当于增加了一个强劲的竞争对手。因此，在 2012 年 5 月以后，加多宝把销售预期由 160 亿元下调到了 90 亿元，而将单月广告费用增加到 4 亿元。因为加多宝知道，2012 年是加多宝能否成功收复失地的关键一年。这个时候消费者的选择尚未落定，市场争夺战就是生死之战。所以在渠道的营销方面，

“加多宝”与广药“王老吉”交战可谓惨烈。每一处加多宝的货铺现场，旁边必然是“王老吉”的货架。而其营销人员的恶性冲突事件也不断出现。两家企业的混战，让人们见识到了什么是商场如战场。

对于加多宝来说，2012 年虽然是多事之秋，但关键的几步却走得非常正确。尤其是两轮广告效应所占的上风，让“加多宝”快速扳回一局。第一轮，就是借奥运会进行的广告攻势。在伦敦奥运会期间，

加多宝主办的“红动伦敦，畅饮加多宝”活动以独具创意的方式，将奥运精神、民族情感与企业文化融合在一起。加多宝用惯用的营销方式，再次将“爱国”“中国红”及“体育精神”贯穿于自己的红罐凉茶品牌之中。

并且特别强调“正宗”“原味”，用“全国领先的红罐凉茶，改名加多宝”“还是一样的配方，还是熟悉的味道”，让所有的奥运相关频道处处“红罐凉茶加多宝”。借着奥运的平台，让加多宝重新与历史传承、与民族精神对接，这样就把“王老吉”品牌的历史传承感带了出来。这一下，加多宝的新名字让全国甚至海外消费者对“加多宝”产生了浓烈的民族品牌感情。当然其在广告方面付出的代价也不小，虽然不知具体数字,但奥运期间加多宝的广告费绝对是以 10 亿计的。

不过，加多宝想要确立新的品牌地位，更需要灌输“青春”

“活力”的理念。而这就需要在选秀、综艺类节目中大量投入。而近些年来，电视媒体尤其是各地方卫视正逐步崛起，而各地办的特色综艺节目，吸引了相当一批的年轻观众。而这些人就是“加多宝”此次的首要目标。因此，加多宝的第二轮广告攻势，就放在了各地方卫视的节目上。

其中，由“加多宝”冠名的由浙江卫视主办的“中国好声音”意想不到地一炮而红。其实对于加多宝来说，此次“押中”“中国好声音”并非仅仅是运气。因为制作“中国好声音”的制作团队，也就是曾经制作“中国达人秀”的原团队。在前有“中国达人秀”的成功保证，后有此节目在国外成功运作的背景下，“加多宝”自然不会放过

此次机会。而据加多宝内部人士透露，其冠名投入金额远远超过招标方案。

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-07

@霸耻霸荣 69 楼 2013-07-23

雷士照明早就如雷贯耳，看楼主写的商业暗战，就像在看谍战大片，期待早早更新！

@泰山剑侠 0071065 楼 2013-08-07

写得确实好!!! 楼主再来一点细节描述，会更加完美！那时就可以拍电视连续剧了，题目《不了情》。

@xiaozhu9091067 楼 2013-08-07

呵呵呵~多谢您的垂青~将来有这方面想法，欢迎您的关注~

@泰山剑侠 0071072 楼 2013-08-07

到时候，楼主可要请客啊！

呵呵好~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-07

@雁落西风 1070 楼 2013-08-07

好文

多谢支持~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-07..

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-07

先出去下~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-07

吃饭~呵呵~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-07

@giggleslightly1078 楼 2013-08-07

回复第 1050 楼(作者:@xiaozhu909 于 2013-08-07)

@莞尔倾城笑 1050 楼 2013-08-07

@xiaozhu909……

楼主，别激动，这人只是说话太冲了，建议却是中肯的。个人也希望楼主能更深入一点。很多时候，商战里都有政府的影子，希望也能涉及到。

没激动呵呵呵~只要是对的一定接受!

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-07

@1237s1077 楼 2013-08-07

好帖子

多谢支持~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-07

@笑笑一飘而过 1084 楼 2013-08-07

楼主楼主，实在钦佩你的分析。在下有个小小的不情之请，能不能转载一下到我自己的 QQ 空间，以供自己学习和参考。

跪求同意。。。。。。。

请注明出处并说明作者及转载就可以转

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-07

@saintglory1087 楼 2013-08-07

我是一名工科研究生，以前对经济什么的从不感冒，只喜欢科学技术,偶然点进来看到楼主的帖子觉得写的很有趣味,一直看到最后。希望有更多的关于如苹果，google 或者国内如百度这种科技公司的故事，前面那个商标之争看到了，很精彩!

恩这次主要是些国内企业的商战诡道，以后会开始研究~百度公司此次也会对其相关部分的业务进行剖析，敬请关注~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-07

前面放出的目录您可以看看~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-08

@just 这个调调 1096 楼 2013-08-07

楼主，请讲一下加多宝和广药在销售渠道上的争斗吧。

别着急后面放出

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-08

@兰博崛起 1095 楼 2013-08-07

楼主：今晚还有吗？？？？？？？？？？？？？？？

明天继续~呵呵~真不好意思~别着急

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-08

有的有的~敬请期待吧~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-08

@qq6444690111110 楼 2013-08-08

楼主看到我看到我，潜水三年，第一次回复，有没有国美苏宁跟国内饮料业的？？？？？一定要看到我，我一口气读完你的帖。受教了。。。

有的有的~前面目录放出来了~您可以看看~敬请期待吧~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-08

各位晚安~明天欢乐再继续~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-08

39、

不管怎么说，“中国好声音”的大火让“加多宝”真正夯实了新的品牌地位，并争取到了不同阶层的消费者。而相比较而言，“中国好声音”的其他赞助商则没有加多宝获益那么大。

虽然说加多宝做了这么多工作，也成功将新品牌对接，但品牌损失已经造成。而且由于过多的广告营销资金投入，也必然影响其母公司鸿道集团的整体盈利。据媒体报道，冠名 2012 年浙江卫视“中国好声音”大获全胜后，加多宝再次投入 2 亿元夺下 2013 年冠名权，之后又冠名湖南卫视的跨年演唱会，并且在央视招标上，为凉茶产品再次投入 1.9567 亿元。

频繁投入巨资在广告方面，使得加多宝多了一项隐忧，就是这种高投入广告能否持续，净利润如何保证。广告的投入往往不进则退，未来如何在让产品销售稳定的情况下又能保证好的净利润率才是关键。另外，广药既然拿回了“王老吉”的商标，就不会坐失良机。这个时候从加多宝身上能撬走多少市场,就会成为多少未来的坚定客户。而广药，也并非仅仅要与“加多宝”分庭抗礼，而是有更大的野心。

对于广药集团来说，毫无疑问重新夺回“王老吉”是一次非常难得的机会。因为虽然“王老吉”品牌的回归并不意味着能够把加多宝整个市场都“撬”过来，但最起码能够从加多宝公司那里争取更大的市场。

不过广药显然胃口更加大。广药是一家多元化经营的公司。其主要业务除了药业外，还有很多其他业务。而“王老吉”的回归，意味着整合其他业务，借由“王老吉”品牌效应共同发展的机会来了。

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-08

@xiaosubing12341119 楼 2013-08-08

必须支持，正能量。天涯并非都是鲁管男和愤青，持续关注

感谢您的鼓励和支持~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-08

@xu0621_20081135 楼 2013-08-08

不可多得的好文章,期待楼主不要弃楼.我将一直跟下去;另,感谢楼主,为我们带来耳目一新主贴子

感谢您的支持

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-08

回复第 1113 楼，@xiaozhu909

@qq6444690111110 楼 2013-08-08

楼主看到我看到我，潜水三年，第一次回复，有没有国美苏宁跟国内饮料业的？？？？？？一定要看到我，我一口气读完你的帖。受教了。。。

有的有的~前面目录放出来了~您可以看看~敬请期待吧~

@qq6444690111138 楼 2013-08-08

谢谢楼主回复，请问你这个出版没有啊？书名叫什么，类似的书籍可以推荐几本么？？经济学小白能看的懂的。。。。

这个很快就出来了~估计半月内就能买到了~书名应该不会变,就

是贴子的名字吧，因为这都是提前说好的，我不想换名字呵呵呵

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-08

@萤火虫 y61140 楼 2013-08-08

和《大败局》有的一比，尽管不知真相如何、但楼主分析的非常详细非常透彻;如果楼主能进一步描述具体的博弈操作方法那肯定是TIA 涯十年以来的第一部大作。楼主你辛苦了、非常感谢。[img]http://img3.laibafile.cn/p/m/152497904.jpg[/img]

您太客气了您能喜欢就是最大的支持。您的建议我会考虑在下部作品中~谢谢~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-08

@狂怒山丘 1143 楼 2013-08-08

怎么到处都有高盛的影子

确实是~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-08

@easyid1145 楼 2013-08-08

商战故事很精彩

多谢关注~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-08

@H_孤独的男青年 1148 楼 2013-08-08

才看到 20 頁，不會已經寫完了吧。。樓主我是不是來晚了。。你别去那麽早。

还有的呵呵慢慢看

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-08

@H_孤独的男青年 1148 楼 2013-08-08

才看到 20 頁，不會已經寫完了吧。。樓主我是不是來晚了。。你别去那麽早。

@xiaozhu9091149 楼 2013-08-08

还有的呵呵慢慢看

@H_孤独的男青年 1150 楼 2013-08-08

真心第一次被楼主照顾，你真的好细心，看到前面 20 页，我都看到你花时间和我们说谢谢,你是个注重细节的人,看你文章很开心，谢谢你的分享！

您不用这么客气~都是应该的，多跟大家沟通对我也是收获~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-08

@xiaozhu9092013-07-25

再来说一说中粮，由于其国有航母的企业特性，所以导致该企业在行政运作和企业市场化的敏感度非常之低。由于不缺资金，所以自

然并没有市场的危机感，也不会会对即将因为产品的定位、消费者心理的变化等等因素做出及时的反应，在这一点上另外一个国企广药和加多宝的比较就完全可以看得出来，当然这里面渠道的争夺战、营销、生产、品牌、竞争力等方面后续我会继续详细向大家解读，关于加多宝、中国好声音、广药等等之间.....

@xiaozhu909254 楼 2013-07-25

说一下~这个回复不在文稿之内~只属于探讨性质~不要连起来读~

@萤火虫 y61152 楼 2013-08-08

期待楼主的精彩分享，非常感谢！

多谢支持~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-08

@xiaozhu909259 楼 2013-07-25

所以有时候好的产品也要把其发展的空间和时间预留出来，循序渐进的不断占有市场。当然有些时候需要大量扩建生产以及大量的投资，但问题是市场能不能很快消化这是一个较大的问题，每一次扩张很可能带来的就是利润率的大幅降低，现金流出现短缺问题，这就很可能把一些正在发展的，很具有前途的企业给淘汰掉。

@泰山剑侠 0071155 楼 2013-08-08

应当说是把很具有前途的企业“错杀了”!

最悲哀的事，错杀的越来越多~好的企业生存环境也是岌岌可危的~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-08

@xiaozhu909273 楼 2013-07-25

其实其他的东西可以说~但财务报表往往骗不了人

@泰山剑侠 0071157 楼 2013-08-08

有些企业出于各种目的，隔着窗户吹喇叭，但是财务报表和看不到的核心竞争力优势才是真家伙!

嗯~很多往往还是隐形的竞争力~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-08

@xiaozhu909273 楼 2013-07-25

其实其他的东西可以说~但财务报表往往骗不了人

@泰山剑侠 0071157 楼 2013-08-08

有些企业出于各种目的，隔着窗户吹喇叭，但是财务报表和看不到的核心竞争力优势才是真家伙!

@xiaozhu9091158 楼 2013-08-08

嗯~很多往往还是隐形的竞争力~

恩感谢您的评判

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-08

@xiaozhu909323 楼 2013-07-26

其实从时间段上确实很有意思的是 2008 年是分界线，资金的紧绷并不仅仅包括沿海外向型的企业,很多集团性质的企业往往也会在这个时期出现资金问题。恰恰在这一年很多企业也出现了冒进的问题，才导致了大型企业陷入危机的状况很多~

@泰山剑侠 0071163 楼 2013-08-08

由于当时的绝大多数企业所有者(如我当时工作的山东某国企转制成为国退民进的企业)，在轻易获得企业控股权后，由原来的等上级政策、跟着市场转,一下进入市场经济,无论是理论上还是实践上，都没有做好准备，但是他们都好面子，走不出国企的各种思维模式，导致企业后来的分崩离析。

主要也是一直以来的责任不够清晰，利益也得不到有效的分配，加上传统的陋习,以及厂子员工后续安置问题等多方面带来的困扰必然是这种结果，不过也可能人家领头的卖地皮赚发了呢~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-08

40、

所以广药的第一步，就是品牌的延伸。用一个“大健康”概念，把王老吉的品牌延伸至药酒、药妆、保健品、食品、运动器械等多个领域。王老吉牌儿童药、绿豆爽、固元粥、绞股蓝饮料等产品相继上市。第二步,就是市场渠道的建立。广药拥有着国有企业特有的优势，除了利用自己集团取之不尽的资金优势与加多宝抢夺渠道之外,广药还与国企中石化广东分公司签署协议,将红罐王老吉铺向中石化广东分公司的易捷便利店。

此渠道可以说是作为国企的广药所具有的独特优势,这也是加多宝无法与其相比的。第三步，就是解决生产问题。巨大的市场就意味着巨大的产量，加多宝有着成熟的生产线、众多的自有工厂做后盾。而广药新收回“王老吉”品牌，很难快速建立生产线与加多宝争夺市场。这个时候广药依然利用自己的资源优势，瞬间建立起自己的生产大后方。

2012 年 6 月底，广药与食品巨头统一、银鹭、惠尔康集团签署生产代工王老吉凉茶的协议，并与 30 多家食品生产、原料和包材供应企业合作。就这样，巨大的生产能力瞬间“变”了出来。有了这三方面的努力，广药“王老吉”迅速扩张，并抢夺加多宝市场。

不过广药走的这几步也是把双刃剑，品牌策略开始显露问题。

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-08

@H_孤独的男青年 1166 楼 2013-08-08

我要快點跟上大家的腳步，雖然我還在 31 頁，但是每天都頂，

你們看到我名字。哈哈

呵呵感谢~慢慢来不着急~能看进去就是你的了~看不进去再快也没用~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-08

等加多宝讲完下面将插叙很多前面观众说过感兴趣的企业分析，做成番外篇希望大家喜欢~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-08

@xiaozhu9092013-07-22

在资本运作的游戏中，有一个企业最终也是完全被收购，创始人也是一样被赶出局，但这个创始人却没有恼怒，反而庆幸自己成功退出。这又是哪个企业？这个创始人又是谁呢？他，就是蒙牛乳业的创始...

@gkty10141125 楼 2013-08-08

哥们儿!你懂的不少啊膜拜

您客气了~谢谢~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-08

@清泉山 1170 楼 2013-08-08

不错不错，很精彩！呵呵！那么多企业老总的名字楼主都如数家珍.分毫不差，真是佩服啊！

呵呵~搞得好像在说那些老总是我的家珍一样~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-08

@豆童学 1172 楼 2013-08-08

不错接着学习

多谢支持~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-08

@忘名天崖 1147 楼 2013-08-08

把商战写的活灵活现，勾画的不错，赞

感谢您的鼓励~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-08

吃完回来聊~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-08

@xiaozhu909242 楼 2013-07-25

另外当时的王中旺,是不是一定必须把所有低端生产线和渠道都卖出去呢？虽然卖掉换来了现金,但相对来说也引起了其他企业的注意，并且同时是缺了补充新鲜血液的机会

@苍穹孤尘 1126 楼 2013-08-08

看了前面几个企业的故事，或者是事故；感觉当年朱元璋的“深

挖洞、广积粮、缓存王”策略一直管用。

恩怎么说呢？有时候也是时势造英雄，同样的策略看起来是管用，但在不同的时代往往也就有不同的背景，不同的运转也就带来了不同的决策，所谓人在江湖身不由己，这也就是为什么海尔的张瑞敏一直“如履薄冰”的原因了。说句实话，在中国其实一直就没有特别重视市场化商业运转的传统，所以企业家地位再高也依然觉得危机重重~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-08

回复第 1008 楼，@xiaozhu909

鉴于很多朋友对后面内容的期待，且有很多人也期盼一些研究课题，我把所有商业筹码狙击战的研究课题做成目录供大家参考，也满足一下大家的好奇心~

目录：

目录：

一、资本大鳄与企业创始人的厮杀博弈

雷士照明内斗危机（一）：兄弟反目祸起萧墙

雷士照明内斗危机（二）：掌控渠道暗度陈仓

蒙牛“与狼共舞”的迷失（一）:“资本蜜月”凸显的危机前奏

蒙牛“与狼共舞”的迷失（二）：国有化潜藏的“老牛智慧”

新希望“返璞归真”战略的成与败

“大胃王”中粮资本吞并路的消化不良根由

学会制造资本入侵的制衡“核弹头”

二、商标争夺战背后的鬼蜮伎俩

IPAD 商标争夺局中局（一）：唯冠衰落真相

IPAD 商标争夺局中局（二）：唯冠、苹果与破产诡道

上演“二母夺子”的“王老吉”抢夺战（一）：王老吉品牌增值之“祸”...

@天道阳光 1178 楼 2013-08-08

看了楼主的帖子,相似豆豆作家手法,总之,带点普渡众生味道!实在令人佩服!

没有，只是尽量客观的分析真相

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-08

@院中黄花菜 1179 楼 2013-08-08

写的很好。在看

多谢支持与鼓励~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-08

@我是别人的男人 1182 楼 2013-08-08

好贴要顶!!

感谢支持~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-08

@杯了个具比了个涯 1162 楼 2013-08-08

里

呵呵~外~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-09

@澎湃的心声 1185 楼 2013-08-09

如此好帖，多年难见！参考学习，不能不顶！

多谢支持~好诗好诗~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-09

@cryingwolf1101188 楼 2013-08-09

终于赶上大部队了，楼主太厉害了，这水平随便在哪儿都能混。而且还会混得很好，可否详细讲一讲资本运作方面的经典案例。

多谢您的支持~后面其实有大量的案例，前面目录已经放出，虽然在这不能所有都发出来，不过相信后面的帖子也能有相关分析。另外很快应该这部作品会出版，您随时关注吧~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-09

41、

第一,其实广药近些年一直都在多元化发展,由于投资过于分散,很多品牌逐步显出竞争力不够的问题了。而“王老吉”品牌回归之后,广药并没有将全部心思用在夯实品牌基础上,反而搞出了一个“大健

康”概念，并把诸多二线饮料的品牌冠以“王老吉”的名字，这样更加模糊了消费者的品牌认同感，实际上是企业品牌运作的一大忌。

第二，在渠道方面，由于过分着力于打击“加多宝”品牌，所以上诉要求对于以前加多宝的“王老吉”存货进行查封。这样做毫无疑问会得罪渠道商，因为对于渠道商来说由此产生的损失全部要自担。另外由于广药“王老吉”品牌尚未稳固，各渠道商都心存疑虑，所以这又是广药走的一步昏招。第三，就是合作以代加工的形式生产，这么做虽然能够快速生产产品,但却不可持久,因为众多厂商鱼龙混杂，让产品品质难以保证，所以未来广药必须拿出大精力来自建生产线。但在这方面广药显然经验不足,且他们也不见得有耐心去建立这样稳固的生产后方。

这些都只是隐忧，最重要的是当“加多宝”在努力夯实消费者品牌认知的时候,广药却慢慢吞吞,重要的广告宣传时机都被“加多宝”抢了去。关键的时间点的品牌确立与市场抢夺输了一城，从长远来看无论是品牌定位还是渠道建立、产品品质都无法保证。如此一来很可能只是昙花一现，让“王老吉”这个百年品牌在多元化的状态下逐步没落。

当然一切都需要时间去检验。但有一点需要注意，就是从历史来看，任何经历过市场磨炼，摸爬滚打出来的企业，其竞争力都要远胜于养尊处优的国企。不过即使是长期在市场竞争中处于优势的企业，也难免有被狙击的可能。

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-09

@与花花解语 1186 楼 2013-08-09

顶一下，中国民营企业在这环境中不好混

呵呵是啊~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-09

@wydok1192 楼 2013-08-09

lz 继续阿

恩已更新~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-09

@澎湃的心声 1189 楼 2013-08-09

回复第 1187 楼(作者:@xiaozhu909 于 2013-08-09)

@澎湃的心声 1185 楼 2013-08-09

如此好帖，多年难见！参考学……

早上醒来顶一个！

多谢一直以来的关注~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-09

@深圳莲花血鸭 1190 楼 2013-08-09

非常精彩

多谢支持~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-09

@百炼土豆 1201 楼 2013-08-09

好看！等更新!!!

感谢支持~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-09

@桔子小炮 1202 楼 2013-08-09

顶！深入浅出！坚持上下班途中学习，终于跟上了。

呵呵~感谢您的关注~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-09

@z65624651203 楼 2013-08-09

恳请楼主八的再现实点

呵呵呵好~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-09

@与花花解语 1204 楼 2013-08-09

楼主有没有福耀玻璃的案例，

这部作品中尚没做它的分析~抱歉啊~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-09..

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-09

@xiaozhu909703 楼 2013-08-01

另外,其实描写企业在某些商业环境中所处的地位以及他们的选择，并非为他们进行道德开脱，恰恰相反，就是要把这样的残酷环境展现到大家面前，才会让人重视，让人去反思~

@泰山剑侠 0071212 楼 2013-08-09

是啊，中国公司目前在发展了有一段历史的跨国公司面前，还有一些功课要做，还有一些东西要学习，但是凭着中国人的聪明才智，在残酷的国际大环境下磨练一番,假以时日,是不会输给外国公司的。

还是需要市场环境的公平以及优化

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-09

@我是别人的男人 1211 楼 2013-08-09

好文顶你!

多谢关注~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-09

@zhaopinjin20081214 楼 2013-08-09

终于跟上了，很精彩，收藏慢慢看。

呵呵谢谢您的支持与鼓励~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-09

@而今落魄邯郸道 1217 楼 2013-08-09

不知道说什么

呵呵~慢慢看就知道了

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-09

@铭茆 1210 楼 2013-08-09

码

多谢~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-09

前面有朋友说喜欢看啤酒大战,我就把我以前写的啤酒大战稿子专门调出来分享出来，以飨读者，希望大家能喜欢。该文稿选自本人作品《看得懂的经济内幕》未经同意请勿转载多谢~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-09

番外篇之啤酒争霸战 1、

中国啤酒行业的争斗应该说已经持续了近 20 年。而这近 20 年的竞争格局犹如一场古代战争。从开始的群雄并立，到后来的三足鼎立。再到如今的高手林立。可以说经历了沧桑的巨变。

但是从啤酒行业的竞争当中我们可以看到如果能够审时度势,结合自己自身发展有序的竞争，不断的累计自己的实力，则企业的发展会越来越强，而如果进入恶性竞争甚至为了“抢地牌”盲目扩张，则

很容易伤及自身。下面，我们就透过啤酒行业这十几年的巨变还有啤酒行业这十几年的变化，来逐一分析我们的企业巨头们曾经走过的弯路以及如今的竞争态势。

上世纪的九十年代，我国的啤酒生产厂家达到了数千家。可以说就像是古代一个个小诸侯国，虽然厂家众多，但能够有实力崛起的却并不多。但是有几个企业却开始逐步崭露头脚。首先，就是青岛啤酒。青岛啤酒是一家百年老厂，改革开放后虽然一直占据行业第一，但真正的让资本滚动，并且开始走向扩张的时候，还是从 1993 年开始的。1993 年青岛啤酒在 A 股和香港 H 股募集资金超过十五亿，从此开始，青岛啤酒开始了它的扩张并购阶段。虽然青啤的动作非常迅速，但燕京啤酒也不慢，在 94 年以前，青啤还是全国第一，九五年开始燕京啤酒的产量已经可以与青岛啤酒并驾齐驱了。而之后燕京啤酒同样也在 A 股与香港红筹股上市，总共募集资金三十多亿，那么就有了后来和青啤竞争的本钱。还有就是华润啤酒。与这两个企业相比，华润啤酒比较年轻，在当时来说也没有真正形成较大规模。且主要占据东北市场。所以说，从上世纪九十年代末到 2001 年之间，基本上就是燕京与青啤之战。

在当时的阶段，啤酒行业可以说基本上都有了一个共识，那就是啤酒行业正在从群雄逐鹿开始向产业巨头靠拢。也就是说，就像是古代战争一样，谁占得地盘多，谁就可能是将来的啤酒行业老大。

于是，在全国的范围内，青岛啤酒和燕京啤酒的扩张竞赛由此展开。燕京当时在华北市场已经逐步打开，而北京市场几乎是燕京的天

下。并且为了阻挡青岛啤酒的扩张，燕京啤酒透过兼并和收购，在全国建立了几十个生产基地。并对广东进行合围。面对燕京的战略布局当时青啤的掌门人彭作义曾经说过“前有狼，后有虎，中间一群小老鼠，打完老鼠打老虎”可见当时青岛啤酒已经有了全盘计划。青岛啤酒的扩张可以说比燕京锋芒必露得多,其掌门人彭作义的作风也像一个十足的将军，一上战场所向披靡。在并购的步伐中我们可以看到，青岛啤酒南到广东北至东北，进行了几乎全国性的扩张，当然还是主要以沿海等经济发达地区为主。

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-09

@天雨玄人 1220 楼 2013-08-09

精彩好贴，一定要顶。

呵呵喜欢就好~多谢支持~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-09

@翻滚的秋刀鱼 839 楼 2013-08-03

血粼粼

@xiaozhu909840 楼 2013-08-03

是啊~商场的战争就是这样~

@非咸非淡 842 楼 2013-08-03

今天看到广药再次祭出“诉中禁令”，要求法院判多加宝禁止使

用“10 罐凉茶 7 罐多加宝”的广告语，又是一件赤裸裸的违反商业伦理的事件。

@泰山剑侠 0071225 楼 2013-08-09

商品经济，利益最先，其次才是有些人的伦理道德。

所以关键是:他就是违反了,你又无法拿他怎么样。剩下的问题，你该怎么做？坚守道义坚持到死？还是开动脑筋想办法活？这就是问题的关键。而往往有时候好的企业就是这么给逼坏的~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-09

@qq6444690111228 楼 2013-08-09

楼主,貌似你写的都是快速消费品行业？？可以说说为什么吗？再次顶你，

也没有只是因为已发布的这些在目录前面而已~您可以看一下我放出的目录~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-09

@qq6444690111228 楼 2013-08-09

楼主,貌似你写的都是快速消费品行业？？可以说说为什么吗？再次顶你，

另外从宏观来说，其实这些行业往往生存空间非常狭小，其竞争

的态势也就更加猛烈，同时也会有更多的可分析与研究之处~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-09

@天道阳光 1232 楼 2013-08-09

楼主文采写得很棒，再顶顶！请教楼主一个问题：写得如此好的文章，你准确的题材是从哪方面咨询的？如果不方便答可以不理

这么说吧，除了必要的内部资讯，最重要的是多年来企业运作观察经验，某一个事件某一年某次的财务报表，甚至某一位领导在某段时间的言论，某一起时间在不同时期的结果，都可以在不断的分析中得到佐证,而最终的结果都指向某一个方向。就像是历史记录者一样，司马迁没有经历过每个朝代，但却用大量的史实佐证着其观点，最终让大家做出自己的判定。我这部作品不敢说绝对正确，但我可以基本保证绝对客观，我没有把某一件事情下定论，而把我深挖到的资料和研究分析出来，由您来下结论。我想这么做不仅对企业有一个公正的评价，对读者也是最大的尊重，您说呢？

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-09

番外篇之啤酒争霸战 2、

短短几年内，青啤就收购了全国大约四十多家啤酒厂。甚至把触角伸进了燕京的腹地：北京。继收购了上海的嘉士伯之后，青岛啤酒连续收购了北京的五星啤酒厂和三环啤酒厂,直接威胁到了燕京啤酒的大本营。燕京啤酒大惊之下，也曾经想深入青啤的腹地——山东，甚至一度到青岛做宣传。可是毕竟青啤的百年根基所在，加上运输和

青岛人爱喝散啤的特点，也让燕京并未占多少便宜。但其在山东的布局，还是对青啤造成了一定的威胁。在与燕京争夺市场的同时，青啤对华润的进攻也逐步展开。

2000 年上半年，青岛啤酒成功并购原鞍山迈威啤酒厂，矛头直指华润所在的鞍山瑞德公司。华润也做好了准备，对批发商和零售商实行封闭式的渠道管理，这一招确实奏效，这一次没有让青啤占到便宜。但青啤用绕过批发商直接送货到零售环节的办法占有市场，并且做了一连串的营销手段，到后来逐步占有市场并赢得了年轻人的青睐。不过华润面临自己的家门之战也绝不会屈服，双方你来我往互有胜负……九十年代末开始的这场并购战，让原本数千家的中国啤酒企业，迅速的缩小为 100 多家从种种迹象表明，青岛啤酒似乎已经逐步占了上风。也成为了能够成为行业老大地位的不二选择。

但这时得青岛啤酒没有意识到，自己由于跟对手的抢地盘式的竞争，让自己拉长了战线，并逐步把自己拉向了危险的边缘。不过这时意气风发的青啤掌门人，人称彭大将军的彭作义，却并没有看到青啤未来的危机。可能也是因为多年的操劳，正当壮年的彭作义，因为心脏病发作，过早的离开了他多年经营的青岛啤酒。应该说，彭作义掌舵青啤的几年，青啤是有着巨大飞跃的。尤其是上任初期，企业的盈利能力以及组织架构相对薄弱，在他的管理和带领下，让青啤有了质的飞跃。不过到了 2000 年开始，由于这种过快的发展和过长的战线，青啤也逐渐出现了很多问题。而掌门人的去世更是让青啤的未来风雨飘摇。

这个时候,新的掌门人的出现和他的一系列措施,改变了这一切。

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-09

今晚正好是青岛国际啤酒节的开幕式,现在电视还在放晚会直播呢，应应景，正好发啤酒争霸战，也算是另外一种庆贺吧呵呵~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-09

@6021379961239 楼 2013-08-09

楼主写的好好啊，学习中。。辛苦了哦

您客气了~喜欢就好

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-09

@天道阳光 1241 楼 2013-08-09

此作品不凡!如楼主把意提升到事物的属性层次上，这属于一部什么价值的作品？值得一辈关注的好作品!

多谢您得抬爱~欢迎继续关注~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-09

@gognshan1238 楼 2013-08-09

回复第 1137 楼(作者:@笑嘿嘿吆于 2013-08-08)

@出轨撞豆腐 927 楼 2013-08-05

等待楼主晚上亮相

……

俗

呵呵~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-09

@平常 07541227 楼 2013-08-09

跟上大部队了。

加油

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-09

没人了么?

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-10

@淡如风 90651246 楼 2013-08-10

非常的精彩，楼主加油!

呵呵还有人啊~谢谢~感谢支持~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-10

好了~今天就到这里吧~我们大家明天见~感谢支持~明天继续连载

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-10

@newpower50961251 楼 2013-08-10

晕，刚说完就看到明天继续。

呵呵抱歉啊~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-10

@344212371249 楼 2013-08-10

还没有更啊?

早上继续更新~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-10

@wc1972man1254 楼 2013-08-10

赞一个，平时积累丰富，案例分析精辟

感谢支持与鼓励~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-10

@ilovefeiyu1256 楼 2013-08-10

好贴，必须顶

感谢楼主分享

多谢您这么晚来关注和支持~早点休息吧~晚安~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-10

@天道阳光 1232 楼 2013-08-09

楼主文采写得很棒，再顶顶！请教楼主一个问题：写得如此好的文章，你准确的题材是从哪方面咨询的？如果不方便答可以不理

@xiaozhu9091235 楼 2013-08-09

这么说吧，除了必要的内部资讯，最重要的是多年来企业运作观察经验，某一个事件某一年某次的财务报表，甚至某一位领导在某段时间的言论，某一起时间在不同时期的结果，都可以在不断的分析中得到佐证,而最终的结果都指向某一个方向。就像是历史记录者一样，司马迁没有经历过每个朝代，但却用大量的史实佐证着其观点，最终让大家做出自己的判定。我这部作品不敢说绝对正确，但我可以基本保证绝对客观，我没有把某一件事情下.....

@走过还路过又错过 1266 楼 2013-08-10

楼主太厉害了，无私奉献，佩服，佩服（其实你都可以写书来卖了）。

多谢您的鼓励，实际上这文章前几天经洽谈已经确定出版，应该在半月内就能在书店买到了

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-10

番外篇之啤酒争霸战 3、

由于青岛啤酒的掌门人意外逝世，2001 年的 8 月份，金志国临危受命。他的受命可以说基本是由市场和管理能力的自然选择。为什么这么说呢？在当时状态下的国资背景企业,一般要么就是排资论辈上去的，要么就是由上级指派。但是在当时状态的青岛啤酒，如果没有一个有魄力、有能力改革的领头人是无法带领青啤走出困境的。这

个时候青啤把目光落在了只是一个总裁助理，分管北方、西北和华北的金志国身上。希望可以透过一个从低做起，了解青啤的企业运作经经过多年历练但是非常年轻充满朝气的他带领青啤走向更高的天空。而事实证明，他确实不负所望。

刚刚接手青啤的时候，青岛啤酒已经危机四伏。就像一个庞然大物但外强中干。由于连续的资产并购以及与同行的竞争。让青岛啤酒的盈利能力大打折扣。在未大幅并购以前，青岛啤酒的整体设备使用率达到了百分之九十八以上，而在 2001 年前后，这个数值降到了百分之六十到七十之间。

为了低成本扩张，青啤收购了大量破产企业，由于设备机器及技术跟不上，也就造成了大量闲置。而净资产回报率更是下降惊人。虽然青啤的年产量从 1996 年的 37 万吨增长到 2001 年的 250 万吨（实际生产能力却已经超过 360 万吨），但净资产回报率也从百分之十二降到了百分之三左右。

而由于这种回报率的逐年下滑，香港股票市场立刻做出了反应，股价也不断的下滑，从 94 年的 8 元左右跌到了 2001 年的 1 元。2001 年，虽然青啤的市场占有率已经超过了百分之十一，但盈利能力的持续下降尤其在中低端大众市场的盈利能力更是令人担忧。当年在低端市场亏损就达 7000 多万，另外高负债率也在拖累着企业发展。在并购扩张最多的几年，青啤债务资产比率接近百分之九十。每年盈利能力都萎缩到一亿以内，但因为并购和扩张每年要付出近十亿的代价。

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-10

@大笨钟没没 1260 楼 2013-08-10

这样的帖子让我寝食难安，要顶！

速更，蹲点守候

多谢支持~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-10

@与花花解语 1261 楼 2013-08-10

Lz 体息，慢慢道来。最近李嘉诚事件，有什么感触，我觉得他的嗅觉最感敏，诡道运用非他莫属，楼主可否让我们分享你的看法。

应该说李嘉诚的考虑必然以安全为第一大考虑,这大的商业帝国不能再以“敢闯敢干”为核心,而是如何的投资组合最安全为大前提。而其在遗产继承方面的深思熟虑也非常为人所称道,关于这一点在商业筹码狙击战后面关于家族连锁案例里会有分析。至于最近的事情我在这里还不能妄下断言，因为要客观的观察分析，所以为得到较多资料前一切都不能随意定论，多谢您的参与~欢迎继续关注~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-10

@F 嘟 ck1272 楼 2013-08-10

每天都来看 lz 更新了没有。。

感谢~还是不断更新中

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-10

@天道阳光 1269 楼 2013-08-10

各需所取，效率至上！顶到楼主一切所愿！

感谢您一直以来的支持~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-10

@澎湃的心声 1221 楼 2013-08-09

每来必顶！感觉到处危机四伏，内部高层的一些人为了自家的利益致法律与道德底线不顾！外部小屁孩也来欺辱两下！难道国运到头了？

这确实是事实~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-10

番外篇之啤酒争霸战 4、

这样一来青啤每年支付的还款利息就高达一亿。所以，2001 年预期净利润是一亿七千万，而实际却只完成一亿元。金志国上任之初所面临的就是这种庞大的、低效的并且资金紧张的青岛啤酒。如何改变这一切呢？金志国上台之后进行了一系列大刀阔斧的改革。首先，是整合网络平台。把原先青啤独立的行政和市场运作进行重新整合，在全国逐步形成了八个事业部，专门把青啤透过信息共享和统一分配市场订单和送货。另外成立了仓储调度中心，对全国市场区域的仓储运行进行了重新的规划，仅青岛本部仓储面积就由原来的七万多平米降到了三万平米以下。虽然产量在不断增加，但仓储成本反而减少了。

然后就是物流的改革，把车队外包整合，与招商局合资并交由其管理做专业化运输，这样下来一年节约成本 1000 万的同时，扩大了送货的有效时间辐射范围，300 公里内可以喝到当天生产的啤酒，300 公里以外可以喝到隔天的啤酒。这样不但节约了时间、人力资源、仓储空间、加快了流转速度。更为青岛啤酒一年节省了近五千万的资金。

其次，就是优化产业组合和品牌的重组，先在收购的四十多家企业当中，对那些盈利能力较好，整体运转健康的企业增持股份，而一些盈利能力较差的企业进行了减持没这样就优化了产业结构，同时减轻了企业负担。另外为了防止收购的品牌过多造成了市场重叠，进行了品牌重组，保留一些具有区域竞争优势的品牌，并强化了青岛啤酒的国际品牌带来的附加值。青啤自 2002 年起逐步减慢了收购步伐，全面进行增强核心竞争力的工作。

在 2002 到 2003 年间，青啤只收购了厦门银城股份有限公司及湖南华狮啤酒厂。青啤 2003 年年报显示，该公司 1-9 月份的纯利为 2.599 亿人民币，较去年同期增 11%。而主营业务收入 62.36 亿人民币，较上年同期增长 9%。

在金志国的领导下，青岛啤酒总算开始逐步走出危机，并开始逐步累积市场竞争力，逐步开始真正由“大”变“强”。

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-10

@砖头党 885 楼 2013-08-04

中国海这种国企就是典型的在国内当婊子又立牌坊形成思维定势，以为境外也能按照想象中的规则办事。所以失败是注定的。和外

企来到国内，快速转化身份，不可同日而语。

国内这些所谓的资源巨无霸，没有庞大的政策优势，以及财政补贴，倒掉都是分分钟的事。完全是政府权力的附庸。

@泰山剑侠 0071265 楼 2013-08-10

说得对，我与某央企派到国外工作的高级金领探讨过中国企业走出国门后的困境。据他说有几个原因：1，领导没有市场经济思想意识、对资本的本质认识不够，过于相信学校里学到的东西；2，对所在国的市场、资源和相关企业情况不做深入、细致的研究，满足于酒会上的你好、我好、大家好；3，面对出现的各种问题首先想到的是汇报给国内上级；4，在竞争对手面前，只有自己降价一条路子。...

呵呵感谢你一直以来的参与~很好~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-10

@怡红公子 31280 楼 2013-08-10

楼主知识渊博，有自己的见地。妄自猜测下，是财经类杂志的编辑还是大学经济类研究员？

哪里哪里~仅是一五湖浪子~因多年放荡不羁，所以只一自由财经作家而已

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-10

欢迎继续讨论~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-10

@翻滚的秋刀鱼 839 楼 2013-08-03

血粼粼

----……

嘿嘿，所以我们幸福的吃上了地沟油……

@翻滚的秋刀鱼 1276 楼 2013-08-10

是的，还有很多都吃不上地沟油……

呵呵呵~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-10

@lldd123958 楼 2013-08-06

资本运作就是个魔鬼，它的破坏性远远地大于了建设性。

它是一种冷战时期的侵略手段。不顾宿主的死活而追逐利益是它唯一目的。

@泰山剑侠 0071284 楼 2013-08-10

是的，商业利益和政治利益结合的怪物。

---

^_^

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-10

@串串烧 1631287 楼 2013-08-10

回复第 722 楼(作者:@xiaozhu909 于 2013-08-01)

@xiaozhu909712 楼 2013-08-01

最重要的是企……

看了几页两个人的观点,有一个不知不觉把自己的观点反驳掉了,呵呵。

呵呵呵~你还怪细心的~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-10

@走过还路过又错过 1289 楼 2013-08-10

他们高高在上，没那么多花花肠子，哈哈。

呵呵~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-10

@chquzh1258 楼 2013-08-10

围观

感谢关注~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-10

@经济小萌 1292 楼 2013-08-10

加油楼猪

多谢~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-10

晚饭晚饭~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-10

8、

蒙牛“与狼共舞”的迷失（二）：国有化潜藏的“老牛智慧”

这几大基金投资之后,又与蒙牛在 2003 年签署了一份对赌协议，其实也就是“看涨期权”。其中约定，2003～2006 年蒙牛乳业的复合年增长率需不低于 50%，若达不到，公司管理层将输给这些基金 6000 万～7000 万股的上市公司股份；如果业绩增长达到目标，这些机构就要拿出自己的相应股份奖励给蒙牛管理层。

这纸协议对蒙牛来说看似是一个“业绩激励”措施，.....

@令狐郎冲 1295 楼 2013-08-10

我看多《蒙牛内幕》这本书，楼主写的很大气，读来酣畅淋漓，继续更新啊

多谢您的鼓励~多指教~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-10

@酸木瓜 maw1297 楼 2013-08-10

感谢楼主，楼主就是“天涯高人多”的最佳注解！

谬赞了~多谢您的支持~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-10

@rh_echo1296 楼 2013-08-10

mark

感谢支持~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-10

@铁木甄 1301 楼 2013-08-10

HHHHHHHHHHHHHHHHHHHHHHHHHHHHHH

HHHHHH

感谢~只是~这是要闹哪样？

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-11

@艾伊寻风 1303 楼 2013-08-10

楼主加油，我就是学经济的，感觉受益匪浅。

多谢您的支持~多交流~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-11

@澎湃的心声 1304 楼 2013-08-11

先报个到，再慢慢顶！

欢迎关注

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-11

还是那句话，法制要给商业足够的尊重，包括监督的公正性、生存空间的关爱，合理的疏导才能健康发展，对公民、民营企业每一个个体都有足够的权利得以伸张,都能够既保证权益的同时又不会有失公允,这样的大环境确立才能够保证整个的主流商业环境是积极且正能量的。当大的商业环境逐步改善之后，所谓的商业伦理也就能够逐步形成商业传统并以发散式的发展方向让不同的企业拥有自己独特且为人信服的商业个性。他们有自己的个性，但却又有着共同的商业伦理基础，这才是商业法制公正的重要性。

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-11

说到底，私有财产神圣不可侵犯是将来必然的发展方向。而所谓的公有制其实无私显见私，监督反而跟不上。公有制未来的作用必须是非盈利的，为民谋福利的公共事业单独来做。但凡有垄断利润的必然越做越差。而反而是私有制企业以前的限制太多，未来的方向必须是逐步多给引导,建设大的公众服务平台来服务企业让企业在尽量公正的市场环境下生存，这些都是政府必须逐步改善的。

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-11

为什么我说起私有财产的问题，目前我们的问题是，不管发展的多么大的企业和企业家，都在为自己留后路，他们是没有安全感的，不管在任何时候都可能被抓一招之错出现问题,这里面包括商业因素，也包括非商业因素。而如何让大家拥有安全感，这是未来必须解决的

问题。政府的职能是服务，而非单纯的收税。好了说的有些多，但我想我的意思大家也都能明白，我想说的是，大家要理性的看待问题，不要单纯批判谁，但也不要一味的为某些人开脱说：本应如此。在畸形的大环境下，往往其商业发展也不那么健康，发展形式也伴随着某些畸形，但为什么出现这些生存的形式？为什么很多商业形式只具有中国特色而非世界性的？这也就是我写这部作品最关键的一点，希望能用较为客观的角度和观点来带给大家一些思考。我只给大家解剖，结论有大家自己来下，每个人都有自己心目中的标准答案。关键是，我们该先活着，再考虑如何活。这句话比较残酷，但却是必须面对的事实、

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-11

@ilovefeiyu1307 楼 2013-08-11

好文章顶必须顶！

感谢支持~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-11

@飘摇的人生 1316 楼 2013-08-11

嗯很深奥

写的很好，就是我看不懂而已

0(∩_∩)0 哈哈~

呵呵~感谢来支持~多谢多谢~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-11

@落霞秋水心 1318 楼 2013-08-11

原来群里那么温和讷言的楼主居然有如此犀利精彩的文字和专业才华,太佩服了.

涛涛江水连绵不绝啊~~~

太感谢您的支持~多谢~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-11

番外篇之啤酒争霸战 5、

在青岛啤酒的抢地盘战略逐步由全面进攻转向区域防守的同时，整个中国的啤酒业格局也发生了重大变化。原本在中国青啤与燕京的双雄争霸的状态发生了改变，变成了青啤、燕京、华润三分天下的三足鼎立的格局。

当青啤忙于内部产业结构调整与整合的时候,燕京逐步的展开攻势。2002 年破产收购福建南安惠源啤酒厂，成立福建燕京啤酒有限公司。2003 年 7 月 27 日，燕京啤酒斥资 3.624 亿元并购福建惠泉啤酒 38.15%股权，成为惠泉啤酒的第一大股东。燕京的南下扩张，让一直冷眼旁观的华润啤酒再也坐不住了。华润虽然具有华润集团和 SAB 两大巨头雄厚的资本支持，但行为一直比较低调。但非常值得注意的是，虽然青啤燕京几度扩张地牌，但是一直没有真正打进东北市场。华润啤酒在不知不觉间悄悄的控制了整个东北市场的局势。

而 2001 年燕京在山东、湖南等地的扩张并没有对北京本地的发

展提供真正的帮助。反而让它在2001年亏损5000多万。这样一来虽然燕京还是在扩张中但实际上无力去东北与华润争雄。这样华润在雄厚资金实力的背景下逐步开始锋芒初显。

1993 年底，华润正式接手原沈阳啤酒厂，成立沈阳华润雪花啤酒有限公司。也就是后来的雪花啤酒。1999年开始，在全国啤酒业扩张吞并的战旗之下，华润大连啤酒公司的市场占有率从 15%升到了70%。而对手的占有率一直在萎缩。华润逐步开始对扩张市场兴趣大增。2001 年 4 月，华润大连啤酒收购了规模大它数倍年几千万利润的原大连棒槌岛啤酒厂。这样一来，如此强大的收购行为就让沈阳、吉林、大连三点有效的连成了一线，逐步开始巩固了东北市场，成为了东北的第一品牌。

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-11

@mypighead1323 楼 2013-08-11

事杂，只能挤时间看，先 mark 下，关注楼主跟新

恩多谢您的关注~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-11

@非是地方的师傅的 1322 楼 2013-08-11

xuexi

感谢支持

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-11

番外篇之啤酒争霸战5、

在青岛啤酒的抢地盘战略逐步由全面进攻转向区域防守的同时，整个中国的啤酒业格局也发生了重大变化。原本在中国青啤与燕京的双雄争霸的状态发生了改变，变成了青啤、燕京、华润三分天下的三足鼎立的格局。

当青啤忙于内部产业结构调整与整合的时候，燕京逐步的展开攻势。2002 年破产收购福建南安惠源啤酒厂，成立福建燕京啤酒有限公司。2003 年 7 月 27 日，燕京啤酒斥资 3.624 亿元并购福建惠泉啤.....

@孩子天堂 831328 楼 2013-08-11

我怎么感觉哈尔滨啤酒很不错啊，从装潢到目前的广告，还有口感，青啤的口味有些重，继承了德国啤酒的传统，哈尔滨的口感更适合国人。

这里面有个地域口味差别的问题，另外一般来说，哪一家啤酒企业在本土的销售市场往往是最坚实的~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-11

@与花花解语 1326 楼 2013-08-11

华润是党企，也来蚕食内地市场，可见？

呵呵这个很正常

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-11

@天下第三巡抚 1332 楼 2013-08-11

打卡，跟进学习。楼主慢慢写，慢功出细活

恩感谢一直的关注

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-11

@非咸非淡 1333 楼 2013-08-11

呵呵，有什么样的人民就有什么样的政府，有什么样的人民就有什么样的商业，无论是制度还是道路今天中国的现状是中国人选择的。

但却没有给每一个人选择的权利

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-11

@老陕 20101334 楼 2013-08-11

我们该先活着，再考虑如何活。这句话比较残酷，但却是必须面对的事实、

这是关键

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-11...

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-11

@与花花解语 1327 楼 2013-08-11

回复第 1314 楼(作者:@xiaozhu909 于 2013-08-11)

为什么我说起私有财产的问题，目前我们的问题是，不管发展的

多么大的企业和企业家，都在为自己留后路，……

----------^_^

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-11

@老陕 20101334 楼 2013-08-11

我们该先活着，再考虑如何活。这句话比较残酷，但却是必须面对的事实、

@xiaozhu9091338 楼 2013-08-11

这是关键

@非咸非淡 1341 楼 2013-08-11

楼主认为，吴长江没有了雷士会活不下去吗？

地沟油贩子不卖地沟油了会活不下去吗？所有制假者真的都是活不下去了才违背道德？

吴长江没有了雷士绝对也会远比一般人活得更加滋润。

呵呵呵~您要这么说我也没话说了，也没必要讲什么商业生存问题了。

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-11

晚饭

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-11

番外篇之啤酒争霸战 6、

华润的扩张与燕京和青岛啤酒不同的是，它总是步步为营，稳扎稳打。虽然资金实力雄厚但并不盲目扩张。它的战略往往就是先占领市场，再收购扩张。2000 年开始在成都准备扩张，准备与当地另一品牌——蓝剑集团合作，但却谈判未果。于是，在一年的市场战略运营之下，逐步对蓝剑造成威胁，终于成功收购，从而建立了西南的大本营。从青啤、燕京的全面收购扩张来对比，华润的收购都是有备而来，并且都是大品牌。这样就避免了资金的分散以及盲目扩张可能带来的资金短缺问题以及过大导致需要大量精力整合资源。如此一来，华润也就三分天下有其一，并且拥有最强的资金背景。而三足鼎立的形势也逐步确立。

在整个国内大形势确立之后，啤酒行业逐步由发生了巨大变化，就是逐步由抢地盘，变成了抢市场。而另外最大的变化就是，外资集团逐步从幕后走向台前。那么啤酒业在近些年逐步形成了怎样的战略，又会出现什么样局面的竞争，最终又将导致什么样的结果，对啤酒业造成什么样的影响呢……

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-11

@非咸非淡 1345 楼 2013-08-11

呵呵，生存最伟大？多少罪恶假生存之名哦

这话说的，那研究历史也没必要了，慈禧太后卖国，所以研究那时她实行的各种政策影响以及她在面对各种环境所做的决策也是一

种宣扬卖国了~这题目太大~我做不来呵呵呵~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-11

@非咸非淡

这么说吧，从没有否认，也没有说商业伦理不对。只是一个人能做的事情是有限的，有些人愿意也善于说某件事情，有些人呢可能更愿意说另一个层面的事情,个人觉得我和很多人一样都是希望大家应该具备商业伦理，但我只能做到一个历史的剖析者，却做不了历史的指导者，也许您是后者，但我只能做到自己能做的事情。希望有一天您能写一写您的心得指导一下如今的商业伦理走向。我很期盼~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-11

@gkty10141356 楼 2013-08-11

有没有更多的商业内幕也好从中学习学习

有的后面还有些连载,不过你想要看更多更全面的就等我这本书出版时候，估计半月内就上市。

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-11

@仇永辉 1357 楼 2013-08-11

楼主新出的书名叫什么？能问一下您的姓名吗？到了书店好找，谢谢啦！您的大作太长知识了！

名字应该就是这个《商业筹码狙击战》没意外不会变。估计半月

内上市，估计一般当当或者亚马逊先卖。如果网上买记得评论下呵呵呵~等上市我会在这说的~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-11

@仇永辉 1357 楼 2013-08-11

楼主新出的书名叫什么？能问一下您的姓名吗？到了书店好找，谢谢啦！您的大作太长知识了！

辛华豪

~呵呵

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-11

为什么我说起私有财产的问题，目前我们的问题是，不管发展的多么大的企业和企业家，都在为自己留后路，他们是没有安全感的，不管在任何时候都可能被抓一招之错出现问题,这里面包括商业因素，也包括非商业因素。而如何让大家拥有安全感，这是未来必须解决的问题。政府的职能是服务，而非单纯的收税。好了说的有些多，但我想我的意思大家也都能明白，我想说的是，大家要理性的看待问题，不要单纯批判谁，但也不要一味的为某些人开脱说：本应如此。在畸形的大环境下，往往其商业发展也不那么健康，发展形式也伴随着某些畸形,但为什么出现这些生存的形式？为什么很多商业形式只具有中国特色而非世界性的？这也就是我写这部作品最关键的一点,希望能用较为客观的角度和观点来带给大家一些思考。我只给大家解剖，结论有大家自己来下，每个人都有自己心目中的标准答案。关键是，

我们该先活着，再考虑如何活。这句话比较残酷，但却是必须面对的事实、

@天道阳光 1362 楼 2013-08-11

不论中国特色性商业还是世界性商业,都逃不过事物的发展规律!楼主分析的没得说，顶顶

多谢一直的支持~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-12

@F 嘟 ck1355 楼 2013-08-11

试问楼主,红牛与乐虎的关系是不是和王老吉与加多宝的关系是差不多的啊？？

看起来感觉很像其实内中有着本质的不同,将来我会作为案例详细分析~在这就先不多说了~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-12

----看还有人来没

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-12

@千结千解 1366 楼 2013-08-12

好，顶一个

感谢支持~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-12

各位晚安~明天继续~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-12

@H_孤独的男青年 1369 楼 2013-08-12

樓主，我終於跟上進度了，可是等更新也煩惱啊，你少回復一些沒必要的謝謝，大家都知道你有禮貌，趕緊更的吧

呵呵~好

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-12

番外篇之啤酒争霸战 7、

在啤酒行业三足鼎立之后，其竞争的格局也发生了巨大的改变。开始逐步从地盘抢夺战转变为市场争夺战。这个时候，青啤逐步摆脱了危机,燕京调整好了战略方向并巩固了地盘。华润也基本布局完毕。如此一来，三雄象征的局面就不可避免。尤其是近几年，竞争愈加激烈。且看他们各自是如何对市场进行争夺的。

先来说燕京啤酒，相对来说，燕京啤酒在近些年的扩张和收购的动作是属于逐步由缓趋快的状态。尤其是当青啤调整战略，而华润进行其独特整合的时候,对于燕京来说自然是最好的巩固底盘以及有计划扩张的时刻。

对于它来说,青岛啤酒面临自己问题的时刻其实由于跟青啤的争夺战，也有很多自己的问题。但是毕竟论战线没有青啤铺得那么长。其中自然有利有弊。有利的地方是论危机和面临的挑战，青啤要比自

己严峻得多。但弊端也不是没有，就是有些非常有价值的区域性市场被青啤所控制。另外在抢夺市场方面，由于燕京过于注重在主战场与青啤的争斗,忽略了发展具有区域竞争优势或者一些青啤尚未控制的市场。导致了主战场没有讨到好去，区域市场也没有好好的占领。所以，当整个市场格局发生转变。

做了一些调整之后,燕京成为了近几年扩张和并购最频繁的公司之一。在近些年，燕京主动的加快了步伐，并逐步推行构建北京、广西、福建、湖北、内蒙古五大强势核心市场区域的战略。而到 2008 年,其强势核心建设布局也基本完成之后就逐步由各个核心点向四周发散辐射。

三足鼎立往往是此消彼长。在长时间的韬光养晦之后，华润啤酒逐步开始强势南下。在青岛啤酒铸造品牌优势强化核心竞争力的时候，拥有雄厚资金实力，也没有“扩张后遗症”的华润就开始了全面的进攻，这一点，不管是对燕京还是青啤，都是强大的威胁。而其强行进去的市场，往往也是青啤很重视的市场。因此从各方面来说，青啤所受的威胁更大。

之所以形成这样的局面，是因为青啤这些年更加注重利润率，这一点本身是没错的。但是在强大竞争对手林立的中国，一个地区销量的下滑也就意味着整个区域控制权的逐步丧失。虽然青啤在战略转型方面非常成功，但是由于为过去扩张过速买单的的经历，也让青啤的市场占有率发生了变化。

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-12

@非咸非淡 1372 楼 2013-08-12

回复第 1352 楼(作者:@xiaozhu909 于 2013-08-11)

@非咸非淡

这么说吧，从没有否认，也没有说商业伦理不对。只是一个人能做的事情是有限的，有些……

其实我们说的都是一个层面的事情，呵呵。你说的商业案例分析其实是在说商业逻辑，讲逻辑其实是在理性范畴。不要认为理性和道德是两个层面是东西,恰恰相反,道德是最高理性。康德说“道德律”，亚当斯说“首先是道德人，再是经济人”.....

@非咸非淡 1373 楼 2013-08-12

其实今天中国企业的失败既是商业伦理的缺失,也是商业理性的缺失,没有商业理性的公司如何能成为伟大的公司？只能永远在生存状态下苟且，三十年前是生存，三十年后还是生存，何其可悲？

恩您这句话说的对，相对来说，市场环境的公平化与商业道德一样重要。但需要注意的是，市场环境可以透过法制化的建立，市场监督的完整不断改进，但商业道德却并非“构建”和“教育”能做出来的,恰恰也是取决于市场的监督与保护,两样不分轻重,但却分主次。

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-12

@xiaozhu9091314 楼 2013-08-11

为什么我说起私有财产的问题，目前我们的问题是，不管发展的多么大的企业和企业家，都在为自己留后路，他们是没有安全感的，不管在任何时候都可能被抓一招之错出现问题，这里面包括商业因素，也包括非商业因素。而如何让大家拥有安全感，这是未来必须解决的问题。政府的职能是服务，而非单纯的收税。好了说的有些多，但我想我的意思大家也都能明白，我想说的是，大家要理性的看待问题，不要单纯批判谁，但也不要一味的为.....

@泰山剑侠 0071375 楼 2013-08-12

赞同！在我老家山东，像我这些四十岁的人受的教育首先是官本位，其次是做学问，对谁有钱不怎么放到心上，因为要把有钱人搞成穷光蛋太简单了。这三五年里才议论谁谁有钱了，这也算是社会的进步吧。

如果说西方社会是商业社会，那么我们就是官体商用的社会，也就是官为体，商为用，官为主商为辅。商的发展，一切围绕官进行，想要有钱必须借助权力通行，而想要升官又必须依靠钱来开路。这就形成了我们所特有的官商体系。很多时候很多看似成功的商人不过是借助了某些官员之力，所以很容易卷入官体争斗中成为牺牲品。好了，话题也越说越敏感，就不多说了，所以在这种畸形的商业体系之下才会出现越来越多畸形的企业和企业家们。

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-12

@落霞秋水心 1318 楼 2013-08-11

原来群里那么温和讷言的楼主居然有如此犀利精彩的文字和专业才华,太佩服了.

涛涛江水连绵不绝啊~~~

@泰山剑侠 0071378 楼 2013-08-12

请发群号码，谢谢！

呵呵呵没有，那是天涯的版主群~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-12

@非咸非淡 1379 楼 2013-08-12

说句貌似惊人的话，中国 90%以上的经济学者和企业家是不具备商业理性的。

要先知道主体是什么？商业社会的主体是企业,企业这个主体自身没有理性和道德，制度是空转的。制度要有个妈妈，他不是自动生成的,制度是基于理性和道德的,没有这种认知,制度会难产,流产。对吴长江案例的交口称赞就是理性和道德观除了问题,整个社会不认为吴的行为是不道德不理性的,怎么会有相应的制度产生？自由的另一面是自律，人也好，企.....

说实话，人类本身就不具备自律的能力。任何的自律基础必须源于大众共同的约束。在没有任何法制限制的前提下谈自律就想让一个

性欲亢奋的男人守着一大堆美女而又不需要为自己的行为负法律责任的时候让他自律，他会自律么？您说的对，制度要有个妈妈，但现在的制度妈妈是谁？是你我？是 ZF？还是某些权力拥有者？标准呢？一致么？双重标准存在于各个阶层。既然制度都是双重标准，那么道德怎么能达到一致？这就是目前的社会性问题

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-12

更重要的是，这也是为什么并不仅仅目前商业道德缺乏，社会道德也缺乏的根本原因

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-12

@泰山剑侠 0071376 楼 2013-08-12

到时候，楼主不要吝啬，要送签名本啊！

应该会有活动~呵呵

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-12

@砖头党 1384 楼 2013-08-12

这些黑暗的内幕，不是圈内人或者本地人，有几个清楚地？

哪个光环背后都是一坨屎！

LZ 只是从公开的信息里来分析走势，很多内幕不是 LZ 能够知道了解的。原谅 LZ 吧。

其实有些东西往往掺杂着很多非商业原因。但并非所有都能一一道来。案例分析往往就是这样，如果真的什么层面的都说出来，那只

是在天涯多一个实名举报帖而已。我在这里就是尽量客观的将商业案例用商业角度进行剖析，给大家带一些参考和启示。说到底，在目前的状态下，我能写的能做的尽力而为而已。

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-12

@H_孤独的男青年 1385 楼 2013-08-12

這貼人氣還不夠，看一次頂一次先

多谢支持~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-12

@长征路上的假行僧 1389 楼 2013-08-12

其实这是公开报道的

楼主无视此事件，我有点奇怪，所以才这样发言的。如果是私营企业主，在如此大环境下，还有点情有可原

但作为一个上市公司,作为公众公司吴长江利用雷士照明为自己家族谋利益，没起诉他，也很奇怪

所有的商业行为，离开法治，谈何伦理，谈何技巧

楼主在故事外的观点，我到是比较认同

希望楼主不要为了故事好听，而失去了观点

恩不会~谢谢您的提醒

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-12

@长征路上的假行僧 1399 楼 2013-08-12

楼主毕竟不是刘姝威，专业的分析怎么多企业，也为难楼主了

@砖头党说的也对。不要误导涉世不深的年轻人

在故事外，楼主可以亮亮自己的观点。既不影响故事，也给有心人提个醒

恩在每一章最后一节都有专门的总结比较和观点陈述。因为连载往往大家是一个个案例去看,所以还没看到很多。在本作品中共八章，每章一个侧重点每章讲一类企业或一种经济现象带来的冲击应对可能。后面在讲到网络、单机游戏业生存的时候也是有专门的案例比较然后得出结论。这也是这部作品的不同的地方，看似微观，但却用众多案例组成并形成一些大的宏观角度。区区八章不到 30 万字用了几十个案例的目的也就在此。能够让更多人看得懂吃的透，同时也能带出一些深层次的东西这是核心。可能不会没个案例的每个细节都展现出来，但总体都会围绕一个核心在走。

这么说吧,我最后一章的后记总结最后一句话其实道出了我想说的话，在这里剧透一下吧：商业诡道，道为本，诡为末,本末不可倒置。

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-12

@柒水 20131403 楼 2013-08-12

支持。真心写的不错，很少留言评论~~

恩感谢您的留言

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-12

番外篇之啤酒争霸战 8、

另外青啤在产业整合虽然取得了成绩,但是由于其过于强调品牌地位,让原本一些在市场较有地区竞争力的品牌消失,这样就意味着品牌进入地方战场要重打锣鼓令开张,也在另一方面给了华润和其他品牌以缓冲时间和可乘之机。比如山东日照,青岛啤酒用旗下的崂山啤酒代替被收购的汇泉啤酒,同时重新招募自己的业务员来打开崂山啤酒在日照的市场。这样就给了银麦和雪花啤酒占领市场的时间。痛定思痛之后,青啤就改变了策略。但这时想一下子收复江山也并非易事。

再来返回头说华润,由于其强大的资金以及强大的啤酒品牌收购战略。让华润有足够的筹码来跟青啤和燕京一争天下。从 2002 年开始,华润逐步从多品牌发展逐步将重心转移到对雪花啤酒品牌的重点打造,并赢得了年轻人的青睐,随后华润开始全面扩张,尤其是跟青啤形成强力竞争。

到 2005 年,华润雪花产销量高达 158 万吨,已经超过燕京和青岛,比 2004 年增长 46%以上。并且华润一改重点的品牌收购战,转向了同青啤当年类似的战略,对中小啤酒厂进行全面的收购,不同的是,华润由于其资金优势,采取了收购和新建相结合的方式。2006 年,华润分别以 3.38 亿元及 8100 万元的代价收购浙江银燕啤酒有限公司 100%的股权和安徽淮北相王啤酒有限责任公司的资产,完成了第 43 和第 44 家厂商的收购。

09 年以后，华润开始全面进攻山东市场，09 年 3 月收购琥珀啤酒并正式启动山东市场，接着迅速投入巨资升级生产设备、引进先进酿造工艺，达到雪花啤酒全国生产统一标准，并快速投产雪花啤酒。同时加强对华东地区的扩展，2010 年浙江市场销量已经超过 100 万吨。

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-12

@lqsheng5463191406 楼 2013-08-12

楼主出书了吗？想拜读巨作

恩前些日出版社已邀约，并谈妥，应该最晚下周在网上就能买到了，快的话本周就可能开始

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-12

商业诡道，道为本，诡为末,本末不可倒置。

@砖头党 1408 楼 2013-08-12

这么多的案例恰恰说明我们正在诡为本，道为末。彻彻底底的本末倒置。

无论是从产品，还是经营模式，没有创新，只有模仿，山寨，狙击，想法设法利用各种势力整死对手。而作为裁判者的各级 ZF，无一不是背后隐秘的参与者，从中渔利甚至利润最大化。ZF 的组成人员，以私人利益最大化为准则，无底限，无道德。整死一个算一个。

所以说我们这里伟大的企业少之又少。

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-12..

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-12

欢迎继续~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-12

@天道阳光 1414 楼 2013-08-12

楼主写案例很多，摆在道德理性面前，负面的企业居多，虽然写了一半，却给读者留下什么样的效应？

嗯~确实~不过确实有很多企业是非常有可取之处的。另外目前公布的仅仅是作品的六分之一左右而已~后面也有很多积极的企业。

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-12

@4144716011413 楼 2013-08-12

进攻是最好的防守，攻守之势异也。。。

有时候只是因为进攻还可能活，防守则必定死而已~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-12

@泰山剑侠 0071417 楼 2013-08-12

当年鲁迅【呐喊】：救救孩子!!! 现在要：救救企业啊!!!

实际上需要救得恰恰是法制本身

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-12

@abendexingfu1415 楼 2013-08-12

楼主请继续~持续关注中

好的~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-12

番外篇之啤酒争霸战 9、

2010 年 11 月 29 日，华润雪花以 2.68 亿成功竞购杭州西湖啤酒 45%股权及“西湖”等 16 件注册商标，进一步巩固了浙江市场销量第一的地位。华润雪花的 20 万吨扩建项目也正式动工,巩固市场布局，而这时，华润雪花已经超越百威淡啤、喜力、科罗娜等国际品牌，成为世界年销量第一的啤酒品牌。

目前华润雪花啤酒在中国大陆经营超过 70 家酒厂，连续 6 年稳居全国销量第一。但就利润率来说，由于华润的扩张，与青啤比起来相差了近一倍。另外各个啤酒企业的轮番扩张，也就加快了各厂商之间的矛盾。尤其是在市场和营销争夺战方面，甚至出现了很强的血腥味，也让市场竞争的方向发生了偏差。起矛盾主体也不光是这三家巨头，而是把战火烧到了整个产业。

2003 年，安徽啤酒业恶性竞争不断升级，甚至会出现争夺市场、血洒街头的暴力事件。在当年，安徽是全国啤酒业恶性竞争最突出的地区。业内人士比喻，安徽啤酒企业好象是赌徒，杀红了眼。竞争达到了明火执仗，拳脚相加，血洒街头的程度。其中尤以龙津集团和华润安徽两大啤酒龙头企业的竞争最为惨烈。

当时，华润安徽 20 万吨，龙津 18 万吨，华润安徽在全省市场占有 18%至 20%的份额，龙津略低。在互相的市场争夺中，暴力事件屡屡发生，并且市场出现低价倾销的事件，让很多厂商严重亏损。随着华润后来并购了龙津才逐步烟消云散。但很明显，华润的经济基础笃定了胜局。2010 年，燕京和雪花啤酒业务员发生互殴事件。此后，啤酒行业又出现了因自家酒瓶被对手收购灌装而影响销售的事件。恶性竞争的事件频出不断，甚至还有换酒风波，比如销售人员直接到终端销售点，用自家啤酒更换别家正在销售的啤酒。整个啤酒业的市场争夺搞的鸡飞狗跳。

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-12

@非咸非淡 1422 楼 2013-08-12

不是制度双重标准，是这个社会的价值观双重标准，比如有的人认为对于外资应该能抢就抢，能骗就骗，对于内资就要公平公正。他们说这个叫“爱国”，这都哪个星球上的标准？这样的价值观能出来什么样的制度？制度的妈妈就是价值观，为了维护主流的价值观，需要有一个制度出现,如果主流的价值观是豪取强夺有理那么就会出现一个维护这样价值观的制度。政府是什么？政府不是价值观的创造者，而是价值观的维护者。如果作为主体的.....

呵呵世界如果都想您这样也就没必要谈论了，大家都有自律，大家都是道德高尚。话又说回来了价值观的双重标准是哪来的？毫无信仰又是从何而来？我们自古就是无信仰的民族？到底价值观由什么

形成的？正义得不到伸张,谁能守得住道德标准？你看到的价值观的双重标准是内外竞争得到的评价？操纵股价以及背后的利益集团自然是道德败坏了,可某些部门面对不同企业的双重标准又会给社会带来什么？弱势群体在和强势的政、商对比的时候，胜负在开始就已经定了。说什么道德,执法者本身就在违法,却要求大众遵守道德伦理，最终带来的往往就是恶性循环，这才是双重标准的可怕之处，而并非单纯的道德评价问题。在这些问题上我们理解的角度可能不同，不过相信我们的目标是一致的，但想要说服谁恐怕也很难。但我相信不管别人怎样，最起码我们应该有基本的信仰。这是最重要的~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-12

现在在美国国内一个个所谓“乖孩子”“社会责任”的企业，很多都是百年品牌，在百年前他们的评价是什么？是垄断、榨取工人血汗，可恶的资本家。是法治的不断完善，监督的不断完善逐步改善了企业的内涵。什么是企业自律？当 100 万放到你面前，你可能不动心，但一亿呢，十亿呢？做一件不被人知道的事情就能拿到这些，有几个人不去做？或许你不去做,但你问问有多少人不去做？在什么样的社会体系下人们才会有这样的自觉？有了好的法制才有好的自律，然后才能维护好的社会秩序，商业秩序。这才是根本。我们不要做理想主义者，要的是面对现实!

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-12

番外篇之啤酒争霸战 10、

啤酒行业由于常年的跑马圈地和恶性竞争,造成了大批的中小啤

酒厂的大批倒闭和被收购，很多地域性品牌从此消失。而大厂家除了对地方形成品牌垄断之外，互相的竞争也会逐步升级。互相之间争市场也很难避免剑走偏锋，而不正当的竞争手段和争取市场的手段也屡屡发生。

一些行业巨头因为这种扩张，也给自己的企业带来沉重的负担，以前的青啤刚刚走出扩张的负面效应，就要面临新一轮的扩张入侵挑战，而华润呢，快速的扩张也让自己的利润率不断下降。燕京其命运也类似，错误的竞争方针强行与敌硬碰也曾经让其吃过大亏。

我们看一看德国的啤酒产业，除了一些大品牌之外，很多小品牌也展示着其非同凡响的魅力。大厂商走国际路线，小企业显地域特色。这样的强弱共存现象值得我们学习和深思。一个啤酒产业如果最终只剩下一两家垄断经营，既不利于整个产业发展，由于其垄断也会产生很多不公平现象。且发展中也会让很多有希望的经济体消失，对产业不是好事。恶性竞争会让整个产业诚信受到质疑实在得不偿失。因此，真正的良性循环需要企业去遵守，也需要制度来监督。

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-13

@非咸非淡 1427 楼 2013-08-12

主流价值观觉得违反道德是“理性”，那为什么要去约束？觉得弱肉强食是法则，为什么要去追求保护弱势的制度？

万恶的资本家不过是某国意识形态下的扭曲，以前还说万恶的资本主义国家咧（资本主义的人民水深火热咧），你当时信，现在还相信吗？如果你还相信资本主义万恶，怎么也讲起了普世价值？而亚当

斯密这个万恶的资本主义经济学的奠基人，居然说“先是道德人，再是经济人”？难道他精神分裂了？呵呵

呵呵呵~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-13

@daxiaxue1429 楼 2013-08-13

顶楼主，标记一个先

感谢支持

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-13

@sdzzm0011431 楼 2013-08-13

14

多谢

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-13

晚安~明天继续

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-13

@king243651436 楼 2013-08-13

谢谢楼主。给我们用最简洁最直白话语普及了这些经济事迹背后的深层次原因！

感谢您的支持与鼓励

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-13

@砖头党 1438 楼 2013-08-13

中国的所谓文化本质上就是披着道德婊子外衣的酱缸文化。

没有七情六欲违背人性的道德君子只存在于史书的传说中。

。。。。。。

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-13

@wydok1439 楼 2013-08-13

全是钱闹腾得，没一家是脚踏实际走正道的，全是玩术的

很多是这样，但没点真本事也不能到这个位置

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-13

番外篇暂告结束，后面还会有当年 3Q 大战的具体细节分析，等下继续正片连载

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-13

42、

商标争夺的“赢”与“输”

随着商品经济的不断深化，商标争夺战也不断出现。商标本身就等于是某一种产品的精神图腾。当消费者有购买某样产品的欲望的时候，所有产品在其心中已经有了比较。好的产品慢慢会成为消费者的固有消费偏好，其商标自然也就成为消费者最快记住的东西。

我们发现，近几年商标争夺战出现的次数越来越频繁，并且随着

时间推移，这种现象会越来越多地出现在我国。而所有企业的商标争夺，其实是存在不同形式、不同状态的。从时间段上我们可以看到，在 2007 年以前很多企业的商标争夺和侵权事件并不会产生很大影响。这是因为在此之前很多企业正处在发展上升期，行业的潜力无限。所以对于企业内部的任何一方来说共同发展才是最重要的，而外部的压力也较少。因为在很多企业发展过程中其品牌威力尚未真正释放，所以对他们而言能够影响企业运作的商标侵权和争夺的形式并不多。

但是随着 2007 年以后国际国内经济形势发生了变化，这个时候实力是最重要的。因为实力弱小的企业往往会因为经商环境的恶化产生危机，只有具有竞争力的品牌才显得尤为宝贵，这个时候企业上升空间变窄，品牌影响力就逐步显露出来。自创品牌需要很长的时间，可是如果从商标侵权方面则可以走快很多步，在大时代急功近利的背景下，商标争夺战以及侵权事件层出不穷也就不足为怪了。

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-13

@wydok1446 楼 2013-08-13

或许是中国这个时代变化太快，外企就稳多了，一般都是脚踏实际的一步一步发展，相关企业互补发展，讲求共赢；国内企业恨不得我把你搞死，我自己一人独大，最后两败俱伤

说实话，不是中国企业没有前途没有思想不够聪明。是我们从来就没有商业发展的养成制度和土壤

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-13

@lxwj0491441 楼 2013-08-13

楼主加油

多谢

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-13

@yandeming12341435 楼 2013-08-13

智慧

---

^_^

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-13

午饭~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-13

@wydok1453 楼 2013-08-13

啤酒行业这方面，外国巨头也挺多的，现在英博，嘉士伯都加快了对中国啤酒业的收购，英博在中国基本上都能跟华润平分秋色了，而且扩张还在继续；云南的几个主要啤酒都被嘉士伯收购了

嗯行业竞争总是没有尽头，故事永远也不会讲完

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-13

@gxjaycool1456 楼 2013-08-13

@LZ"看的懂的经济内幕"是你大作？很不错！

感谢~个人觉得现在连载这部新作品更加满意些

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-13

@huaiheriver1459 楼 2013-08-13

楼主，能否整理一下，重发个完整版的啊，学习了，多谢

恩等连载完吧~快了~其实您可以点击上面界面的只看楼主

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-13

@gxjaycool1455 楼 2013-08-13

所谓道德只是统制者的一种手段，关于这个没必要去争了，还是支持 LZ 快点更新吧

恩很快~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-13

@水浒 x1451 楼 2013-08-13

鼓掌鼓掌鼓掌鼓掌鼓掌鼓掌!

呵呵谢谢~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-13..

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-13

^_^

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-13

@wtw999wtw1467 楼 2013-08-13

没有看完，只看到一点：兄弟相争，外人得利。

只是讲解企业的一个小侧面而已~后面还有很多

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-13

@萤火虫 y61469 楼 2013-08-13

[img]http://img3.laibafile.cn/p/m/153052393.jpg[/img]

楼主你说你的这本书快要出版了、这是天大的喜事，因为可以推荐给更多的朋阅读。但是有点小小的建议要提一下，比如说：金志国上台之后进行了一系列大刀阔斧的改革，他改革的项目包括物流、仓础、销售网络、人事重组等系列的问题你只是说了个框架，但是如何操作的细节你没详细说明,我相信很多读者和我一样尽管看到杨梅了但止不了渴啊.....!!烦请你再花点心血完善一下、.....

是这样,跟您说一下,青啤争霸是我上部书《看得懂的经济内幕》的节选,属于番外篇,是有朋友提出来想看,所以我才节选分享一下,其实还有更深入的分析基本都在那本书里了~当然那本书本身与这本书的总体方向不大相同，里面有很多宏观结合微观的分析，而《商业筹码狙击战》是专门总结分析企业叫专业化的书籍，所以相对题材不大一样，如果你有兴趣可以去看看《看得懂的经济内幕》的介绍，你应该会有答案呵呵~另:《商业筹码狙击战》估计下周就能上市~敬请期待吧~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-13

43、

在商标争夺战以及侵权案件的过程中，又有很多不同的表现形式，我们就来梳理一下。商标争夺战的表现形式往往是从企业内部出现的，这里面分几种形式。

第一种是外来企业借势发展品牌型，就比如说“王老吉”品牌之争。广药是一家国有企业，在王老吉品牌尚未做出来的时候，其实广药是最受益的一方。因为广药当时对王老吉的运作并不成功，该品牌也没有什么核心竞争力。而这个时候有企业寻求合作并支付商标使用费，还允许广药使用绿盒

“王老吉”品牌，这对广药来说已经是多赢的方案了。

也就是说，在当时广药只有利益获得，丝毫没有半点经商风险，风险都留给了对方。如果对方失败，自己没有损失，如果对方运作成功，仅仅给自己绿盒“王老吉”带来的附加价值就非常高。

从广药这十几年来运作的品牌来看，除了绿盒“王老吉”销售收入不断上升外，其余饮料品牌如白云山、潘高寿、陈李济、明兴清爽、星群夏桑菊等凉茶销售量都不尽如人意。也就是说，广药搞了很多同质饮料，这就是一种市场目的不明确的表现。这也同其国企背景有关，这种企业不愁资金支持，往往内部责任不够明确，没有市场经济生存的压力，所以在品牌发展上就有问题。

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-13

@随波逐流之军师 1472 楼 2013-08-13

楼主加油！

恩多谢~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-13

.....

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-13

@gxjaycool1475 楼 2013-08-13

@LZ 你好，最近更新有点慢哦！还有就是你有自己的团队吗？

呵呵~没那么大的阵仗~只是个小小写作者,最多是有那么几个朋友而已~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-13

@活像机器 1477 楼 2013-08-13

又没了…更多一点吧！

呵呵~别着急~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-13.....

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-14

这种狙击战的关键在于狙击主体是什么,仅仅为了摆脱危机？敛财？还是为了企业前途？道术之争已经持续了整个人类历史,但总是不断重演。所以我们总要吸取教训，学习历史

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-14..

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-14

@大秦舞龙人 1482 楼 2013-08-14

写的很好，希望更多人看到

感谢您的支持~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-14

好的~晚安~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-14

顶完再下~呵呵~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-14

44、

而加多宝加入后，利用多年在市场的经验，逐步把“王老吉”品牌打造出来，并找到了明确的市场定位，最终成为凉茶业霸主。这个时候广药看到了品牌价值后再把品牌要回来,虽说在法律上找到了当年加多宝不正当的地方，但实际上却输了道义。虽说商场有时候没有道义可以言，然而由于多年来的经商习惯，广药依然没有认清“王老吉”真正的品牌精神,用错误的概念来包装。从这个案例中可以看到，品牌的价值在于其适应市场能力，以及产品影响能力。

第二种就是外来“猛虎”的入侵，通过国际资本利用成熟的市场经验逐步侵吞品牌。这种形式的案例就是娃哈哈和达能之争。从开始的互相利用资源，逐步出现国际资本慢慢侵吞股份，案例中的达能就是如此。达能对娃哈哈、乐百氏的策略其实比较类似，就是以较为合理的价格注资企业，而由于这并不属于投行性质，所以本地企业并不

担心企业被卖。但实际上，其目的却是逐步进入后拿到话语权，把原高层踢出局，最终逐步瓦解企业，让自己的品牌去接管企业逐步丧失的市场。

其实这种做法在20世纪90年代相当容易成功，但在2007年以后则越来越不灵光,因为本土企业及地方政府机构已经有了品牌保护意识。不管这种意识和行为属不属于国际规则的范畴，但最起码确实起到了保护本土企业不会被瓦解的作用。因此达能在2007年以后的企业运作中，逐步退出这种品牌并购形式。除了达能采用的这种并购形式外，还有另一种类似的方式，就是把品牌控制后，逐步做成自己企业的一部分。这么做的好处就是不把当地企业主以及地方行政部门当作敌人看待，共同发展共同盈利。

第三种就是傍品牌行为,要么就像罗莱家纺一样利用电子商务借助别人的品牌影响力，通过“盗链”的方式借鸡生蛋。要么就是通过大品牌发展小品牌，通过购买大企业的商标使用权，在大企业没有发展的领域带出自己的产品。对企业而言，这种形式也不失为一种双赢的方式，但这种形式也有其弊端。

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-14

继续讨论~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-14

@萤火虫y61488 楼 2013-08-14

非常感谢，楼主你幸苦了～!

您客气了~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-14

自己顶下~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-14

@文晨 251491 楼 2013-08-14

每天都坐等更新，下班后最舒心的事情就是看楼主的帖子，看商场风云激荡

恩谢谢~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-14

弊端有两个：第一，就是大品牌对商标使用方质量监管比较难以做到，而这种傍大品牌的企业往往规模并不大，所以一旦出现质量问题则会给大品牌的品牌商标蒙上污点。

第二，很难避免出现暗箱操作的利益输送。比如 2011 年的汇源商标案，其实就是因为存在利益输送问题导致汇源品牌名誉受损。这两种行为汇集起来其实造成的结果只有一样,就是会对品牌造成负面影响，往往由于追求短期利益破坏了品牌的长期发展。

第四种就是直接对商标本身价值进行买卖。这种形式的共同点就是品牌在尚未出现产品之前被抢注,然后等某企业开发出产品推向市场的时候卖出。

这里面又分两种形式，一种是无意抢注，就是唯冠对苹果这种。

同是电脑方面的制造商，唯冠早年注册了 IPAD,而这个商标成为苹果新产品必须用的商标名称。苹果也不傻,利用皮包公司低价购买品牌。可唯冠的“留一手”行为，还是让苹果交了学费，最终商标本身卖了个好价钱。

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-14

楼上是 45，忘记标记~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-14

先出去一下~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-14

@公子没头发 11585 楼 2013-07-23

好帖好帖～学生党一枚，很喜欢楼主讲故事的风格__

感谢您的支持与鼓励

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-14

@萤火虫 y61496 楼 2013-08-14

@胡星斗说：腐败集团明白，中国如左转，庞大的家族利益一定会被清算;右转，不受限制的权力一定会丧失。所以，中国只能走一条经济上开放、政治上封闭、只能富官不能富民、只能实行自上而下镇压的专政不能实行自下而上约束政府权力的宪政，这就是正路，其它都是邪路。

嗯~~~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-14

@94265861504 楼 2013-08-14

从第九页看到现在的 16 页，更期待 LZ 的大作啊。我有个小士多店，有个雪柜在卖饮料，然后王老吉是原来的东家就一直拿，后来分家后我两种同时都卖，后来我发现我就卖加多宝顾客也还是买了，现在加多宝拿货 72 一件送一罐，王老吉也是 72 一件就送什么揭盖有奖还是什么到网站兑奖哦麻烦。所以现在我只卖加多宝，另外很少喝饮料，白开水跟怡宝多些。

恩其实这就是市场环境成长起来的企业与养尊处优的国企的不同，国企大不了赔点钱，没人需要负责。而民企则不发展则必死，这才是最重要的~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-14

@giggleslightly1505 楼 2013-08-14

回复第 1314 楼(作者:@xiaozhu909 于 2013-08-11)

为什么我说起私有财产的问题，目前我们的问题是，不管发展的多么大的企业和企业家，都在为自己留后路，……

刷微博了吗？面对曾成杰案,王石开始号召企业家要集体发声了，不过，潘和任貌似只是呵呵了一下。

关于这件事我会专门撰文专栏分析，可以随时关注

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-14

46、

另一种是恶意抢注。比如联合利华的旁氏商标之争，2003 年，公民施某以个人身份提出注册申请，申请将“POND’S 旁氏”商标指定使用在第 5 类的补药、风湿油、婴儿奶粉、空气清新剂、杀害虫剂、卫生巾、消毒纸巾、防风湿指环、卫生垫、牙用光洁剂商品上，并获商评委核准。不过，作为联合利华有着多年运作该品牌的既定事实，而其个人行为也构成了商标近似最终联合利华胜诉。

其实从这个案例可以看出来,很多人想的是投机取巧利用商标赚钱，但其实最终能够让品牌价值彰显的还是企业。而企业也必须从这些事件中吸取教训，加强品牌保护意识。

其实从所有事件中可以看到,我国在法律保护方面过于强调商标,而非产品生产企业本身,就可能误导很多人忽略产品商标本身的意义所在。

而对于企业发展来说,其品牌的隐形资产其实还是建立在是否能够真正贴合消费者，把握消费者心理。过硬的产品质量，独特的产品精神，这才是商标的本质意义。

而在国外，那些成熟的市场经济国家在面对这些问题的时候，特别是在诉讼过程中，法院更多的还是以产品精神为依据，而非单纯的商标保护。因为产品是本，商标是末。他们深深明白本末不可倒置的原则，其实这一点一样适用于国内。不管是企业也好个人也罢，仅仅为了争夺商标而忽略了产品本身的意义，最终还是会被市场所淘汰。

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-14

@307317361509 楼 2013-08-14

留名关注

感谢关注~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-14.....

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-14

没人来了?

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-14.....

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-14

@sdzzm0011515 楼 2013-08-14

34

呵呵~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-14

继续追看的朋友们~明天开始将继续发布番外篇,讲述当年 3Q 大战的商场谋略,并分析各自企业的利弊得失~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-15

各位晚安~欢迎明天继续~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-15

每次晚安总要再回来下~呵呵~顶完再走~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-15

番外篇之：从当年的3Q大战看互联网企业争斗谋略1

任何企业的成功都不是偶然的，其中必有其独特的经营之道。网络企业自然也不例外。腾讯就是其中的典范。腾讯之所以有今天的规模，还是源于一个聊天工具。这个聊天工具，是腾讯成功的起点和基石。不过，腾讯的成功并非仅是因为运气好，因为选择了一个好软件进行推广和应用才获得成功的。因为在同一时期，国内做着相同类型聊天工具的公司还有好几家，然而最终只有腾讯成功了。

20世纪90年代，当国内的老百姓刚刚听说“互联网”这三个字时，腾讯成立了。当时，国外这种网络即时通信的服务已经开始逐步普及，但在国内却还是空白。虽然也有一些公司在运营，但也都是杂乱无章的。腾讯也是众多此类公司之一。由于当时国内宽带网络平台尚未建立，上网只能依靠拨号，家里有电脑的就更少了。一般来说，喜欢新鲜的年轻人在电脑上所能干的事就是去一家小网吧玩玩单机游戏或者网上聊天。而腾讯满足了网上聊天的需要。

腾讯摆脱其他竞争对手走向成功之路，绝不是靠运气。为商之道最重要的，不是单纯技术领先，也不是资金实力，而是了解用户需要什么。腾讯就是深切地掌握了当时上网民众的切实需要。

首先是贴心。这个贴心体现在很多地方。工具从开始运营的时候操作都很简单，符合了当时年轻人最基础的需要。因为从某种程度上来说，在当时的大环境下，对电脑和互联网有所认识的人并不多。很多人只是在玩单机游戏之余尝试一下新东西，而这类人中学生的比例是非常高的。当一件新东西新奇、简单又容易上手的话，就会使人有

继续尝试的冲动。聊天工具又是互动工具，一个人玩上手最大的欲望就是介绍给自己的朋友、同学，于是，传导效应就这么展开了。

同时期很多聊天的工具只是照搬国外现成的技术,并没有针对中国当时的民情去设计贴心的功能。因此，很多功能烦琐的聊天工具频遭淘汰。腾讯憨憨可爱的小企鹅形象—建立，在可爱之余还够时尚，于是深深打动了年轻人尤其是女孩子的心。在摆脱了传统卡通在人们心中形象的同时也避免了侵权等未来要面对的法律问题。每一年，腾讯都会根据市场的需要对 QQ 版本进行微调式的改良，让 QQ 更加贴合不断变化的网民的心态。

其次是运用了传统商业原则，摸透了人们的消费心理。什么都是物以稀为贵。有句俗语说得好：“上赶着不是买卖。”一个店铺也好，一个企业也罢，当你的产品越多的时候，大家不以为意，买的欲望就不大。当买家多而产品少的时候，不但大家都抢，还要抬高价来抢。

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-15

@我爱潜水围观 1521 楼 2013-08-15

Jihao

---

duoxie

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-15

@wydok1522 楼 2013-08-15

一直关注中。。。。。。。。

感谢关注

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-15

@无味 one1523 楼 2013-08-15

今日社会何止是官民争利？望眼之处，莫不是人人争利，与人为壑，人际关系早就物化成只有经济关系。别说只有官老爷难伺候，就是布衣也无不是刁民，如一朝身份转变，昨日之刁民即他日之恶官。就算现在利益集团还政,以无德之民能行民主自治？不过也是新瓶装了旧酒，自欺欺人罢了。无德之众，行民主之实，难矣。

这个是现实最可能发生的事情!

有时候其实会发现，商人看似风光，其实很多时候处于被利用的地位上，很容随时被舍弃，这也是很多企业家彷徨、毫无安全感的原因

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-15

吃饭吃饭~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-15

吃饭吃饭~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-15...

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-15

这样，鉴于最近在本帖子中有关商业伦理的讨论，我专门撰写了一个帖子进行阐述我的看法，我把它贴在这里算是插播一下，给大家看看，希望大家不要看乱了。

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-15

企业家精神的生存状态迷失悲剧（一）

对于这个话题，其实一直以来就想说说，但又挺矛盾，因为总体说起来让人纠结的部分太多。说企业家精神，该从哪说起呢？就先从王石的感叹说起吧。来源自 21 世纪经济报道：现实环境中，中国企业家大多奉行在商言商。这几年，身边同为企业家朋友的境遇，在王石看来，有的时候“躲也躲不过”。“全国出了问题的企业家很多，对于我认识的朋友，会尽可能的去探监。”王石感触最深的是，安排他去探监的当地企业家,再过几年反而成了被探监对象……从王石的感叹中，不难看出，这个身处于商界几十年的内心处的不安。既然提起来这些事,我们就不得不正视很多我们以前都太重视或者说不敢重视的问题，那就是商人究竟是什么。

商人，其实从华夏文明始，不管是帝王时期还是群雄割据时期，一直到如今其实都处于一种较为尴尬的地位。说他们的地位尴尬，是因为商人从古至今就代表了“唯利是图”总是与“道德”成一种对立的角度，但同时，大到国家，小到个人，谁都离不开“利”谁也离不开“商”，这就形成了一种矛盾。但是我这里倒是给了自古至今商人一个合理的定位，那就是“夜壶”。“夜壶”的典故来自当年的香港经典电影

《古惑仔》，里面讲到了“三联帮主”跟“山鸡”讲的话，原话我就不复述了，在这里我稍作改编，其实商人就象是“夜壶”，是每天晚上都要用的东西，可是当用完了白天看到就会觉得它又骚又臭，

怎么看怎么碍眼。我这么说肯定会有很多人不服气，说你看，多少商人为富不仁，奸商垄断，同时他们享受着最好的资源，却不履行自己应该负担的社会责任。按照我的说法，其实这就叫光看贼偷吃没看贼挨打。这么说吧，我们能够看到的著名商贾，远的有乔致庸、胡雪岩、盛宣怀，近的就更不必多说了，国内的著名企业家也是非常之多，哪一个不跟官方打交道？这里的“打交道”可并非简简单单一般的应酬，或者所谓浅层的利益交换。

其实说白了，更多的是一种潜在的互相需要互相利用。可是有一件，这种所谓的利用，对于商人来说是被动的。他们永远处于一种被挑选的状态，也就是说你能够掌握到官方的需要来进行商业决定的调整。这样带来的问题就是，也许你看起来和官方的合作关系非常好，但能够合作的企业却并不止你一家，就像是国家队选择上奥运会的运动员，我让你上你才能上，我让你的第几你就要得第几，又回到了夜壶理论，说难听点，用你是你的荣幸，不用你换个夜壶照样用。所以说，从我们近几十年改革开放后来看，那些商界的大佬们，那一个不是如履薄冰，那一个不是小心翼翼的踩着雷区经商？也就是说你不管怎么做，你永远只能做闲，做不了庄。所以经济发展到今天，我们会看到很多的企业发展之路都不具备可复制性和可操作性。每个企业发展之路的偶然性太大，自然也就担忧，企业未来该如何发展。

同时，经商就必然伴随着风险。纯粹的经商是可以在风险中成长的，也就是说，你不太需要担心失败，因为失败了，大不了从头开始，因为现代企业基本都是有限责任的公司，即使失败，风险股东共担，

你不必担心倾家荡产，只要有商机你就可以重新开始。我想我这里没有必要再普及西方国家的商业发展史，但是我们可以看到，从西欧国家的发展史中就能够看到，每个成功的商人，往往先是成功的冒险家。

但我们呢？主要的原因却是冒险不起。因为，我们每一个发展起来的企业或者企业家，或多或少的都与官方，或者某些官员有着千丝万缕的联系。当“官”与“商”相结合，内中的灰色区域不可避免的就要多起来。不管是政府工程、什么基建项目或者高科技建设、政府缺钱等等有关与政府打交道的项目，甚至包括某些影子银行，往往都是深藏着很多此类的灰色区域，一个所谓著名企业家的背后，站着的并不仅仅是一个企业，而是由此产生的一切包括经济、政绩、官员诸多的利益链条，当链条开始启动的时候，这些企业家就已经将自己的命运被动的与企业甚至某些官员的成功和失败拴在了一起。这些都是被动的，而非主动。他们一方面乐于沉浸在这种利益的交换场中，但同时，有深深的惧怕会成为权力与金钱当中的牺牲品。而这些年来我们看到的经验恰恰是，如果出现了那一个链条的问题，商人必然是最先的牺牲品。从牟其中到王石此次提到的兰世立、吴英、曾成杰，一桩桩一件件都让这些企业家有高处不胜寒的感觉，兔死狐悲，的阴霾时时刻刻围绕在心头。所以我们看一个个企业家们又是爬山又是游玩，迷信大师笃信教派，其实就是在这种巨大的心理压力之下给自己心里带来一点点慰籍而已。

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-15

企业家精神的生存状态迷失悲剧（二）

也许我上面说了这么多，很多人会觉得我在为这些“奸商”开脱，不管怎么说，他们都功成名就，他们换取了一声响之不尽的荣华富贵，可是说到头来，其实如果大家能够客观一点，公平一点的话，就会发现，这些企业家们从他们开始经商，到后来拥有自己的企业帝国，每一步都充满着商业智慧，同时步步惊心。血汗是很多的，脑筋也是够用的。也就是说他们都具备了真正企业家应该具备的素质，我在连载帖子

《商业筹码狙击战：中国商企密谋与诡道竞争》中曾经选取分析了大量的案例，其中不乏诡诈与奸狡，但更多的是苦心经营一步步的夯实商场基础并用心做实业，有时候他们所处在风口浪尖，或许不得不用一些不那么正当的手段达到生存的目的，但整体还是想做好企业努力发展的，但我们这里重视的不是企业家的奋斗精神，而是成王败寇。我们仅仅选取一个例子就能看出企业家们的无奈。

就像我选取案例中的吉利汽车，这是近年来汽车业的奇葩，说它是奇葩，是因为前两年的蛇吞象并吞沃尔沃的举动，举身家性命之力蛇吞资产大其数倍的沃尔沃。很多人觉得这是自杀行为，郎咸平教授甚至做节目狂批，说其浮躁。可是谁有站在它的角度来看过问题呢？国内汽车企业竞争越来越激烈，同类国企、外资等等巨头环伺在册，低价汽车市场又不断趋于饱和，摆在吉利面前的只有两条路，要么在竞争中被淘汰，要么升级产品打入中上游。被淘汰在国内的现状是，不前进，官方、银行等等方面就不可能给一点支持，且可能在关键时候掣肘，前进，虽说债务负担重，但好歹有银行、金融市场、最重要

的是官方支持。那么就不会轻易倒下。而事实是，吉利确实在看似危难中慢慢挺过来了，即使将来真的挺不住，也绝对比停滞不前要好。

从前面讲的这一系列问题当中，我想说的是，中国的企业家精神在哪里？当企业经营者背负着过多的精神负担,是不可能有很强的创造力的，而他们同时要面临着税收、国企垄断、外资巨头环伺、行政领域桎梏、地方法律的双重标准等等多方面问题，又如何能负担更多的社会责任？人都说企业要回馈社会,但企业本身已经承担着巨大的社会压力,又如何回馈？诸多类似曾成杰的事情然美国企业家连自身生命财产安全都保证不了,又如何谈什么企业家精神？他们有时候甚至连申诉的机会没有，就已经被捧着骨灰带走了，这种情况下如怎么激发企业家精神？从深层次说，中国的企业家精神的缺失，与其说是企业商业伦理道德的缺失，不如说是商业法制监督的缺失，是公平公正的竞争环境的缺失，是市场化经济的发展偏差带来的缺失。也许，这个话题很快会结束，但一代代经商者面临的问题还会不断重演，不断出现……

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-15

@水_是睡醒的冰 1531 楼 2013-08-15

坐等更新.谢谢,受教了.

多谢支持~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-15

@H_孤独的男青年 1535 楼 2013-08-15

mark，

感谢~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-15

@天道阳光 1538 楼 2013-08-15

切中了要害，事实胜于雄辩！活着是个责任，企业家承担的社会责任，不是每个人都能体会看到的，往往大家看到的辉煌一面，其它一面了？企业家跳楼自杀事件,但有谁能读懂了？他们死后给社会带来了是进步还是？～～～～～楼主与企业有什么区别了？

辛辛苦苦，千方百计收集资料，手都敲痛才写出此作，为了让有上进心的认识这个社会，学到更多知识，而有些人就半路杀出来，搞搞阵！这就道德？这就修养？

---

^_^

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-15...

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-15

@给我变坏的理由 1541 楼 2013-08-15

无意中看到，看的睡晚了，

呵呵~感谢~真不好意思~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-15

@渐渐远去的背影 1542 楼 2013-08-15

好文啊

多谢~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-16...

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-16

@给我变坏的理由 1541 楼 2013-08-15

无意中看到，看的睡晚了，

@xiaozhu9091543 楼 2013-08-15

呵呵~感谢~真不好意思~

@给我变坏的理由 1546 楼 2013-08-16

现在弄的失眠了，楼主罪过大了

呵呵呵~鞠躬~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-16

@给我变坏的理由 1548 楼 2013-08-16

原来楼主也没睡呀？第一次离楼主这么近

呵呵~准备下了~你也别睡太晚~喜欢继续关注~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-16

@鄢陵笑笑生 1550 楼 2013-08-16

写 的 不 错 、 是 个 神 奇 的 国 度 、 [img]http://img3.laibafile.cn/p/m/153317653.jpg[/img]

多谢支持~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-16

番外篇之：从当年的 3Q 大战看互联网企业争斗谋略 2

当腾讯一批一批让大家注册 QQ 号的时候，号码不断增多，小位数号码就越来越值钱，注册的人也就更加多。很多人的心态是不管有没有用，我先注册一大堆再说。当时在一个月前 7 位号码还不值钱，一个月以后普通的 8 位号已经能卖五块钱了。虽然当时这些事被当做“事故”来处理，但其实也暗合了为商之道。

现在回过头来看，说是歪打正着也好，说是运气也罢，反正当时腾讯确确实实脱颖而出，也为形成网络商业帝国打下了基础。其以后的商业运作，也都是围绕着贴心、专业而进行的。

如果单单这几点就奠定了腾讯今天的商业地位,那还真是小看腾讯了。其实，腾讯最大的武器在后来发展中才展现出来。当腾讯聊天工具淘汰了竞争对手逐步占领了全国市场之后，并没有就此满足，而是加快脚步建立一个庞大的系统。这个系统才是腾讯成功的根本。

其实这个所谓的系统，就是共享平台。以聊天系统为基础，开发出一套围绕客户需要，提供更多服务，却让所有服务都围绕 QQ 聊天工具为核心工作的巨大平台。而要建立这个共享平台最重要的一点，是要拥有强大的复制能力和背后迅速贴合 QQ 网络服务的运作团队。

每当国内出现一种网络上的新生事物时,只要这种新的网络事物传播速度够快，也有受欢迎的趋势，马上就成为腾讯的目标。他们可以不比第一个做此类业务的公司好，但绝对是“第二好”。这个“第二好”一旦进入了以 QQ 聊天工具为核心的共享平台之后，就变成了一个强大的网络堡垒，因此用户在享用 QQ 服务的同时也享受了更多的方便,用户不需再经烦琐的注册和认证就可享受相同的网络产品服务了，这一点对于腾讯来说，意义则更加深远。

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-16

自己先顶顶~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-16...

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-16

@xinghun9101556 楼 2013-08-16

回复第 384 楼(作者:@xiaozhu909 于 2013-07-29)

继续连载~

看了好多页，忍不住回帖，感谢楼主分析和奉献！

首先很喜欢这类的文章,看这类的文章总觉得企业家门就是一个在战场上带领一帮战友和资本等,运筹帷幄,而决胜千里之外的英雄！对于企业家来说商场就是战场！每个决策，每个计谋，构成了一个波澜壮阔的画面！

……其次，看了这么多页，总觉得有那个地方看的不爽，呵呵，楼.....

呵呵呵~您好~感谢您的抬爱~在这里我想说一下，这部作品主要的目的还是要总结众家企业之长透过大范围案例用类别区分总结。所以就尽量精悍的组织文章，将所有商业诡道的关键节点分析出来供大家参考，因为这个毕竟不是小说，所以就抓取多案例商业诡道的每一个关键点让大家更能直观的看到哪些企业的问题和其精到之处，也就更容易比较出不同类型企业的内部结构变化的不同。如果就某一个企业挖的过深，往往就无法选取过多案例，也就没法比较分析了。鱼与熊掌无法兼得，在考虑趣味性的同时也必须要分析出有用的东西给大家才行。等书出来您有兴趣看的话就会看到大量后面的案例总结所带来的“比较附加值”相信会让您满意的~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-16

番外篇之：从当年的 3Q 大战看互联网企业争斗谋略 3

你可以看不起腾讯的品格，说只会复制别人。你也可以不认同它“巧取豪夺”的商业技巧。但有一点你却不能不承认，那就是腾讯确实是成功的企业。腾讯只建立了一个平台，就省去了很多工夫。它不需要用更多的资源去推广它的产品，只需要在网民用它的工具的时候就提示出来。

而不断衍生的新工具又互相链接给不同工具，带来比其他厂商更优质快捷的服务。当网络共享平台建立起来的时候，一旦运行，所有的服务都会同时运转，成本大大降低，推广速度则是呈倍数地增长。每一项服务看起来独成一派，但实际上却是连成了一片。

我们现在为什么离不开 QQ，仅仅是因为它是聊天工具吗？是因为在它强大的共享平台下不断累积的服务效益。从聊天到新闻的资讯，再到各种各样的游戏，甚至输入法都会不自觉地用它的，因为它贴心、方便。为什么会这样？强大的资源共享带来的超级方便。

这种服务效益不管你愿意不愿意，当进入你的生活的时候，你会发现，享受的服务越多，就越来越离不开它。这种平台运转越来越强大，直到其他企业不可复制之后，也就是它形成强大网络垄断体系的根本基础。

一个产业链条当中，通过强大的共享平台，推向市场的速度会更快，也会拥有强大固定客户群的支持，打败对手自然容易得多。就好比别人先出了产品，但是要现去挖路运输，腾讯虽然是后来者，但路已经修好，并且有很多的辅助设施支持，让客户更快更直接地接触到产品，谁胜谁败立分高下。这也是为什么后来腾讯能够玩得起一场那么大的网络战争，而面对无辜的网民被拖下水却又满不在乎的根本原因所在。因为那时你会发现，当两种工具同时摆在你面前时，你离不开它。

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-16

@xinghun9101556 楼 2013-08-16

看了好多页，忍不住回帖，感谢楼主分析和奉献！

首先很喜欢这类的文章，看这类的文章总觉得企业家门就是一个在战场上带领一帮战友和资本等，运筹帷幄，而决胜千里之外的英雄！对于企业家来说商场就是战场！每个决策，每个计谋，构成了一个波

澜壮阔的画面！

……其次，看了这么多页，总觉得有那个地方看的不爽，呵呵，楼.....

另外您会看到,每一个大的章节最后都会有一个同类企业的总结分析小结，作为一章的最后一节，也恰恰就是因为这个原因~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-16

@xinghun9101559 楼 2013-08-16

这种解释有趣，呵呵，所谓道德本来就是对强弱相差悬殊时起调节作用的底线，首先是法制和制度！不过，常言说商场如战场，生死相搏时，何言道德！道德是局外人和规则制定者的考虑！

还有一个就是可能你会觉得案例有些乱,是因为后面加了番外篇，其实也就是另外的福利了，因为番外篇的有些案例是我已出版书籍《看得懂的经济内幕》内的部分节选，因为这些案例是结合宏观经济的分析，并非单纯分析企业，所以难免和这个《商业筹码狙击战》帖子不那么合风格，这个敬请见谅~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-16

@wwjians1564 楼 2013-08-16

好

---

^_^

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-16

欢迎继续讨论

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-16

^_^

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-16

@豆童学 1573 楼 2013-08-16

等待 3q 大战，mark 一下

多谢~欢迎继续关注~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-16

@初夏的小果 1568 楼 2013-08-16

楼主辛苦！简捷、引导式的写法，很是喜欢。

多谢您的抬爱~欢迎后面继续关注

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-16

3Q 大战，待续……敬请继续关注~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-16.....

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-17

各位晚安~周末愉快~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-17

@4144716011570 楼 2013-08-16

不得不佩服腾讯的深谋远虑。

是啊~虽然有很多也涉嫌非正当的竞争

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-17

番外篇之：从当年的 3Q 大战看互联网企业争斗 4

和腾讯相比，奇虎 360 的发展史则要短得多。真正崭露头角也就是近两年的事情。可是，就是这样一个年轻的公司，能够在短短几年就打出一片天地并且让同行恨之入骨,这在中国的网络发展史上也是不多见的。最令人神奇的是奇虎 360 在中国网络杀毒市场的布局已经稳定，并在诸多实力厂商的竞争中迅速发展起来，可以说它有自己的独到之处。

在信息产业中，想要有所发展并不是单靠资金雄厚就可以的。一定要有绝对专业的团队和独特的产品特色,更要有能快速发展的平台。但是，在行业格局趋于稳定的 2006 年至 2007 年，想要拥有这样一个平台是非常难得的。腾讯那样的公司建立平台的黄金时期也是在 20 世纪 90 年代末那两年，目前，最佳发展的时机已经过去。奇虎 360 又是如何做到快速发展并拥有众多铁杆用户的呢？在迅速得到市场份额的同时，为什么它又得罪了众多同行，甚至很多非杀毒软件运营商也看它不顺眼呢？一切还要从它的前身说起。

要说奇虎 360，就一定要提及其掌门人周鸿祎建立的前身 3721。3721 是 20 世纪 90 年代末建立的，在当时对大部分网民来说什么新生的事物都是新奇的，网络也没有什么实在的规矩可言。所以刚开始

3721 也没有找到快速发展的路径。直到后来 3721 运用了插件捆绑的方式推广以后,一切就都不一样了。因为一切操控都是那么顺其自然,不管装了什么软件,3721 都能够很方便进入电脑,并且能够让你立刻感受到它的方便。这也是暗合了“贴心”的商业策略。

但是,一切有正必有反,由于这种过于“贴心”的工具成为病毒的“温床”,让用户烦恼不已。直到后来,因为发现它比顽固的病毒更难对付,3721 也就拥有了最大流氓软件的

“美誉”。随着时间的推移,3721 不断被转卖收购,这种捆绑式软件也逐步淡出了网络舞台。但是,3721 的运作模式却为后来奇虎 360 的发展起到非常关键的作用。

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-17

欢迎参与讨论,都不要动气~别的地方我不知道~最起码这里要讲民主啊~能力范围内给大家最自由宽松的讨论环境~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-17

@秋晖伴落枫 1583 楼 2013-08-17

哎呀,太久没运动,这次爬楼梯可把小的累惨了,猪哥给力,猪哥加油!

呵呵喝点水歇歇~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-17

吃饭~~~~~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-17

回来啦~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-17

呵呵~都睡午觉去了？

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-17

等下继续更新~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-17

@ford54041589 楼 2013-08-17

终于赶上了，手指都翻累了，楼主加油

呵呵~感谢您的支持~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-17

刚刚收到了样书~照出来大家先睹为快~[img]http://img3.laibafile.cn/p/m/153491510.jpg[/img][img]http://img3.laibafile.cn/p/m/153491658.jpg[/img]

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-17

@易水寒01591592 楼 2013-08-17

楼主好，写的很精彩，拜读留名

感谢您的支持与鼓励~喜欢可继续关注~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-17

周末大家都开心点~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-17

都出去玩了~呵呵呵~趁机再更新一段~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-17

番外篇之：从当年的 3Q 大战看互联网企业争斗谋略 5

这时候企业发展所需要的物力和人力资源再也不会缺少。最重要的是对于刚刚诞生的奇虎 360 来说，未来发展该走一条怎样的路，已经清晰地摆在了面前。3721 成功证明，要想让奇虎 360 也成功，则必须具备两个条件。

第一,必须通过一个强大的平台让自己迅速融入网民的上网生活中。第二，必须建立一个不同于一般的杀毒软件，这个软件应该很贴心、很方便。所以为了达到这两个目标，最终建立属于自己的平台，360 也就不惜得罪同行业者了。其先是与卡巴斯基合作。用卡巴斯基平台搭建起更方便、更快捷、更贴心的防护和杀毒软件桥梁，以这种完善的杀毒软件服务为开端，当在市场稳定以后，就能够抛开卡巴斯基用自己的杀毒软件，从而建立真正属于自己的平台和系统。

虽然 360 安全卫士逐步开始让网民接受。但是要大家卸载别的杀毒软件而使用自己的杀毒软件也不是很容易。要完成 360 的华丽转身，打出一片自己的天下，则必须作出牺牲。为了能快速占领市场，奇虎 360 又迈了两步。就是这两步，让 360 迅速达到了华丽转身的目的，同时也为后来的网络大战埋下了伏笔。

第一步，就是在迅速推出自己的杀毒软件的同时，打破杀毒软件市场固有的收费规则，推出一款完全免费的杀毒软件，这样就拥有了行业竞争力。虽然奇虎杀毒软件还很年轻，但却增加了网民去试试的

欲望。只是这么做虽然迅速占领了市场，却必然打破行业中的平衡。自然惹恼了国内众多的杀毒软件同行，宿怨就是从这时候埋下的。

第二步，就是让自己的安全卫士和杀毒软件建立起共享平台，并推出独有自己个性的服务。这些服务有很多是其他软件的升级或者完善功能。360 自己搭了一个桥，设了一个卡，让客户选择。这么做自然会惹恼更多的同业者。但是，却非常符合刚刚经历 windows 系统盗版黑屏事件客户的心态。也就是在那个时间段之后，360 逐步完成了其异军突起于同行业的战略意图。

但是，这么做的双刃剑，就是点燃了同行业仇视的火种，并直接导致腾讯这个拥有行业垄断地位的“龙头”挑起一场前所未有的网络大战。

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-17.....

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-17

呵呵今晚人真少~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-18

您客气了~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-18

各位晚安~明天接着载~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-18

早~~~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-18

番外篇之：从当年的 3Q 大战看互联网企业争斗谋略 6

2010 年，一场网络发展史上最大型、涉及面最广、参与企业最多的网络大战轰轰烈烈地展开了。这场大战，虽然不像武侠电影那么刀光剑影，但实际上，却比真正的战争有过之而无不及。不仅上演了一场垄断争夺战的大戏，甚至因为这场战争，让几乎全国无辜的网民都牵扯其中。口舌之争更将这场大战引向了白热化……

其实不管从哪个方面来说，奇虎 360 和腾讯这两家网络企业都不可能有很大的正面冲突。因为奇虎 360 这两年的发展虽然比较迅速，但从其业务发展来说，也只不过是一家涉及杀毒软件和病毒防护的公司。

而腾讯呢？则包罗万象。以聊天工具为轴心业务涉及通信、下载、网络休闲游戏、博客、搜索引擎、电子商务、图书、邮箱、相册、播客、论坛、贴吧、浏览器等几乎所有网络业务。虽说不是每项业务都能拔得头筹，在业务面上也显得过于繁多，但是从效果来看，大部分都赢得了相当多的客户。而业务链接性和共享性启动起来之后就成为一家最赚钱、实力最为雄厚的网络公司。

那么，到底是什么引起腾讯这样的网络巨头对奇虎 360 的注意，并且起了杀心呢？其实原因并不十分复杂。奇虎 360 虽然崛起时间并不长，但却步步杀招，每一步都是精心布局。从开始依附于卡巴斯基，到后来独立出来配套软件，其发展客户能力非常迅速。

最让腾讯心惊胆战的是，奇虎 360 就像是十年前的腾讯，虽然是以杀毒软件为卖点，但却不仅仅只作为其单一的发展元素。而是以杀毒软件为轴心，用配套服务和体贴的软件管理功能作为发展规划半径，

这样就无限大地拓宽了市场发展空间。在短短的一年时间，就把客户量发展到了仅次于腾讯的地步。

而同时，腾讯推出的同类软件却因为360的出现铩羽而归。对从未落败过的腾讯而言，竟然有这么一家实力并不十分雄厚的公司逼得自己节节败退，这是不可想象的。

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-18

吃饭~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-18

@xbit1609 楼 2013-08-18

等下一篇~~~

呵呵呵~多谢支持~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-18

@nipanchongsheng1611 楼 2013-08-18

光看不回复有点过意不去，楼主.辛苦了，

您太客气了~只要喜欢就好

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-18

番外篇之：从当年的3Q大战看互联网企业争斗谋略 7

即使是百度、淘宝、实力雄厚的韩国网络游戏运营商和实力强大的门户网站，自己都能从中分一杯羹，但这次单一业务几乎完败，是不能容忍的。这是腾讯发动网络战争的原因之一。腾讯非常清醒地认

识到，如果任由奇虎360就这么发展下去，自己行业的垄断地位和辛苦建立网络资源平台的

“独有性”将被打破。将来如果360羽翼丰满，很可能危及自己的全盘业务，制约自己的发展，业务将受到竞争压力，利润也肯定会受影响。所以一定要趁360羽翼未丰尽早解决，这样，一场网络交锋也就在所难免。

华夏五千年历史中,不管谁发动哪一场战争,都会有两个大动作。第一，是发“讨逆檄文”让自己师出有名。除了名正言顺之外，也会让舆论站到自己一边，给对手造成压力。第二，会联络各路“诸侯”，结盟来一起讨伐“逆贼”。给自己壮大声势，做起事来也就事半功倍。

既然决定了要给360颜色看看，自然要找到适当的时机、合适的理由,这样才会师出有名,再和其竞争对手加以联系,就会成为盟友。有句话说得好：朋友的朋友是朋友，敌人的敌人则更是朋友。有了共同的目标，即使以前关系不怎么样，在此时也会结成牢不可破的商业“讨逆联盟”。并占尽了“道德”制高点。于是，一场维护网络垄断权的“战争”也就不可避免了。

万事俱备只欠东风，只差以什么方式出手了。2010 年 10 月 14 日,腾讯以360保护软件曝光QQ偷窥用户隐私事件作为发动“战争”的头炮，正式起诉360不正当竞争。并要求其停止侵权并道歉赔偿。360自然不会闷不作响，很快就提出了反诉，并说腾讯回避窥探客户隐私问题起诉360,除了报复,不排除是转移视线。对于360的反诉，腾讯并不意外。因为打头炮就是为了360应战，360一旦应战，才会

让自己合情合理地进行下一步行动。

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-18

@rfnie1614 楼 2013-08-18

一直追着看完，意犹未尽，希望早点出书，买书看哦.....

估计下周就能在网上买到了~欢迎随时关注

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-18

晚饭

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-18

@4144716011617 楼 2013-08-18

楼主快啊点

呵呵~别着急~我会越放越多的~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-18.....

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-18

@nipanchongsheng1623 楼 2013-08-18

期待写史玉柱的那篇，

嗯那篇确实比较有意思~不过应该是比较靠后的，只能在书里看了~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-19

@经济小萌 1625 楼 2013-08-19

这么快就要出书啦。太快啦，还以为能多给你顶顶送我本呢，哈哈。恭喜楼猪

因为出版社比较热情，也非常认可作品，所以就出得比较快呵呵~真不好意思

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-19

@经济小萌 1625 楼 2013-08-19

这么快就要出书啦。太快啦，还以为能多给你顶顶送我本呢，哈哈。恭喜楼猪

真是万分感谢您的支持~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-19

@zj24184201620 楼 2013-08-18

马克

多谢~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-19

各位晚安~明天继续~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-19

早~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-19

番外篇之：从当年的 3Q 大战看互联网企业争斗谋略 8

10 月 27 日，腾讯在各大媒体同时刊登了《反对 360 不正当竞争及加强行业自律的联合声明》。该声明是由腾讯作为主导，联合“讨逆盟友”金山、百度、傲游、可牛等公司联合发表的，这篇“讨逆檄文”一共涉及五条“大罪”。内容洋洋洒洒上千字，总结起来很简单：一是对百度的侵权，主要因为将百度工具栏定义为恶评插件。二是对金山的侵权，就是软件要求卸载金山。三是强迫用户使用 360 的浏览器。四是对可牛的侵权，拦截可牛软件。五是最主要的，就是对腾讯侵权，涉及针对腾讯窥视用户隐私的软件保护程序。

这一份声明一出，让这场有史以来的网络大战正式拉开序幕并渐趋白热化。360 也不是省油的灯，开始进行了全面反击。在腾讯等公司发表声明刚刚两天之后，就推出了一款

“360 扣扣保镖”的安全工具。并称该软件能全面保护 QQ 用户安全，包括阻止 QQ 查看用户隐私文件、防木马及给 QQ 加速、过滤广告等功能。紧接着 72 小时下载数量就突破数千万。腾讯则声称其为“外挂”行为。360 迅速推出“扣扣保镖”彻底激怒了腾讯。之后腾讯做的事，不仅让整个事件彻底升级，也把两家公司的所有用户牵扯在内。

11 月 3 日晚 6 点，腾讯发表公开信，“遗憾”地宣称，所有装载有 360 软件的电脑上停止运行 QQ 软件。并说，只有卸载 360 软件，才能继续使用并登录 QQ 软件。此文一出，马上在全国掀起了轩然大波，引起了千万网友热议。从此事件来看，腾讯这么做毫无疑问是利用自己的垄断地位以本伤人。其行为既冲动又霸道，甚至还有些孩子

气。但从当时几天的效果来看，确实可以看得出腾讯的辐射力确实非当时的 360 可比。据当时 360 掌门人周鸿祎称，被迫卸载 360 软件的用户达到 6000 万。

虽然打击够直接，却也带来了很多副作用。首先，把“战火”烧到了用户那里，剥夺了用户的选择权，惹怒了用户。其次，虽然这么做对 360 造成较大的打击，但是一下子就把 360 推到了道德的制高点，360 立刻抓住机会利用自己的弱势地位展开道德攻击，腾讯陷入被动。

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-19

@9742360011634 楼 2013-08-19

好的。。。。。。。。。。

感谢支持~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-19

@a5176642781634 楼 2013-08-19

看贴不会是坏习惯，培养国人素质从顶贴开始

呵呵对~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-19

午饭~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-19.....

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-19

@秋晖伴落枫 1641 楼 2013-08-19

猪哥，预言成真了您老又要出书啦!那啥，那啥，咳咳咳咳…你懂的。全力支持…吼吼吼吼…

呵呵~相信有机会的~到时看看能不能搞个送书活动~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-19...

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-19

番外篇之：从当年的 3Q 大战看互联网企业争斗谋略 9

本来两家公司你来我往的争斗，很难说出谁是谁非，但是这么一搞，一下子就在道德上分出了胜负，这也就是后来 360 逃过此次网络追击的重要因素。果然，腾讯的这种行为给千万网民造成了不便，网上讨伐之声不绝于耳，360 则抓住机会以退为进发出公开信称：保证 360 软件和 QQ 同时运行，腾讯此举完全不顾及用户权益，要求其向全国网友道歉。

随后“360 扣扣保镖”下线。360 马上又发出一封《360 致网民紧急求助信：呼吁用户停用 QQ 三天》说“这是 360 生死存亡的紧急关头，也是中国互联网最危险的时刻，希望您能够坚定地站出来，再次给予我们您的信任与支持!”这么一来，360 就在舆论上打了一场漂亮的翻身仗。

11 月 4 日，相传工信部通信保障局和公安部介入此事。由于事件牵涉的层面太广,让中国过亿的网络用户都尝试到了网络战争的滋味，政府部门不能再坐视不理。虽然市场需要竞争，但是因为垄断权

争斗牵扯到了用户利益，已经是不被允许的了。11 月 5 日，工信部、互联网协会等多部门开会讨论此事的应对方案。之后，用行政命令的方式要求双方罢手。

对于 360 来说，当然是越快结束越好，越快结束自己损失也就越少。因为毕竟自己还不是腾讯的对手。虽然道德制高点被自己所占领，但如果长期被围困下去，江山也将损失殆尽。于是，360 很快宣布 QQ 和 360 已经恢复兼容，并在官方网站发布名为《QQ 和 360 已经恢复兼容，感谢有您!》的公告，并公布了有关部门的联系方式，提醒用户如果发现两软件出现冲突可向相关部门举报。

360 这么做目的有两个，一是首先放下武器，继续获得舆论支持，也是表明停战态度。二是让腾讯也赶快停战，并提醒腾讯，如果还不表明态度政府部门也不会答应，这可以说是绵里藏针的一招。腾讯费了这么多的周章，却没有挤掉 360，自然非常不甘。虽然于 2010 年 11 月 5 日再次联合百度、金山、傲游、可牛，召开发布会宣布将不兼容 360 系列软件，并继续在自己的新闻网页制造舆论压力，但既然政府部门已经介入，也就无力回天了。

11 月 8 日，QQ 和 360 恢复了兼容。事情逐步和解，一场维护垄断权的网络大战，终于偃旗息鼓了。这场 3Q 大战虽然暂告结束，但网络纷争却没有结束，3Q 大战中，凸显了 360 和其他几家网络同行们的矛盾。到底他们是怎么结怨的，为什么那几家企业会联合腾讯结成联盟对付 360？一切都是因为行业恶性竞争，才引发出如此规模的网络联盟战争。

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-19

晚饭~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-19.....

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-19

没人了？

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-19

@田仓客 1644 楼 2013-08-19

楼主！书淘宝网上有买吗？

一般会是亚马逊或者当当先卖~估计本周最晚下周就会有了~别着急哈~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-19

喝了点生黑啤酒~微醺~怪爽的~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-19

大家都忙啥呢~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-20

^_^

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-20

@鄢陵笑笑生 1649 楼 2013-08-20

回复第 1590 楼(作者:@xiaozhu909 于 2013-08-17)

刚刚收到了样书~照出来大家先睹为快~----------

那里有卖呀

很快就上市~样书是出版社给我的,您随时关注吧~我估计本周就能在网上买到，最晚下周

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-20

番外篇之：从当年的 3Q 大战看互联网企业争斗谋略 10

这场网络大战，腾讯在舆论讨伐声中偃旗息鼓，也让被逼到墙角的 360 逃过了一劫。但其实在商业竞争当中，没有正义和非正义，也没有对与错，只有胜与败，成王败寇。所以 360 虽在这次与腾讯之战中扮演了“被侵害者”的角色。但在以往为能在行业中发展成为强者，为让自己拥有行业垄断地位，也做过不少类似的事情。百度、金山、傲游、可牛联合腾讯对 360 开战虽略有趁火打劫之嫌，但宿怨不是一天造成的。其中各有各的原因……

360 掌门人的运作能力相当强，把一个成功的“流氓软件”蜕变为专门拦截“流氓软件”的防护杀毒软件，其转换非常迅速有效。因为自己是曾经开创“流氓软件”的鼻祖，自然也就清楚知道用户的感受和与原 3721 同类型软件的弱点。所以推出 360 安全卫士时自然受到了广大用户的欢迎并迅速赢得人心。对付这一类的软件也就有特别的一套。用几个字来概括就是：雷厉风行、细致入微、绝不手软。当然，随着市场占有率越来越高，竞争也越来越激烈，慢慢也会做一些类似垄断的小动作，这样就与很多同行结怨了。

360 与百度的结怨由来已久，从周鸿祎运作 3721 的时候就已经开始了，那个时候百度的规模还很小，服务于一些知名的门户网站。

后来大家都在做搜索引擎，只是做法不同而已。3721 做的是网络实名，而百度做的是竞价排名。竞价排名是用钱买排名，网络实名则完全相反。传统媒体宣传优势和独特的运作手法,让百度逐渐占了上风。

其实百度之所以能够领先 3721，关键还是其成功的商业运作模式。当然，也是由于当时网络的普及率和影响力还达不到传统媒体的公信和深入人心的程度。再加上“有问题百度一下”的宣传口号所表达出来的核心理念，透过强大的搜索引擎系统，逐步建立起了一个信息共享的平台。

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-20

欢迎参与~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-20

@青岛福子 1653 楼 2013-08-20

楼主威武，好有才！

多谢您的支持~您写的也很好啊~加油

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-20

午饭~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-20

.....

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-20

这两天人少喽~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-20

先晚饭~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-20

番外篇之：从当年的 3Q 大战看互联网企业争斗谋略 11

尤其是后来建立的“百度知道”和延伸出来的“百度百科”，让这个信息的共享平台能够以乘数效果快速建立。“总有人知道你的答案”是成功的关键，也是平台能够成功建立的最关键原因。更重要的是,百度能够先建立这个平台抢占先机,最后拥有强大的固定客户源,让客户不知不觉当中做了百度员工做的事，并成为宝贵财富。

搜狐的掌门人张朝阳曾经向媒体表示过,百度的员工素质赶不上搜狗。但就是因为百度让整个平台迅速建立，才跃上了一个全新的层次。员工素质本身不是最重要的。

所以百度围绕这个核心逐步完善和发展其他增值业务也就变得极为顺畅。从“有问题百度一下”的核心目标建立，到“百度知道”的发扬光大，在这个时候，3721 也就显得逊色了。市场自然倒向了百度。2004 年 3721 虽然做了一系列大的动作，也推出了同类型的搜索引擎，但是市场就是这样，谁抢占了先机，谁就是赢家，第一次和百度交手就这样结束了。

不过真正和百度再次产生冲突还是因为 360 的发展日渐成熟,胆子也大起来了。2010 年 3 月，360 安全卫士把百度开发的百度工具栏和百度地址栏两款软件定义为恶评插件，并提示:“此类插件具有恶意行为，可能会危害您的电脑，建议您立即清理。”在该软件之下默认删除这两个软件，此外在官方网站宣布这两个软件无法正常卸载。

4 个月以后，更直接把这两个软件划归到“病毒”栏里，并宣称有“安全威胁”。加上此前 2008 年两家公司曾有合作利润分配的纠纷，更让百度暗气暗憋。这就成为腾讯“收拾”360 的时候百度帮忙的重要原因。加入“讨逆联盟”就是顺理成章的事情了。

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-20

@豆童学 1660 楼 2013-08-20

来看了就回一下顶一下~~

呵呵感谢

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-20

^_^

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-20

!!!

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-21

各位晚安~明天继续~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-21

番外篇之：从当年的 3Q 大战看互联网企业争斗谋略 12

如果说 360 和百度还属于“刮擦”式的恩怨，那么和金山则是彻头彻尾的同行业争斗。金山公司发展和 360 不同，它属于在软件类产品公司中比较兢兢业业的那种，20 多年的行业积累和扎实的技术团队，造就了一个在行业中拥有稳定客户群和利润收入的公司。金山公司业务虽然没有腾讯那么普及、没有 360 那么迅速，但是其在企业、

办公和政府等部门拥有强而有力的支持者。其开发的“金山词霸”和“金山毒霸”以及同类型衍生产品形成了一个铁打的商业网络。

但是，360 所做的商业行为让金山不得不重视起来，因为这个新冒出来的后生晚辈不仅屡屡向自己进攻，甚至打破了多年来杀毒软件的行业规则。当 360 抛弃卡巴斯基推出杀毒软件，并且以“免费”为卖点的时候，就已经把整个杀毒软件行业给卷了进来。让金山、瑞星、卡巴斯基这些老牌的杀毒软件都感到十分恼火。

就像是开拉面店，好多家拉面店都卖五块钱一碗，一个新开的店铺偏偏挂出牌子说只卖四元，并且说这是永久性的。那么同行业自然不愿意。所以仅仅这一件事就足以让金山出来支持腾讯的“讨伐”。而此时另外一件事更是火上浇油，让金山坚定地加入“联盟”。

2010 年 5 月 21 日，金山发表声明指出 360 以兼容问题为借口诱导客户强行卸载金山网盾，要求 360 停止侵权行为，并保留采取法律手段的权力。一个刚刚立足没几年的防护软件公司，竟然能够明目张胆地开始对自己发动进攻，怎么能够忍受得住？再加上破坏行业平衡的做法更让业务发展陷入被动。适时，腾讯讨伐 360，此时不加入更待何时？

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-21

@9742360011668 楼 2013-08-21

嗯,我等着你继续

呵呵多谢~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-21

@wydok1669 楼 2013-08-21

每日一顶!!

感谢支持~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-21

最新消息，本作品最晚下周即可在网上书店买到，欢迎关注

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-21

@RHZ951674 楼 2013-08-21

企业家精神的生存状态迷失悲剧（二）

也许我上面说了这么多，很多人会觉得我在为这些“奸商”开脱……

呵呵呵~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-21

番外篇之：从当年的 3Q 大战看互联网企业争斗谋略 13

傲游和可牛的加入，可以说目的都是差不多的。虽然它们一个属于浏览器,一个做杀毒。但是这两家公司论规模、实力和市场占有率，都无法和 360 相提并论。当然，傲游比可牛还是好很多，毕竟已经开始有了自己的客户群，且其网络的下载率也不低。

但是傲游却有自己的缺陷,这个缺陷可能将会成为死穴。那就是，

虽然傲游下载率挺高,但是却没有保证固定客户群和不断发展的核心平台。这样的软件一时可能还挺风光,但是缺乏核心竞争力的行业瓶颈会随着发展一直存在,直到尾大不掉的一天。因为随时会有同类型的软件来取代自己。

在网络企业中,无法建立平台,就等于无法吸引客户,而且永远没有行业话语权。所以,仅仅是 360 浏览器就能够对它的发展构成非常强大的威胁。原因是人家的平台已经建立好了。加入联盟搏一搏或许还有生机。可牛就更加不用说了,根本没有时间去建立平台就已经被 360 抢占先机。即使可牛推出免费杀毒软件,也被 360 抢去了风光。此时加入“讨逆联盟”除了有机会可以打败行业中的“大象”,也是一个自我宣传的好机会。最起码能借助 QQ 这个平台好好免费宣传一下,能够搭上腾讯这艘大船,真是有百利而无一害。所以,一个由实力强大的百度、腾讯、金山和弱小的傲游、可牛所组成的行业实力“不对称”的联盟就这样形成了。

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-21

@lxwj0491677 楼 2013-08-21

学习了,楼主加油

多谢您支持~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-21.....

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-21

吃饭~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-21

@jasen03141682 楼 2013-08-21

当然也不一定是网络诈骗，现实中得案例也行，这样可以让普通人减少上当的机会。

呵呵~谢谢您的支持与鼓励,不过我这毕竟是商业诡道案例分析，不是法制进行时。所以目前还没涉猎诈骗相关的案例~或许将来有机会吧~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-21.....

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-21

又没人了~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-22

各位晚安~明天继续~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-22

早~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-22

番外篇之：从当年的 3Q 大战看互联网企业争斗谋略 14

360 短短几年就做到如此规模和市场占有率，不得不佩服其掌门人的能力和才华。但也正是由于想要几年内快速崛起，带来了很多副作用。第一，是为了发展不择手段，对竞争对手咬住不放。并且用一些或借力打力或主动打压的手段实现快速增长。第二，卸磨杀驴。只要能够赢得利润，昔日的合作伙伴也可以在瞬间“反目成仇”，在借

助巨人肩膀爬上顶峰的同时挥剑斩杀巨人。这让迅速发展的360锋芒过露，树敌太多，也就留下了和腾讯争斗的隐患和未来同行业间争斗的祸根。

未来，类似的商业争斗还会出现，也将形成网络发展中一道新的风景线。

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-22

吃饭~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-22

@lyyue_1231704 楼 2013-08-22

好贴，先去买书

下周三左右应该在网上能买到

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-22

@走过还路过又错过 1703 楼 2013-08-22

楼主，要厚道啊，别拉人下水了，栽在这上面的人几乎跟买彩票不中奖倒贴的人一样多了，唯一赚钱的还是像你这种操盘的，稳赚不输。

呵呵~回错帖子了吧~这不是股市分析帖

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-22

@152531193801708 楼 2013-08-22

楼主，我想说你写的很好很好，可我不想买书看，你能让我看到

全书不

呵呵~现在书也不贵，估计网上都有折扣，打完折估计也就 20 多块钱。不管怎么说也是花了一年多时间写出来的，也想看到它的价值被大家认可，你说呢？我尽量多放些文章就是了~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-22

番外篇之：从当年的 3Q 大战看互联网企业争斗谋略 15

当网络大战在工信部干预之下偃旗息鼓,所有一切归于平静之后,却带来了很多思考。对双方来说，这是一场没有赢家的战争。但是,却因此打破了以往的竞争格局,并改变了整个网络企业未来的发展进程。

奇虎 360 和腾讯在这场战争中都遭受到了巨大损失。就拿腾讯来讲，事件开始到结束，腾讯的港股股价遭遇到了前所未有的波动。也就说明投资者对腾讯投入这场战争造成的负面影响有预期并丧失信心。盘中出现了大量抛售股票避险的行为。但这只是能够看到的损失,况且股价毕竟只是一时的波动,更严重的损失还是公司自身发展受到影响。

腾讯公司第三季度财报显示,腾讯网络广告业务收入比上一季度下降了 3？8%。连广告商客户也对腾讯信心有所下降。腾讯的商誉也受到损害。而整个事件因为互相对战、对骂也引发了意外插曲，腾讯老总个人名誉也受到了牵连。既损失了金钱又损失了名誉，最重要的是流失了客户和投资者的信心,可以说腾讯在此次大战中受的损失,

不亚于一次金融风暴来袭。

最戏剧化的是，腾讯费了半天劲组织的讨伐大军，并没有对360造成灭顶之灾，“野火烧不尽，春风吹又生”。腾讯未来最终还是要面对这个难缠的对手。

360受伤则相对较轻。但其损失也不小。首先是“360扣扣保镖”研发白白浪费掉。接着因为腾讯的“逼宫”流失了数千万客户，让公司蒙受了不必要的损失。

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-22

@152531193801708 楼 2013-08-22

楼主，我想说你写的很好很好，可我不想买书看，你能让我看到全书不

而且最近预订的已经不少，搞不好还抢不到，总之您看着自己情况来~还是是否觉得物超所值~个人觉得你不会亏本~呵呵呵

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-22

@男人啊祖 1713 楼 2013-08-22

就是嘎，不过在这看有的互动挺好

恩互动少不了的~这里有些内容也是书里没有的，书里自然也有这里没有的东西~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-22

刚看了一下，亚马逊好像已经可以预定了~有心急的朋友可以去

预订，名字就是《商业筹码狙击战:中国商企密谋与诡道竞争》

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-22

看了看~现在亚马逊正搞活动，折扣真不错，只有 23 块。

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-22

@rfnie1716 楼 2013-08-22

今天在亚马逊下单预订了，希望能早日收到!

感谢您的支持~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-22

@gdxinxing1723 楼 2013-08-22

正想问你哪里能买到,，天天关注

呵呵多谢关注~正好今天亚马逊开始预售折扣也不错~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-22

@MiroV51721 楼 2013-08-22

爬楼很辛苦啊，旷日持久。楼主更辛苦。估计文字琢磨下了不少苦工。求楼主分析一下各个企业打造分销渠道的细节啊。

多谢，嗯书中有相关方面分析~欢迎关注~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-22

@注册用户名都被用 1722 楼 2013-08-22

再做个记号!

多谢您的支持~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-22

@震旦 r1720 楼 2013-08-22

能说点香港企业么！像长江实业、周大福^_^

恩本作品后面说了一些香港和台湾企业,都是一些鲜为人知的商业诡道

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-22

@626322401705 楼 2013-08-22

可算找到你这帖子了，一个月前看的，手机坏了，书签都没了？

呵呵呵辛苦您了~亚马逊开始预售了喜欢可以去订购~当然这里可以继续关注，因为这里的有些内容书里也没有，毕竟是原稿还有很多番外篇~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-23

@152531193801730 楼 2013-08-23

楼主不是我不想买只是我从来没有买过，也不知道怎么买，再说了网上买东西真的可靠吗

亚马逊可以放心呵呵呵~不信可以问问你朋友~或者让你朋友帮你订，到亚马逊搜索《商业筹码狙击战》就可以然后订购就行，相对

来说网上比到书店便宜很多,在天涯不便发网址~您去看看就知道了,属于网上商城性质的都很靠谱。估计下周以后京东、当当就都能买了,这些都是网上比较可靠的地方

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-23

各位晚安~明天继续~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-23

早~继续~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-23

@zsf8301737 楼 2013-08-23

楼主

为什么书里没有番外篇？真遗憾呀

刚那个人说你又出书了？以前还有什么作品？我要打包。

呵呵其实番外篇就是我以前作品的节选,我的出版作品除了这次的《商业筹码狙击战外》还有以前的《看得懂的经济内幕》。去亚马逊打包买就行

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-23

番外篇之：从当年的 3Q 大战看互联网企业争斗谋略 16

虽然因为舆论的愤怒，360 站对了位置并借力打力，但其实发展到后来 360 已经开始撑不住了。所以当政府部门刚刚开始介入，360 就先摆出了姿态，一方面表示自己的诚意，另一方面撇清自己不是肇事者，以便尽快结束这场战争。

但凡事有因必有果，如果不是360太高调地四处树敌，也就不会那么快把腾讯逼出来。其实，360最大的损失并不是这些。而是经此一役，360已经锋芒尽露，由于以往做事太过狠辣，加上行事过于张扬，在这次事件之后已经让全行业达成了一个共识，那就是360是大家未来潜在的最大敌人和不安定因素。这也就为将来可能要出现更多的矛盾埋下了巨大隐患。

并且，360过去是以快打快、以狠打狠。但是将来可能会有更多公司针对360做出类似的事情。此次大战之后，用户和合作伙伴对于360信心也将大打折扣，甚至在未来合作也会有所顾忌。相信这对360未来的运作发展不是一件好事。

这场对战，更让其他的网络企业渔翁得利。整个网络竞争格局竟然因为这次的对战而发生改变。这是以往历史上尚未出现的。

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-23

其实在这里发番外篇的原因就是大家觉得意犹未尽，可是出版社那边有要求，那么我就把以前写的发过来让大家过过瘾~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-23

@蜀海天使 1741 楼 2013-08-23

欣赏品读！

多谢前来支持~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-23

@wydok1733 楼 2013-08-23

每日一顶!!!!

多谢您的支持~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-23

@欲隐则隐者 1746 楼 2013-08-23

昨晚看到两点多，总算追上了。

呵呵辛苦了~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-23

@谦谦进 1748 楼 2013-08-23

楼主博学多才，追贴拜读中，加油。

多谢您的支持~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-23

@蜀海天使 1749 楼 2013-08-23

继续支持!

感谢!

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-24

@wakeuporliedown1752 楼 2013-08-24

可读性很强! 收藏细品!

真心感谢您的关注~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-24

@过来人 workerluo1754 楼 2013-08-24

楼主辛苦你了，明天就预订一本

真心感谢，您购买后有什么意见可以告知，方便今后不断改进~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-24

^_^

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-24

跟大家说声不好意思,今天出门回来很晚~明天继续~感谢各位的支持!

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-24

晚安~~~~~~~~~~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-24

早

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-24

番外篇之：从当年的 3Q 大战看互联网企业争斗谋略 17

首先我们来说金山，只是一起发表个声明，一方面自己也不会被当为主要的参战者,网络舆论不会给太大压力,所有压力都给了腾讯。另一方面在金融市场上更是大丰收，金山的港股一天就大涨接近 18%，这在金山上市的历史中从未有过。360 被腾讯逼迫卸载软件，让金山趁此机会抢夺市场，这比做广告的效果不知道要强多少倍，而

像瑞星等杀毒类软件也相对受益,并且也趁机推出一年的免费杀毒软件来吸收360的客户。一时之间,混乱的网络成了抢夺客户资源的战场。

相应,从腾讯那边也出现了争抢客户现象。上市创业板公司神州泰岳主要是做飞信业务,其通信软件的性质也与腾讯类似。自从腾讯宣布要用户二选一之后,飞信业务突然激增,网络注册数量突飞猛进,甚至出现了一时过忙网络无法注册的情况。与此同时,神州泰岳股票也大幅拉升,显示了市场和客户对于这场网络大战给神州泰岳带来的实际利益明显,信心自然也就增强。

MSN也没有放过此次争抢用户的好机会。在2010年11月6日迅速推出了将QQ好友导入MSN功能。输入QQ用户名和密码就可以把QQ好友邀请到MSN平台上。这么做是在把QQ数年辛苦积累的客户网络平台不断进行瓦解。关键是时间点掌握得非常好,做到了偷天换日还不被注意。真是一石数鸟。

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-24

呵呵~欢迎继续参与~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-24

@冰山上的守望者 1764楼 2013-08-24

写的不错,感触很多

恩感谢您的关注与支持~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-24...

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-24

番外篇之：从当年的 3Q 大战看互联网企业争斗谋略 18

新浪也因为此次的事件获益良多,除了争取到了众多客户支持之外，也正好借此机会与 MSN 合作。在 2010 年 11 月 11 日下午，新浪与 MSN 在众多的领域展开全方位合作，包括博客、微博以及即时通信业务及其他业务合作。这样强强联合的目的很明显，就是趁腾讯损失尚未恢复的时候尽快在即时通信等领域成为可以与腾讯相抗衡的新势力。

傲游在此次争斗中应该是获益相对较少的，当然还是有收获，那就是在 360 浏览器流失众多客户中也能分一杯羹。但是，毕竟傲游始终是一个缺乏核心竞争力没有建立系统平台的软件,所以在如此大好机会之下，没有抓住机遇让自己获得最大化的利益。这也是比较可惜的一点。因为在同一阵营，更弱小的可牛，就抓住了自己的机会，让自己迈上了新台阶。

可牛的“飞升”过程非常戏剧化。用形象的比喻是蚂蚁爬上了大象头顶，最先享受到了实惠。最大的实惠是花最少资源让全国网民把“可牛”这两个字牢牢记住了。借助腾讯的平台，让自己以“飞升”的速度扩充了用户量，提升了品牌价值，这在近年网络品牌发展史上是绝无仅有的。也就是由于快速品牌“飞升”让可牛得到一个质的飞跃机会，那就是被金山收归旗下。这对可牛来说毫无疑问是千载难逢的机会。

因为，虽然可牛借机会抢夺了客户获得了知名度，但这只是短暂

的虚名，从长远来说，一个公司拥有核心竞争力和强大团队资源，建立可持续发展的平台才是重中之重。这个时候得到金山“赏识”，不仅提升了公司发展平台，也让可牛杀毒进入全国杀毒软件品牌一线行列。在获得巨大资金支持的同时又能卖个好价钱，真是一举数得。金山也不是傻瓜，借与可牛合作的机会也让品牌增值，增添了新鲜血液和新的运营方式，既不需要流失原来的收费老客户，又可以发展免费杀毒软件，借此对 360 形成新的抗衡能力。一个新的市场格局就这样形成了。

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-24

^_^

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-24

3Q 大战就节选到这里，后面会继续一些新的文章

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-24

@男人啊祖 1770 楼 2013-08-24

楼主，到哪预订你的书呀？多少一本？

目前亚马逊有预订，我今天看到当当也有编码了但好像还不接受预订。亚马逊预订目前原价 33 元，折扣以后 23.1 元很便宜~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-24

@豆童学 1772 楼 2013-08-24

支持一下买一本来看看

恩感谢支持~预定要趁早，估计这次首印很快就会被卖光

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-24

@砖头党 1774 楼 2013-08-24

这段话绝不会反驳你。因为是事实。人人都是披着人皮的吸血鬼。从身边一切能吸血的物体上狂吸。不做吸血鬼很难存活下去。

呵呵好久不见~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-24

@砖头党 1777 楼 2013-08-24

期货市场赔惨了。快倾家荡产了。呵呵。反思中。

太过情绪化。做不了吸血鬼中的顶级吸血鬼。反而成了无偿的供血肉鸡。

呵呵~淡定淡定

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-24

其实我想说的是，写这个帖子，乃至这个作品都想反映出一个内心的中心思想，不知道大家能不能看到。但最起码我是努力想做一些事

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-24

^_^

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-24

@zzggjbgj1783 楼 2013-08-24

mark

多谢您的支持~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-25

@keensmile1788 楼 2013-08-24

不错，真不知道 LZ 是从哪知道这么多消息的，感觉很多内容必须企业的高层才能知道，可 LZ 总不可能在那么多企业高层都做过。

难道网上能找到相关资料，然后 LZ 再吸收整理？

只可以这么说吧，我的资料都是真实的，也绝对都在一个客观公正的角度作出分析，最终的结论由您来下

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-25..

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-25

@keensmile1788 楼 2013-08-24

不错，真不知道 LZ 是从哪知道这么多消息的，感觉很多内容必须企业的高层才能知道，可 LZ 总不可能在那么多企业高层都做过。

难道网上能找到相关资料，然后 LZ 再吸收整理？

当然从网上是无法找到所有资料的呵呵,另外必须要更专业些的东西

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-25

今天就到这里吧~明天继续连载~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-25

@六面碰壁局士 1794 楼 2013-08-25

真心话大冒险,楼主你是喜欢吸收你思想却没买书的人？还是喜欢买了你的书却瞄上几眼束之高阁的人。戏言尔，楼主别认真

呵呵说实话，吸收思想的人不会不想读到更多，而买了书不读那只能是他自己吃亏了。反正我如果自己意愿掏钱买了一本喜欢的书回家我不马上读的话晚上会失眠~所以我相信一般能吸收思想的往往也是真正能读完一本书的人。

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-25

@仇永辉 1357 楼 2013-08-11

楼主新出的书名叫什么？能问一下您的姓名吗？到了书店好找，谢谢啦！您的大作太长知识了！

亚马逊已经可以预订，您可以去看看，搜“商业筹码狙击战”即可

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-25

能够在此连载的正文基本结束，不过因为大家都比较喜欢，所以我将再放一节出来给大家分享一下，等这节分享完毕，如果大家还喜欢我可以继续分享番外篇。并可持续参与讨论

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-25

47.

电商教父的危机应激“太极式”自救韬略

在中国国内要论电商之中的魁首，毫无疑问，那就是马云和他所领导的电商王国,从阿里巴巴到淘宝系,无一不是商业经典之作。B2B、C2C、C2B2C、B2C……在其手中运用自如，创建出了一个国内绝无仅有的电商商业帝国。而即使是2010年以后电商呈爆炸式增长的年代，马云手下的电商王国依然是国内当之无愧的NO？1。而马云也毫无疑问地成为现代电商领域教父级的人物。

对于马云的创业史我们在这里就不再赘述,近十几年来有目共睹，也基本为人所熟知。马云在电商领域的规划尤其是近两年的变化以及其竞争对手与其不断的合作、博弈，这才是真正值得研究的。商业场上没有永远的王者，但却有永远的竞争。马云的企业运作与管理堪称独到，到2013年，马云及其团队运作的公司发展为七个事业群，每一个事业群下面有一大批相关的附属公司和子公司,拥有庞大的企业“舰队”，而其中的“旗舰”自然是阿里巴巴以及淘宝系。

围绕其企业的发展轨迹可以看到,马云的团队一直在做两件事情。第一，建立一个能够衔接企业上下端服务的网络电子商务领域平台，并紧紧围绕其保持行业优势，确保自己的不可缺失性。实际上，即使是2010年以后电商云集，马云团队所领导的企业集团依然保持着行业优势，并不可代替。也就是说，尽管电商云集，电商资本运作泡沫频出，但马云所带领的阿里巴巴集团总体没有出现同质化现象。

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-25

欢迎继续关注

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-25.....

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-25

午饭~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-25

回来了~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-25

呵呵~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-25..

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-25

吃饭~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-25

^_^

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-25.....

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-25..

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-25

48.

第二，就是当确立了行业地位之后，阿里巴巴集团在逐步扩充业务的时候，是以一种以小产业链连接大产业链的模式。也就是说，从阿里巴巴的B2B开始，其目的是将企业与企业之间的网络对接沟通作为主要手段，实际上就是抓住了在传统企业随着信息时代逐步转化的时机，不失时机地把服务平台运作成大产业链中不可缺少的一部分，企业在运作、洽谈、交易、订货的过程中的网络服务平台由其担当。

而随后的淘宝系也是一样的道理,只是针对不同客户的不同运作而已。

淘宝的出现满足了店铺与网民之间的需要,而支付宝本身又是一种金融链接工具。甚至与其他电商看起来非常相像的淘宝商城——天猫，也是企业与消费者之间垂直销售的连接点而已。也就是说，马云的经营策略就是在网络时代用其创建的平台将传统产业链转化后的关键点链接起来，随后再逐步将自己旗下的企业不断优化组合，形成一个有效的小产业链。

这样的运作带来的好处就是可以以低成本将企业整体优化,更牢固地抓住经济大产业链与网络的连接点。这也就是为什么阿里巴巴集团可以称霸国内电商的原因。所以即使它的物流系统赶不上京东商城，专业化运作赶不上当当，也没有苏宁等企业的实体店铺做后盾，但依然可以在激烈的竞争中处于上风。

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-25

@老农民公甲 31815 楼 2013-08-25

几好

多谢支持~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-26

@经济小萌 1816 楼 2013-08-25

每周一次，按时

多谢~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-26

@darling524201817 楼 2013-08-25

mark

感谢关注

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-26

好了今晚就到这里~明天继续~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-26

晚安~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-26

@xiaozhu9091821 楼 2013-08-26

好了今晚就到这里~明天继续~

@longsan18851824 楼 2013-08-26

恩，很不错。好看。

感谢支持~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-26

49.

不过，随着企业的不断壮大，马云团队也面临着很多的挑战与威胁。这里面最大的威胁，就是来自资本方的威胁。其实马云在创业融资的时候选择投资方是非常聪明的。我们可以看到其股东成分的构成，

主要是以日本孙正义的软银为主，然后是投行高盛、日本亚洲投资公司及其他投行等等。孙正义是以专门投资网络企业发家的，而日本的风险投资商基本很少挟持企业，不会靠融资上市、卖给下家去图利，而是以公司的长远发展为主，当公司不断壮大之后才开始享受企业发展红利。这是一种健康的股东概念，以企业的发展为第一要务，而不是只图短期利益，这也就奠定了马云事业稳定的基础。

我们都知道，欧美的资本投行最善于在国内做的事情是，先找到具有潜力的企业，然后融资给他们，随后就不断寻找入股者，为了吸引入股者，逼迫企业做大，并与企业老总签订对赌协议，如果企业赢了，无非输一点股金出去，但企业做大本身的目的已经达成，当新股东进来越做越大之后，再上市套利卖出。而如果企业老总输了，直接把他踢出局，或分拆卖出，或找到新投资人继续上市融资套利。也就是说，怎么做他们都是赢家。在这种模式运作下的企业初期成长性极高，但长久来说等于是透支了企业的发展能力，对企业是极其不利的。

而马云的风投主体是日资，高盛等投行虽然参股但无法在发展中不断侵蚀股份，所以从这方面来说，马云的基础是坚实和稳定的。但在 2005 年，随着其收购雅虎中国，同时雅虎全球注资 10 亿美元获得阿里巴巴 39%的股份，使得马云的团队仅仅占到总股本的 31%左右。随着时间推移，阿里巴巴的融资上市，致使马云团队股份占比越来越小，而雅虎则已经占到阿里巴巴四成以上股份。虽然按照协议，雅虎的投票权受到限制，马云团队依然掌控局面，但从此埋下了夺权的祸根。到了 2010 年，一场夺权危机逼近马云团队。

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-26

@我的翡冷翠 1823 楼 2013-08-26

看

多谢支持

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-26

@94265861828 楼 2013-08-26

LZ 你出书了人气就少了很多诶，顶。

呵呵~应该会有人来的~不着急~后面还有很多书里没有的文章

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-26

@搬砖的日子 1829 楼 2013-08-26

订单已下何时来书心痒难耐啊

辛苦辛苦~估计本周肯定能来

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-26

@搬砖的日子 1829 楼 2013-08-26

订单已下何时来书心痒难耐啊

刚去看了下~竟然优惠变了~又涨了 5 元~你赚到了呵呵呵~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-26..

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-26

@lxwj0491834 楼 2013-08-26

亚马逊缺货

嗯~现货还没过去，您可以等等~也可以预订~暂时折扣不太好，你可以等两天有货了再说,也许到时候他们搞打折活动还能再便宜些

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-26

50.

其实在与雅虎合作的时候,马云团队也不是没想到可能会被夺取掌控权，但当时，马云有几张底牌。第一，就是雅虎的掌舵人杨致远一直与马云私交甚好,在合作理念上更多是为获得长远的红利。第二，就是软银的孙正义本身一定不会支持因为企业行政权的不稳定影响其利益。孙正义本身是长远持股获益的笃定者。在这一方面来看孙正义维持着企业平衡。而马云团队是保持企业稳定发展的最佳管理团队。所以在当时来说获得 10 亿美元的投资之外，夺权风险基本不存在。

但是到了 2010 年，一切发生了变化。雅虎掌舵人杨致远下台，新任的雅虎 CEO 卡罗尔·巴茨急欲提振当时萎靡不振的雅虎股价，并想有所作为，而当时雅虎的投票权限制协议也即将到期。雅虎的目标逐渐开始转向阿里巴巴集团的控制权。在此之前马云团队已经逐渐感到危机，欲回购阿里巴巴集团的股权，遭到拒绝。这个时候，如果不是有孙正义维持平衡，相信马云团队很有可能被踢出局。也就是因为企业平衡者的坐镇，让马云团队暂时得到喘息的机会。而马云，也开始有计划地实施反击。为了能够让阿里巴巴集团的控制权不至于旁落，

马云开始制订计划。

谁也想不到，最终决定胜负的关键，是多年来一直不怎么赚钱的支付宝。支付宝作为一个第三方支付平台，虽然多年并未给集团带来多少盈利，但实际上却成为链接电商业务产业链的重要一环。

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-26

^_^

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-26

晚饭~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-27

[img]http://img3.laibafile.cn/p/m/153491510.jpg[/img]

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-27...

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-27

好了今天就到这里~明天继续

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-27

晚安~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-27

.

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-27

@澎湃的心声 1844 楼 2013-08-27

顶

感谢支持~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-27

51.

2011 年，央行要发首批“非金融机构电子支付牌照”，只有拿到牌照，支付宝才能够继续运作。当时，按照央行的新规定，有外资背景的机构要想拿到第三方支付牌照，需要报国务院审批。毫无疑问，当时阿里巴巴集团不能直接申请，但这也成为马云团队翻牌的机会。经过了数轮的博弈，2011 年 5 月 11 日有消息传出，阿里巴巴集团已经将在线支付公司支付宝的所有权转让给马云控股的另一家新公司。虽然当时支付宝私有化为行业内所诟病，并称其“违反契约精神”，但商场上的博弈其实无法用道德划分，有的只是成王败寇。最终马云因为牌照发放新规定作为筹码将支付宝收归囊中，成为其独立公司的一部分，这样一来，牌照如愿以偿拿到的同时，支付宝的争夺战马云胜出。

当时作为马云团队来说，拿到支付宝毫无疑问成为能够保证掌控权不旁落的重要筹码。除了因为其本身的商业价值，也在于其在淘宝系的重要作用。但支付宝被收回带来真正的效果显现，却并非在其主业务上，而是在金融市场。

在支付宝被私有化的消息传出后的第二天，雅虎股价大跌一成并陷入低迷。而没过几个月，也就是 2011 年的 9 月初，雅虎的 CEO 卡罗尔·巴茨就因此次支付宝的问题引发的股价大跌以及整体运作不佳而下台。她下台之后，雅虎股价大涨 7%。其实也表明了股东的态度。后面的事情就好处理多了，因为从卡罗尔·巴茨掌权开始，就比较针

对马云团队，在雅虎中国的运作问题，以及争夺阿里巴巴集团掌控权方面不断与马云交锋。她的下台，就意味着雅虎新掌门一定要给股东带来提振股价的好消息。那么阿里巴巴集团的掌控权已经不重要了，重要的是——利益。所以马云团队回购股份就变得顺理成章了。

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-27

欢迎继续~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-27

@暮歌 29351848 楼 2013-08-27

顶起来，慢慢看

感谢~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-27

@澎湃的心声 1844 楼 2013-08-27

顶

---------……

--------------------每看必顶！楼主辛苦了！

感谢持续的支持~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-27

~~~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-27

@cdsqbyl1853 楼 2013-08-27
~~~

mark

感谢关注~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-27

52.

经过一系列的谈判，2012 年 5 月阿里巴巴集团确定将回购雅虎一半的股份，也就是阿里巴巴集团 20%的股权。而阿里巴巴集团为了缓解资金压力,开始吸收一些私募投资成为股东。但这次吸收的形式，是多家吸收，避免了再出现掌控权不稳定的局面。马云团队在通过这种多家吸收资金的方式巩固股权的同时,还保证了资金流不出现问题。到 2012 年 9 月 18 日阿里巴巴集团对外宣布，对雅虎 76 亿美元股权回购计划已全部完成。阿里巴巴集团回购雅虎手中持有的 20%的公司股权，至此，马云团队再无后顾之忧。而雅虎呢，几年就获得了近 10 倍的收益，对股东也算有了交代。

当马云团队逐步解决了掌控权危机之时,也开始了对公司业务的整合。通过多年来行业基础的建立以及产业链的完善，让阿里巴巴集团具有走向更大市场的机会。在整合企业交流、商户交易、垂直经销平台、企业软件服务等诸多业务后，调整淘宝、一淘、天猫、聚划算、阿里国际业务、阿里小企业业务和阿里云为七大事业群，并开始由这七个事业群向形成整体巩固经济产业链条大体系迈进。

这方面，阿里巴巴集团做了以下努力。第一，就是先将旗下阿里巴巴香港上市公司退市私有化，为将来整体上市做准备。同时，剥离

支付宝为单独上市做准备,这样可以作外围接应,以防将来再次生变。第二，明确了目标。以三个主要方向作为目标。首先将企业整体作为未来经济平台。从事业群内原本的小链接向更有效率的大循环系统运作转变。

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-27..

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-27

@走过还路过又错过 1857 楼 2013-08-27

精彩，楼主好棒。

感谢支持!

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-27

@为了你我帅 1858 楼 2013-08-27

mark

多谢关注

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-27

@永恒为爱 1859 楼 2013-08-27

楼主辛苦了！期待更新

多谢您~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-28

今天到这里~明天继续~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-28

@庄生晓梦境 1864 楼 2013-08-28

一直默默地,一声不吭地看,终于赶上了作者的步伐。写得不错,赞一个。听说都出书了，一定要买本回来看。辛苦了，楼主!

恩感谢您的支持，目前亚马逊折扣还不太好，加上暂时未到货，您可以等过两天打折季再买更上算

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-28

53.

从自己面对消费者，转变为支持网商面对消费者，充分发挥阿里巴巴集团业务的平台作用，而不是参与者的作用。其次建立国内企业发展平台。将“信用”作为企业抵押品，从而成为创造力的企业成长孵化器。这一点的发展其实很了不起，因为这是政府多年来一直想要做，却没有做成的事情。如果这个方向做成，阿里巴巴集团不仅成为这些企业的资金后盾，还能因此获得稳定的新收益突破口。并且突破性地从电商走向金融业，开辟新的产业连接点。最后就是通过自己的产业链获得的独特优势资源，变成经济信息的收集部门，从而为企业提供相关服务，让企业能够在这个平台更为有效、更为准确地获得最新的经济信息以调整企业战略。这一点也是非常了不起的一件事情，在拥有绝对稀缺性资源的同时，还有效成为经济大发展的助推器。这一点如果做到，将为整个经济的运行起到指向标的作用。

相信，未来电商格局鹿死谁手，谁也无法预估。但马云以及其领

导的阿里巴巴集团的企业王国给国内电商乃至所有民营企业带来了一种新思路，那就是如何做到有效的产业整合。

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-28

在这里特别感谢中国民间保钓联合会会长,中国宋庆龄基金会理事，中祥投资有限公司董事长童增先生为本作品倾情作序，感谢大华文龙集团董事长、北京陕西企业商会副会长袁沛野先生、多牛网 CEO 张晓丹先生以及业内多位专业人士的大力推荐,也感谢诸位一直以来的关注与支持!后面本人将继续在这里连载相关文章，希望大家继续支持![img]http://img3.laibafile.cn/p/m/154686029.jpg[/img]

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-28

@if20221869 楼 2013-08-28

留名

感谢支持

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-28

再将全数目录发布一下,大家可以更清晰的看清楚所有的商界诡道分析路径。

第一章资本大鳄与企业创始人的厮杀博弈

雷士照明内斗危机（一）：兄弟反目祸起萧墙

雷士照明内斗危机（二）：掌控渠道暗度陈仓

蒙牛“与狼共舞”的迷失（一）:“资本蜜月”凸显的危机前奏

蒙牛“与狼共舞”的迷失（二）：国有化潜藏的“老牛智慧”

新希望“返璞归真”战略的成与败
“大胃王”中粮资本吞并路的消化不良根由
学会制造资本入侵的制衡“核弹头”
第二章商标争夺战背后的鬼蜮伎俩
IPAD 商标争夺局中局（一）：唯冠衰落真相
IPAD 商标争夺局中局（二）：唯冠、苹果与破产诡道
上演“二母夺子”的“王老吉”抢夺战（一）：王老吉品牌增值之“祸”
上演“二母夺子”的“王老吉”抢夺战（二）：市场品牌的输赢谋略
家纺龙头“商标盗链”背后的市场危机
“娃哈哈”品牌保卫战的博弈智慧
商标争夺的“赢”与“输”
第三章视听网站的生存与吞并大戏
优酷土豆合并的背后推手（一）：剑拔弩张的前世今生
优酷土豆合并的背后推手（二）：资本机器的强大推动能力
网络视频企业的同质化危机突破（一）：正版突击战的赢家
网络视频企业的同质化危机突破（二）：产业巨头的合纵连横
“美女主播”带来的品牌竞争力
音乐网站的产业链优化谋略
后危机时代视听网企的竞争与突围
第四章网络电商的战争密码

家电商场巨头的网络布局与野心

京东商城孤注一掷的“物流帝国”

电商大战背后的商业诡略

凡客的生死劫与曲线自救谋略

网络图书电商的跨界疑云

电商教父的危机应激“太极式”自救韬略

电商竞争危机的破解密码

第五章后危机时代演艺界的生存模式窥探

选秀节目的“复制”模式和市场新趋向变局

电视节目制作产业的转型竞争魔力

曲艺、相声的产业化新生商业模式探究

“小品王”的企业运营与人才掌控高招婚恋节目的市场价值与“话题”营销谋划“狼”和“羊”的产品设计突破与市场心理掌控后危机时代演艺界的市场矫正突破第六章那些资本扩张背后的谋略吉利“蛇吞象式”并购隐藏的自救“药方”腾中并购悍马背后的“连锁增值”诡计地产业生存淘汰赛与吞并的商业变局解决兼并危机的“另类”法宝——家族连锁自救模式后危机时代联想集团的“柳氏救赎法”战略投资与企业并购的应对诡道根源第七章吃喝穿用行业核心竞争力的产业争霸赛安利别样行销与产品新定位思考东阿阿胶产业核心竞争力的争霸得失白酒行业的渠道控制谋思“李宁危机”带来的行业转型反思手机争霸赛（一）华为中兴的商道对比手机争霸赛（二）手机商业盈利模式比较与探索后危机时代企业生存与争霸的核心竞争

力剖析第八章后危机时代异军突起的商业发展与新思维免费网游优势运营与“史式”营销的强力发酵器网游产业链衍生行业的竞争优势剖析单机游戏的逆袭：烛龙的绝地反击战

团购网站崛起、失落与再生

婚恋网站的发展态势和商业核心窥探

后危机时代的新商业环境中的思维变革

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-28

出去一下~欢迎先参与~回来继续聊

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-28

吃饭~财神节快乐呵呵~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-28

喝醉了~哈哈~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-28

@豆童学 1875 楼 2013-08-28

吃饭~财神节快乐呵呵

呵呵~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-28

@澎湃的心声 1878 楼 2013-08-28

谢谢楼主的回复！顶是必须的！

您太客气了~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-29

今天到这里~明天继续~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-29

各位晚安~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-29

.

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-29

嗯嗯，谢了，lz

您客气~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-29

番外篇之：中海油并购“优尼科”失败的台前幕后 1、

从 2004 年起，随着市场需求的不断增强，中国在石油供给方面的问题越来越受到重视。能源紧缺、市场需求各方压力纷至沓来。国际原油价格也在逐步攀升。当时我国原油进口量已经超过 1 亿吨。据国际权威资料显示，2004 年世界石油消费量增长创 1976 年以来的新高。消费量增长了近 250 万桶/日，这是过去 10 年平均增长率的两倍多。全球石油生产也第一次超过了 8000 万桶/日。石油输出国组织的产量增加了 220 万桶/日，达到 3290 万桶/日。沙特阿拉伯的产量达到 1060 万桶/日，创历史新高。在这种国际大背景下，我国石油企业就有了迫切“走出去”的要求。所以在 2005 年，中海油走出了第一

步，有意收购优尼科。

优尼科是美国第九大石油公司，也是一家拥有百年资历的企业。在北美洲墨西哥湾、得克萨斯以及亚洲印度尼西亚、泰国、缅甸和孟加拉国等地都有石油、天然气开采项目。有资料表明，截至 2003 年年底，优尼科石油和天然气生产总储量共计 17.6 亿桶油当量，其中 50%位于远东。产量方面，远东占到该公司 2003 年石油和天然气生产总量的 46%，海外其他地区占 8%。该公司还向泰国提供天然气进行发电，并在印度尼西亚、菲律宾以及泰国拥有热电厂。但其时优尼科已经连年亏损，甚至向政府提出过破产保护。其企业规模相对较小，当时看来不会有太大收购阻力。

其实中海油对于优尼科的收购意向很早就有传闻，从 2005 年 1 月起，外媒就报道过中海油准备发出 130 亿美元收购要约，3 月达成了意向并提交了“无约束力报价”。但 4 月初，美国第二大石油公司——雪佛龙提出了以 164 亿美元现金和股票并购优尼科，并达成了约束性收购协议。这样，雪佛龙占了先机。

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-29

@男人啊祖 1886 楼 2013-08-29

哦。顶你！买本慢慢看

呵呵多谢支持~相信物有所值~个人认为这部作品比较对得起价钱呵呵

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-29

@男人啊祖 1888 楼 2013-08-29

通常需要 2.3 周才发货！怎么回事，也太慢了吧

谁知道，他们这次好慢~可能要的太多一时供不上

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-29

午饭~有问题请留言

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-29

回来了~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-29..

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-29

@男人啊祖 1888 楼 2013-08-29

通常需要 2.3 周才发货！怎么回事，也太慢了吧

刚去看了下，当当好像已经有货了，着急看的朋友应该可以去了

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-29

当当到货亚马逊应该也差不多，已经预定的别着急，应该在这两天了

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-29

亚马逊也到货了~已经订货的大家不用着急了~呵呵~应该很快到货

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-29

晚饭~饭后聊~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-29..

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-29

大家如果订购了别忘了帮忙做做评论~谢谢大家呵呵~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-29..

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-30

^_^

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-30

今天到这里~明天继续~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-30

晚安~~~~~~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-30

目前还是当当便宜~大家随时比较价格尽量买得上算些~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-30

番外篇之：中海油并购“优尼科”失败的台前幕后 2、

在此期间，中海油一直是低调且非常慎重对待的，没有对外发布相关内容是否属实。直到 6 月初，中海油向香港联交所递交了一份公告，才第一次确定有考虑收购优尼科的方案。其实中海油一直保持低调，也是因为对此次收购案顾虑较多，其主要原因还是美国对石油企业被收购的政治敏感性。就在中海油公布了意向三天后，美国联邦委员会批准了雪佛龙的并购协议，机会正在一点点失去，这时已经不能

再等了，因为雪佛龙只要通过反垄断法以及美国证券交易委员会审查，中海油就没有任何机会了。

于是6月23日，中海油终于宣布以每股67美元的价格，相当于185亿美元的价格，准备以全现金方式收购优尼科。如此优厚的条件，优尼科自然愿意接受，并宣布准备随时与中海油谈判。

当一切风向开始逆转的时候，美国政府进行施压。美国财政部部长斯诺表示如果中海油收购成功，将会从国家安全方面进行审查。6月29日，雪佛龙并购计划得到了美国证券交易委员会批准。巧合的是，就在第二天，众议院通过一项决议，对布什政府施压，要求对中海油收购优尼科的行为进行彻底审查。7月2日，中海油作出快速反应，向美国外资委提交通知，主动要求其对此次收购审查。7月7日，优尼科表示有条件考虑中海油的收购计划，条件是包括资产剥离要求和美国监管机构的其他要求。7月19日，雪佛龙迅速作出了反应，并把收购价提高到了171亿美元。

由于中海油认为自己的报价依然具有竞争力从而不再提高收购价。7月20日，优尼科就接受了雪佛龙加价后的收购价，并推荐给股东大会。这时候虽然压力重重，但也并非一点希望没有。不过最终还是政治压力让中海油彻底放弃。7月25日，美国参众两院投票决定中海油收购优尼科的计划必须先通过国土安全部、美国能源部和国防部120天关于能源安全方面对美国影响的审查。再经过美国外资委21天的研究，这样就使计划押后了141天之久。

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-30

晕了亚马逊昨天刚到货，今天就没库存了，快抢吧~还一件了

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-30

欢迎继续参与~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-30....

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-31...

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-31

@郝克托耳 E1915 楼 2013-08-31

书读多了容易看不开，尾巴去了就行!

哈哈哈~~~~~~说得好~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-31

晚安~~~~~~~~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-31

番外篇之：中海油并购“优尼科”失败的台前幕后 3、

如此一来，收购计划已经回天乏术。于是，8 月 2 日，中海油撤回了收购计划，最终，中国首起对美国最大资金的并购案宣告失败。但颇令人玩味的是，中海油退出收购的消息传出后，纽约证券交易所中海油股票价格 2 日终盘上涨 4.15 美元，升至每股 73.49 美元，也就是说外界也并不看好此次中海油的收购。2005 年 8 月 19 日，雪佛龙并购了优尼科公司,并因优尼科在东南亚的资源而成为世界上最大的地热能源商。

其实中海油收购计划之所以会失败，原因是多方面的。首先，是

中海油自身的原因。开始有收购意向的时候，中海油并没有全力以赴。这样就拖长了并购时间跨度，让消息在美国政界扩散，吸引了政治家的注意力。其次，当雪佛龙有收购意向的时候，中海油没有占先机做更多准备工作夺取竞争优势，让雪佛龙在时间上有缓冲并做好准备。相对来说，中海油对在美国投资和参与并购事件的准备不足，没有做好政治应对，单纯地认为走程序即可。

另外，雪佛龙针对中海油并购采取的政治手段也令人始料未及。雪佛龙利用地利、人和优势，比中海油少出价十几亿美元竟能并购成功，不得不佩服其政治手段。

时过境迁，中海油的内部人员接受采访时曾经说过：“没有预估到，美国这个世界一流强国上百年来形成的极度自负、充满强烈荣誉感的民族主义自尊心确确实实受到了打击，美国国会和很多美国人对中国公司的收购表现极度的惊愕和恐惧。”从这句话中不难看出，其实即使已经过去一段时间，事后反思，中海油依然没有找到自己失败的原因……

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-31

@经济小萌 1918 楼 2013-08-31

说好的每周一访，从不错过，哈

感谢！

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-31

@宸紫 1919 楼 2013-08-31

最近一直在追看楼主帖子，收获良多，谢谢楼主！

多谢您一直的支持！

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-31

@joeygotti1920 楼 2013-08-31

mark

感谢关注~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-31.....

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-31

.

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-31

晚饭~

作者:xiaozhu909 日期:2013-08-31

.

作者:xiaozhu909 日期:2013-09-01...

作者:xiaozhu909 日期:2013-09-01

@xu0621_20081931 楼 2013-09-01

一直在关注，感谢作者的无私奉献，本对资本运作茫然无知，现已了然于胸。从以上实例发现,国外资本运作“道”高于国内企业“术”。受教了

是啊~不过有时候，“术”也是无奈的，在目前体制下，国内商业地位其实非常低，甚至可以说除了被利用之外毫无地位，企业家不但要有极强的政治头脑，还要未雨绸缪未来的退路。国外的“道”是图谋发展壮大之“道”，而我国企业家之“术”是摆脱岌岌可危的生存之“术”相差不可以道理计。

作者:xiaozhu909 日期:2013-09-01

@F 嘟 ck1932 楼 2013-09-01

订单已下..

嗯~多谢支持~呵呵~相信不会让您失望~别忘了做下书评,万分感激~

作者:xiaozhu909 日期:2013-09-01..

作者:xiaozhu909 日期:2013-09-01

^_^

作者:xiaozhu909 日期:2013-09-01

.

作者:xiaozhu909 日期:2013-09-01

@天开盛景人开窍 1938 楼 2013-09-01

留印

多谢支持

作者:xiaozhu909 日期:2013-09-01

@经济小萌 1940 楼 2013-09-01

你的那本看得懂的经济内幕，我在中关村图书大厦买过。下周去看看你的新书有没有，有了再买本

感谢您支持,这次这本个人觉得要更满意些。也更加紧凑和充实。

作者:xiaozhu909 日期:2013-09-02

@改良版杨过 1941 楼 2013-09-01

顶个贴，写的不错

多谢~呵呵

作者:xiaozhu909 日期:2013-09-02

@rfnie1944 楼 2013-09-02

书已收到,静心慢慢看……

恩感谢支持~如果喜欢麻烦做下书评~万分感激

作者:xiaozhu909 日期:2013-09-02

.

作者:xiaozhu909 日期:2013-09-03..

作者:xiaozhu909 日期:2013-09-03

@baiwei771949 楼 2013-09-03

ding.....

感谢支持

作者:xiaozhu909 日期:2013-09-03

@小白爱黄金 1951 楼 2013-09-03

好帖子，顶一个！

感谢支持~

作者:xiaozhu909 日期:2013-09-03

@杜邦 SABIC 塑料 1953 楼 2013-09-03

战争其实从没有停过,现在的经济大战只是没有用枪,但更残酷!

恩是的

作者:xiaozhu909 日期:2013-09-03

@xzhhn20081956 楼 2013-09-03

这个要慢慢看

嗯~很容易上瘾哟~呵呵~

作者:xiaozhu909 日期:2013-09-03

欢迎参与讨论~

作者:xiaozhu909 日期:2013-09-03

#商业筹码狙击战：中国商企密谋与诡道竞争#隆重出版，感谢中国民间保钓联合会会长，中国宋庆龄基金会理事，中祥投资有限公司

董事长童增先生为本书作序，感谢大华文龙集团董事长、北京陕西企业商会副会长袁沛野先生、多牛网CEO张晓丹先生以及业内多位专业人士、企业界的大力推荐。[img]http://img3.laibafile.cn/p/m/154687536.jpg[/img]

作者:xiaozhu909 日期:2013-09-03

@dadolar1961 楼 2013-09-03

楼主这段其实是对国有企业的中肯评价，其实，国有企业依靠着政府背景垄断市场,本身就是一个极强的优势,但有一个奇怪的现象，就是就专业领域来讲,国资委旗下的企业在各专业领域的经营来说属于中、下等水平，但实力是不弱的，但很奇怪，在整合资源方面，让国资委旗下的企业联合互动,建立战略联盟,高效合作,一直是弱项。

举个例子，国资委旗下有施工、房地产和商业百货的零售巨头，但象以前民营的房地产企业从设计-.....

恩确实如此，您是内行啊~呵呵~

作者:xiaozhu909 日期:2013-09-03

@lggxmm1962 楼 2013-09-03

买书是必需的，哈哈，教育下一代都可以，经典教材啊。

恩感谢您的支持~如果愿意再给写下书评~您看完再写,公正的给评价~呵呵~

作者:xiaozhu909 日期:2013-09-03

@syds0131970 楼 2013-09-03

楼主出书了，当当上有吗？恭喜恭喜，羡慕羡慕

恩有的~目前折扣也很不错~

作者:xiaozhu909 日期:2013-09-03

@syds0131972 楼 2013-09-03

楼主，竟然在线？下班回去买来继续拜读

恩感谢支持~相信不会令您后悔~

作者:xiaozhu909 日期:2013-09-03

@衰乐之颠写年华 1973 楼 2013-09-03

@xiaozhu909 先顶后看，形成好习惯。刚看了一页写得真心不错

感谢支持~小心上瘾啊~

作者:xiaozhu909 日期:2013-09-03

@半儒半道 1975 楼 2013-09-03

楼主写得好，下过一翻功夫。

会在网上订一本并推荐给其它经理人以支持楼主！

那真的感谢了~有您的鼓励我会努力写精品的~

作者:xiaozhu909 日期:2013-09-03

@vzhengwen1977 楼 2013-09-03

[img]http://img3.laibafile.cn/p/m/155415869.jpg[/img]

缺货。。。。。

晕~这么快又卖光了~你去亚马逊吧~

作者:xiaozhu909 日期:2013-09-03

@dadolar1978 楼 2013-09-03

我也买一本,在不同的案例中吸收丰富营养。谢露珠的一路辛苦。

恩快定吧~当当卖光了~亚马逊也不多了~

作者:xiaozhu909 日期:2013-09-03

@kmuvm131979 楼 2013-09-03

@xiaozhu909

感谢支持~

作者:xiaozhu909 日期:2013-09-04

@下辈子做蜘蛛 1984 楼 2013-09-04

2222

多谢支持~

作者:xiaozhu909 日期:2013-09-04

@yzhhyzhh1987 楼 2013-09-04

mark

感谢支持~

作者:xiaozhu909 日期:2013-09-04

@哥滴油桑你们不懂 1985 楼 2013-09-04

刘明

感谢支持~

作者:xiaozhu909 日期:2013-09-04

@dadolar1990 楼 2013-09-04

我倒认为企业首要的基本准则不是道德，是守法，社会道德是发展的，非一成不变，你无法用其标准考量，就好像开放改革初期，投机倒把是不道德的，同时是违法的，但对于今天的市场经济来说，则你无法评判其行为是道德的还是不道德的，但法则不同，在当时你就是违法的，依法治国所以是永远都不会过期的，虽然法会变，但法是所有当时时点社会行为的限制，具强制性，明确性和时效性。所以，你可以知道当时你就是违法的。但道德则.....

其实说白了是维护法律公正，保护守法者的合法利益，鼓励那些有创业精神的守法商户，让那些走捷径的，踩线的，并且因此而获得利益的人受到惩罚，这才是关键点

作者:xiaozhu909 日期:2013-09-04

.

作者:xiaozhu909 日期:2013-09-04

@hxzhang881980 楼 2013-09-03

好贴，关注

多谢支持~

作者:xiaozhu909 日期:2013-09-04

@健康发财 1994 楼 2013-09-04

好贴，买书支持楼主，

楼主信息比较广，讲讲关于深圳航空和李泽源的事情

恩对于案例的研究我一般都会比较花功夫，因为要对得起读者，不能在没有任何可靠信息的时候就做分析。所以，我会收集资料作为研究的一个课题的，但现在我不会妄下定论，真心感谢您的支持~

作者:xiaozhu909 日期:2013-09-04

@健康发财 2003 楼 2013-09-04

楼主的讲解生动有趣，很长见识，也引人深思~~~~难得的好贴

感激您的支持~

作者:xiaozhu909 日期:2013-09-04

@健康发财 2004 楼 2013-09-04

真正的好企业是需要想客户所想做客户所需，核心产品质量、技术过硬，企业才能做大做强，急功近利的企业生命力不会持久，纵观

改革开放以来众多的名牌企业倒下很能说明问题。

是啊~不过有时候确实也是骑虎难下~

作者:xiaozhu909 日期:2013-09-04

@山里的 wa2008 楼 2013-09-04

感谢支持

作者:xiaozhu909 日期:2013-09-04

其实,砖头党理解已出现了偏差和极端了(讲极端了,不好意思),实体企业要生存和发展,做到守法而不死,亦是有成功案例的,外国有英特尔和苹果,中国有华为和小米,联想等等,主要是如何保持产品的竞争力,一直是企业成功发展的动力和关键,而且往往说的容易做起来难。中国人有一个最大的弊端就是一是家族企业,二是缺乏创新,所以无法造就强大的企业王国,看看外国的企业,通常采用职业经理人,企业的传承人不一定是家族.....

嗯~书里会专门讲联想和小米的竞争诡道呵呵~

作者:xiaozhu909 日期:2013-09-05

@dadolar2002 楼 2013-09-04

看了楼主加多宝与王老吉之战,实际交战激烈之情况,可以用惨烈来形容。

其实,国企里亦有水平很高的人才,实力非外界猜想之弱,不过,

内部派系之争和内耗，非外部人所理解，近年来，监督程序造成每个审批程序非常复杂，在位的一哥需要非常人之勇气，要有长远的眼光和智慧化解内部的各种意见，承受一时得失之骂名，否则，难过年年政绩审查，为保位置，大部分人都宁愿选择活在当下的政绩而保守稳妥，缺乏一往无前的创造激.....

嗯感谢支持~其实这部作品我自己认为每一篇都悉心研究，没有拖拖拉拉的现象。力求不浪费大家时间。因为现在本来静下心读书就不容易，写书的如果不用心，别人看得也获得不了东西的话就是浪费时间了

作者:xiaozhu909 日期:2013-09-05

明天继续番外篇~

作者:xiaozhu909 日期:2013-09-05

@kusch19852013 楼 2013-09-05

这行话怎么透露出你是干 VC 的料啊,是人都要保住自己的血脉,这个是生存之道啊。那里来的什么伦理之说？不是胡搅蛮缠吗？强词夺理，吴长江一点也没有错，错就错在资本家贪利，话说不贪利谁来做啊。。。。呵呵。。。

所以真正的问题是不给企业家正途发展的土壤,而非企业家本身。企业家的社会责任感以及回馈社会的理念也是建立在社会充分给与他们生存空间的前提下

作者:xiaozhu909 日期:2013-09-05

@kusch19852016 楼 2013-09-05

就可以不道德，那么穷人可以抢劫，可以打土豪分田地

1 试试你可以这样做吗？

2 能逍遥法外？

3 这条成理，都去抢了，干毛个实业...

可以做一切不道德的为了活下去的行为。这个太荒谬了

不道德的活下去荒？那天一那种人存在说明什么。笑贫不笑娼。中国人一直以来的劣根性

你讲的最正确的一句话是民族没有信仰和正确的价值观这句话是对的。。。。。

没有生存谈何发展？谈何价值？

呵呵别激动~

作者:xiaozhu909 日期:2013-09-05

番外篇之保险业巨头快速海外扩张与缩水（一）

2007 年，正值国内股市最火之时，虽然经历了“5？30”但股市依然没有转向，尤其是“国”字号的大盘股。但是，相对而言，国际上却一直暗流涌动，关于次贷的影响也时隐时现。到了下半年，次贷影响逐步扩散，但大多数人并没有意识到，此次次贷危机会席卷全球并带来不可估量的损失。面对次贷危机的威胁，各大投行神经异常紧

张，看似平静的市场似乎弥漫着一股异样的气息。随着暗流涌动，资金紧张现象开始出现。很多金融机构旗下业务和资产有意向出售。

在这种大环境下，中国平安保险看到了个中的机会，准备迈向国际市场大展拳脚。多番研究之后，富通集团及旗下业务成为中国平安的目标。在一系列秘而不宣的调查和接洽后，中国平安保险(集团)股份有限公司在 2007 年 11 月 29 日宣布斥资 18.1 亿欧元收购欧洲前 15 大金融机构之一富通集团 4.18%的股权，成为其第一大股东。对已经危机四伏的富通集团来说，中国平安的加入无异于一根救命稻草。但当时中国平安雄心勃勃，并没意识到潜在的风险。中国平安购进股份的价格在当时似乎也是一个“抄底价”了。但这一抄底，却把自己抄在了楼顶，当然这是后话。

此消息一公布，平安 H 股开盘就大涨 5%，一下子扭转了近半个月的颓势，盘中最高价达到过 85.15 港元，上涨接近 9%。最终以 83.2 港元收盘，成交金额达 29.293 亿港元。从整个证券市场反应看，一方面对中国平安的收购行为没有预料，另一方面对中国平安收购富通集团这么大型国际金融机构也抱有信心。因为就中国平安当时的资本实力而言，有汇丰银行雄厚的国际背景做后盾，未来似乎可以寄望。中国平安自然更是信心满满。此时它其实还留有后招，准备扩大战果，打一场漂亮的收购战。

作者:xiaozhu909 日期:2013-09-05

@根头 2020 楼 2013-09-05

ddddddddd

多谢支持~

作者:xiaozhu909 日期:2013-09-05

@根头 2022 楼 2013-09-05

^? ^

---

^_^

作者:xiaozhu909 日期:2013-09-05

@kusch19852024 楼 2013-09-05

是啊，楼主，有些愤青就是喜欢当五毛。。呵呵

感谢支持!

作者:xiaozhu909 日期:2013-09-05

.

作者:xiaozhu909 日期:2013-09-05

@ypz882027 楼 2013-09-05

三一中联网上有资料的，移动联通这个不可说不可说、、、

呵呵低调~

作者:xiaozhu909 日期:2013-09-05

.

作者:xiaozhu909 日期:2013-09-06

番外篇之保险业巨头快速海外扩张与缩水（二）

就在国内 A 股尚有余温时，中国平安 2008 年 1 月 21 日传出消息，拟公开增发不超过 12 亿股 A 股，发行不超过 412 亿元的可转换公司债券。以中国平安 A 股周五收盘价 98.21 元计算，增发 A 股筹集资金将达 1178.52 亿元,两项再融资总额将达 1591 亿元左右。近 1600 亿元融资计划不仅把尚有温度的 A 股打到了冰点,也让自身股价遭受重创，这是中国平安也没有估计到的。

连续两天中国平安的股价被打到了跌停板上，一个月以后，股东大会通过了该方案，又刺激 A 股大跌。从此，A 股进入了漫漫“熊”期。其实这事并不意外。首先，外界并不知道中国平安在收购富通集团成为单一大股东之后，还会继续对富通进行大动作。其次，即使知道了，当时国际、国内金融形势都有点山雨欲来之势，突然来 1600 亿元的扩容，市场情绪自然承受不住。

随着时间推移，舆论压力越来越大，计划也就拖下去了。融资计划虽然没有按照预定计划走,但是对于已经有了下一步计划的中国平安来说，一切都不能改变，因为中国平安根本就“不差钱”，一切都不能阻挡中国平安的国际化战略。于是就有了下一步的行动。

作者:xiaozhu909 日期:2013-09-06

@74CF2031 楼 2013-09-06

楼主写的有理有节，非常棒，赞！

另外请教个问题，似乎中国的企业，像石油，银行，保险，基建，IT 等，好像几乎是所有的行业，无论是国资还是民企，在国外的收购,发展的都是失败的,而且都是损失惨重,印象就没有成功的案例，楼主能不能也找些个成功和失败的典型案例出来。

嗯这个失败的确实非常多，我会不断的搜集与观察，其实在《商业筹码狙击战》这本书里还是讲了不少成功的案例的。虽然在这里已经不能再发更多了，不过可以说成功的并不容易，但相对也打开了国内企业一些新思维。其实不是不能做好，关键是如何看待自己，如何明白世界的规则，如何解决潜规则。

作者:xiaozhu909 日期:2013-09-06

#商业筹码狙击战:中国商企密谋与诡道竞争#雷士照明之所以逐步从团结走向分裂并最终走向统一，一切看起来似乎是那么的偶然，但又有着很多的必然因素,这里面牵扯的商界诡道非常值得分析与思考，弱肉强食的商业筹码，诡秘的股东布局，皆充满着商道智慧

作者:xiaozhu909 日期:2013-09-06..

作者:xiaozhu909 日期:2013-09-06

#商业筹码狙击战：中国商企密谋与诡道竞争#出版，感谢中国民间保钓联合会会长，中国宋庆龄基金会理事，中祥投资有限公司董事长童增先生为本书作序，感谢大华文龙集团董事长、北京陕西企业商会副会长袁沛野先生、多牛网 CEO 张晓丹先生及业内多位人士、企业界大力推荐。亚马逊、当当已开始全面对外销售。

作者:xiaozhu909 日期:2013-09-06

@missy5122036 楼 2013-09-06

学习了，很好的一篇文章。

恩多谢支持~~~

作者:xiaozhu909 日期:2013-09-06

@ypz882038 楼 2013-09-06

瞎得瑟的，楼主大人见谅。

哪里哪里，您也是我的老师~

作者:xiaozhu909 日期:2013-09-06

@menagement2040 楼 2013-09-06

make

多谢关注~

作者:xiaozhu909 日期:2013-09-07

番外篇之保险业巨头快速海外扩张与缩水（三）

从不断增加持股富通集团，到提出增发后的 1 月 22 日，中国平安对富通持股比例已经由 4.18%增至 4.99%,总对价也从 18.1 亿欧元增加到 21.1 亿欧元。两个月以后，也就是 2008 年 3 月 20 日，中国平安公告称：将以 21.5 亿欧元投资富通集团旗下富通投资管理公司 50%股权。而交易完成后，中国平安将与富通银行成为富通投资的最

大股东。

值得注意的是,在此次交易中分别担任平安和富通银行独家财务投资顾问的是摩根大通和美林。4 月初，富通年报中再次显示出中国平安的新动向，希望能持有富通银行 7%股份，当然需要获得许可。可是慢慢的，次贷危机的连锁反应加大，到了 7 月初，中国平安对富通的投资累计浮亏已经达到了 100 亿左右人民币。

为了表示对富通的支持并稳定投资者信心,中国平安在 7 月 3 日发布澄清公告称，半年报不会对富通集团股票投资计提减值准备。到了 8 月，随着增发无望，加上国际形势的全面恶化，已经骑虎难下的中国平安只有继续持股，以 10 欧元/股的价格参与富通集团共计 80 亿元的筹资计划。而此时，在 3 月投资 21.5 亿欧元购买富通投资管理公司 50%股权计划也不再提起。到了 2008 年的 10 月，中国平安再也扛不住了，于 10 月 5 日发布公告，决定在 2008 年第三季度财报中对富通集团股票投资进行一次性减值准备的会计处理，将截至 9 月 30 日投资富通所产生的约 157 亿元浮亏转入利润表中反映。同时，以 21.5 亿欧元的对价投资富通投资管理公司 50%的股权交易在协商下宣布交易终止。

作者:xiaozhu909 日期:2013-09-07

午饭~

作者:xiaozhu909 日期:2013-09-07

牛根生“老牛智慧”到底智慧在什么地方？为什么说进取不见的都能赢？老牛的“退”退在何处？他的高明并非一般人所能窥透，看

企业家谋略风采……#商业筹码狙击战：中国商企密谋与诡道竞争#

作者:xiaozhu909 日期:2013-09-07

.

作者:xiaozhu909 日期:2013-09-07

..

作者:xiaozhu909 日期:2013-09-07

是啊~

作者:xiaozhu909 日期:2013-09-07

.

作者:xiaozhu909 日期:2013-09-07

大家周末愉快~

作者:xiaozhu909 日期:2013-09-08

@木木成皿的马甲 2050 楼 2013-09-08

记号

多谢支持~早些休息~

作者:xiaozhu909 日期:2013-09-08

番外篇之保险业巨头快速海外扩张与缩水（四）

其时，中国平安对富通投资额已缩水至 65.6 亿元，浮亏扩大至 172 亿元。基本上等于宣判中国平安历时近一年的投资计划失败。而到了 11 月，随着富通内部问题不断出现和官司缠身，中国平安对富通投资累计浮亏损已经达到了 200 多亿元，最低时近 239 亿元的投

资仅剩 7 亿元。只一年时间，投资几乎全军覆没。到了大半年后，富通股价才重回 2 欧元上方，而中国平安收购富通的平均成本是 19.05 欧元。

一场轰轰烈烈的海外并购，就这样以失败而告终。从整个事件来分析可以看到，中国平安失败的原因是多方面的。

第一，是对次贷危机的估计不足。当时次贷危机造成的影响逐步开始扩散，并由各个投行逐步扩散到各大银行。这一点普通百姓可以不在意，但是作为国内保险巨头，有强大的汇丰做后盾的中国平安为什么没有注意到呢？回过头来看，当时看似抄底的行为，几乎就是被套了个顶。

作者:xiaozhu909 日期:2013-09-08

#商业筹码狙击战:中国商企密谋与诡道竞争#其实所谓的商业诡道也不过是国内企业家们在内忧外患的商业环境中不得不做的一种战略调整，有人说缺乏道德，说国内企业没契约精神。可是我想问，在残酷的竞争环境中，再强的道德大棒，如何抵挡得住生存淘汰？

作者:xiaozhu909 日期:2013-09-08

牛根生、蒙牛、中粮，到底背后深藏着什么样的商业诡道？为什么说老牛是“退而不休”？蒙牛又是如何躲过一次次的危机的？在蒙牛被收购的背后又将潜藏着什么样的谋略与智慧？尽在——#商业筹码狙击战：中国商企密谋与诡道竞争#

作者:xiaozhu909 日期:2013-09-08

@guanyuqing1988082055 楼 2013-09-08

感谢楼主分享这么好的帖子,看完楼主之后的帖子才发现原来商战也是这么的精彩、有趣，果断买书支持楼主。

感谢您的支持~欢迎指正~

作者:xiaozhu909 日期:2013-09-08

小米的成功，其实是有着其独特的经营思路的，创新思维加优势学习时期非常独特的地方，也是最值得国内企业学习的地方，到底小米的优势以及特点是什么？能否继续保持其品牌优势呢？#商业筹码狙击战：中国商企密谋与诡道竞争#逐步解开谜题

作者:xiaozhu909 日期:2013-09-08

呵呵~回来了~

作者:xiaozhu909 日期:2013-09-08

@extremalblackh2059 楼 2013-09-08

楼主大神!

多谢支持~

作者:xiaozhu909 日期:2013-09-09

@蜀海天使 2060 楼 2013-09-08

继续支持楼主好友!

万分感谢支持!

作者:xiaozhu909 日期:2013-09-09

各位晚安~

作者:xiaozhu909 日期:2013-09-09

@轻风细语 9992064 楼 2013-09-09

3 分走人

呵呵~不看可惜了哦~

作者:xiaozhu909 日期:2013-09-09

.

作者:xiaozhu909 日期:2013-09-09

@六面碰壁局士 2067 楼 2013-09-09

楼主好文笔，好思路。能写个企业家列传就更好了，比如黄光裕者，广东潮州人也，幼时家境清贫……以前一个梦想就是给中国企业家做传，由于阴差阳错，又要吃饭养家就做罢了，真希望能看到一本有料又真实的企业家列传，哈哈，冒昧了冒昧了

哪里哪里~您给与意见就很开心。其实是这样的。我的真实目的不是写某些企业家的什么成功史。而是能够更客观的总结企业的成功失败原因，并且透析企业在运作过程中到底用了些什么谋略。能真实的记录历史和总结历史。也许很多人在写历史。而我是力求在写一部现代经济史，所以绝对不应该带有个人的一些立场和意见。而是公正分析在某段历史状态下大部分所谓成功失败企业或者成功失败案例他们为什么要做出某些选择。怎么才能让企业真正走向更广阔的天空。

最起码呼吁在目前打的体制环境下应该如何走,如何确立公平的大环境。因为很多企业或者企业家的所谓“诡道”更多是一种无奈的选择。但我又不想说教，说教的结果是你知表达了自己的所谓愤懑，但却无法真实反映企业真实生存状态。而这才是我们需要深思的。但现阶段，我们这些写作者首先要做到的，是真实剖析现状，真是剖析企业和谋略，一方面给大家带来一些经验，另一方面也能带来一些企业生存思考。最起码那些体制中的人，应该有所领悟。企业的生存，始终是要靠大的公正以及较为自由的环境造就。呵呵说的有些多，但确实是我的心声，也是我想写这类书的真正原因

作者:xiaozhu909 日期:2013-09-09

@六面碰壁局士 2070 楼 2013-09-09

有的人，你跟他讲道理，他跟你耍流氓。你跟他耍流氓，他跟你讲法制。你跟他讲法制，他跟你讲政治。你跟他讲政治，他跟你讲国情。你跟他讲国情，他跟你讲接轨。你跟他讲接轨，他跟你讲文化。你跟他讲文化，他跟你讲老子。你跟他讲老子，他跟你装孙子。你跟他装孙子，他跟你讲道理。我发现这个帖子就好多这种圣母的人，就好像你在给人家讲孙子兵法两军对垒，人家却给你讲仁孝治天下，重在感化。刚开始和人辩了几句，后来辩来.....

恩感谢您的理解，多谢您的支持~

作者:xiaozhu909 日期:2013-09-09

番外篇之保险业巨头快速海外扩张与缩水（五）

第二，过于信任担任投资顾问的摩根大通，根据它的研究，富通集团 17 年中，平均分红率超过 6.5%。而就是这个数据让中国平安更加相信其未来的前景。但是却忽略了在投行当中最擅长的就是计算数字模型和利润的集合。在一些对冲基金中可以把很多的金融衍生品的对冲做得天衣无缝，按照他们的计算，理论上没有问题。但在次贷危机面前这些金融衍生品释放的风险也是不可估量的。所以对国际机构的过于信任，决定过于草率，也是收购失败的原因之一。另外，2007 年 11 月富通正为次贷带来的资金问题周转忙得焦头烂额，如果在当时等一等、看一看，即使还会下注，成本也会降低。由此看，中国平安的贪功之心是罪魁祸首。

还有一些疑点，就是 1993 年中国平安保险公司吸收摩根？士丹利和高盛公司参股，而在 2005 年，汇丰银行出资 81 亿港币收购高盛、摩根手中 9.91%的中国平安股权，让他们 10 年投资收益达数十倍。如此 2007 年以后中国平安的投资失败结果就让汇丰受损失，当次贷危机逐步消弭之后，高盛因在次贷期间做空曝光。高盛等公司总能很蹊跷地躲过灾祸。最有意思的是帮助中国平安做顾问公司的摩根大通，在次贷危机爆发前，出售了 2006 年和 2007 年初发放的大多数次级贷款资产最终成功地躲过次贷危机。中国平安却没有躲过。这就告诉我们，在进行国际性投资的时候，如果你自己本身不了解游戏规则，很容易吃大亏。

当次贷危机出现重重危机，还没有了解、研究国际形势以及对方企业的时候，就贸然出手，结果往往损失惨重。数百亿的损失和一年

辛苦换来的，仅仅是对国际市场认知教训，这学费确实很贵。

作者:xiaozhu909 日期:2013-09-10

@六面碰壁局士 2071 楼 2013-09-09

不一定是史玉柱马云之流，牟其中唐万新黄光裕何尝不可

嗯知要是能对中国商业范畴内有所启迪的其实都可以研究,越是近的实用价值越高。

作者:xiaozhu909 日期:2013-09-10

@拍手笑沙鸥 2075 楼 2013-09-10

这书哪里有卖?

其实网上书店都有，只是这两天太受欢迎几次断货，暂时只有亚马逊有，当当、京东商城都暂时断货了。实体的新华书店这几天也差不多应该到货了。您可以先去亚马逊看看

作者:xiaozhu909 日期:2013-09-10

@拍手笑沙鸥 2075 楼 2013-09-10

这书哪里有卖?

@xiaozhu9092076 楼 2013-09-10

其实网上书店都有，只是这两天太受欢迎几次断货，暂时只有亚马逊有，当当、京东商城都暂时断货了。实体的新华书店这几天也差不多应该到货了。您可以先去亚马逊看看

@拍手笑沙鸥 2078 楼 2013-09-10

thanks

---

^_^

作者:xiaozhu909 日期:2013-09-10

@星辰之主 2079 楼 2013-09-10

mark

多谢您的支持

作者:xiaozhu909 日期:2013-09-10

.

作者:xiaozhu909 日期:2013-09-11

各位晚安~

作者:xiaozhu909 日期:2013-09-11

@H_孤独的男青年 2084 楼 2013-09-11

有一段時間沒看了，一晚上又追上了。馬上大學畢業了，我想做便利店，樓主可以指教一二嗎？

最好的建议还是你先做相关方面工作最少一年,深入了解内部运作情况之后再开始开店，比我现在教什么都管用。呵呵说实在话，别介意~

作者:xiaozhu909 日期:2013-09-11

为什么说新希望乳液的发展是一个漫长、费力不讨好，却又是必然的发展归属呢？新希望乳液错过了什么？抓住了什么？坚持了什么？放弃了什么？其大道至简的商业谋略为什么说是为商之根本？为什么能够成为其贯穿全集团的核心精神……——#商业筹码狙击战：中国商企密谋与诡道竞争#

作者:xiaozhu909 日期:2013-09-11

中粮集团，这个贯穿全产业链的庞然大物，为什么其盈利核心部分却不那么紧密？所谓的全产业链真的贯穿了产业链的全部了么？它的优势真的那么不可逾越么？这里面潜藏着更多的商业运作之道——#商业筹码狙击战：中国商企密谋与诡道竞争#

作者:xiaozhu909 日期:2013-09-11

^_^

作者:xiaozhu909 日期:2013-09-11..

作者:xiaozhu909 日期:2013-09-11

~~

作者:xiaozhu909 日期:2013-09-11

.

作者:xiaozhu909 日期:2013-09-11

@fei2642642093 楼 2013-09-11

留名

多谢支持~

作者:xiaozhu909 日期:2013-09-12

.

作者:xiaozhu909 日期:2013-09-12

@水_是睡醒的冰 2096 楼 2013-09-12

书已下单，等着拜读!

呵呵您客气~如果看着好可以评价一下~更万分感谢了~

作者:xiaozhu909 日期:2013-09-12

各位晚安~

作者:xiaozhu909 日期:2013-09-12

早~

作者:xiaozhu909 日期:2013-09-12

@暮歌 29352104 楼 2013-09-12

书到了，仔细看

恩相信您不会失望，其实后面的内容更有营养

作者:xiaozhu909 日期:2013-09-12

苹果、唯冠，两个不同级别的对手在商标争夺战中却互有输赢，虽说唯冠占了上风，但苹果始终是苹果。但其中潜藏着更多的商业诡道却并不被外界所知。解码商业诡道，请看#商业筹码狙击战：中国商企密谋与诡道竞争#

作者:xiaozhu909 日期:2013-09-12

@863876062107 楼 2013-09-12

好，留下个印。

呵呵感谢支持

作者:xiaozhu909 日期:2013-09-13

今晚就到这里吧~各位晚安。最后说下，京东比较便宜就剩一件了，要抢得快点呵呵~

作者:xiaozhu909 日期:2013-09-13...早

作者:xiaozhu909 日期:2013-09-13

唯冠的破产，竟然也是一种不为人所知的商业诡道，置之死地而后生，凤凰的涅槃背后潜藏着惊人、心思缜密的商业谋略。解密破产诡道，尽在#商业筹码狙击战：中国商企密谋与诡道竞争#

作者:xiaozhu909 日期:2013-09-13

欢迎继续讨论~

作者:xiaozhu909 日期:2013-09-13

@男人啊祖 2113 楼 2013-09-13

实体新华书店是不是价格贵点的?

@男人啊祖 2114 楼 2013-09-13

多少一本标价?

标价是 33 元，如果是网上买的话一般 24-28 元，不过如果只买一本书往往要加运费，你可以顺便再买本别的。关键的一点是有些地方书店还没到货。书店往往到的比较晚。

作者:xiaozhu909 日期:2013-09-13

.

作者:xiaozhu909 日期:2013-09-13

王老吉，加多宝。广药，鸿道。表面看起来似乎是两家企业之争，再深一点是国企与民企之争，谁又能猜到，在这不同的条件下，不同企业面对危机的反应如此不同，其商业诡略又是如此的出人意表，看凉茶之争的背后诡道，在#商业筹码狙击战：中国商企密谋与诡道竞争#

作者:xiaozhu909 日期:2013-09-13.....

作者:xiaozhu909 日期:2013-09-13..

作者:xiaozhu909 日期:2013-09-13

.

作者:xiaozhu909 日期:2013-09-14

各位晚安~

作者:xiaozhu909 日期:2013-09-14

早~

作者:xiaozhu909 日期:2013-09-14

@楚夜星 2123 楼 2013-09-14

真心的好贴，分析的精辟有理，让人有一口气读完的冲动、、、、

感谢支持~

作者:xiaozhu909 日期:2013-09-14

@H_孤独的男青年 2125 楼 2013-09-14

反正收藏了，持續支持你，

恩客气～～～

作者:xiaozhu909 日期:2013-09-14

@H_孤独的男青年 2125 楼 2013-09-14

反正收藏了，持續支持你，

感谢您支持~

作者:xiaozhu909 日期:2013-09-14

1

作者:xiaozhu909 日期:2013-09-15

晚安~

作者:xiaozhu909 日期:2013-09-15

^_^

作者:xiaozhu909 日期:2013-09-15

@无尘无量 2131 楼 2013-09-15

哥们，思路清晰文笔流畅赞

恩多谢夸赞。感谢支持

作者:xiaozhu909 日期:2013-09-15

“佛商”的背后,让人们看到了加多宝背后潜藏的企业精神,“大王老吉”品牌确立,却又显露出了广药在经商中面临的问题,解密企业的战争谋略,在#商业筹码狙击战:中国商企密谋与诡道竞争#

作者:xiaozhu909 日期:2013-09-15

.

作者:xiaozhu909 日期:2013-09-15

.

作者:xiaozhu909 日期:2013-09-15

一场官司,让家纺龙头富安娜、罗莱两家企业的背后征战浮上水面,如何让两家原本“同行不争”的企业搞得矛盾如斯?是什么样的竞争谋略让两家企业水火不容?#商业筹码狙击战:中国商企密谋与诡道竞争#帮你解开背后的秘密。

作者:xiaozhu909 日期:2013-09-15..

作者:xiaozhu909 日期:2013-09-15

2

作者:xiaozhu909 日期:2013-09-15

娃哈哈之所以能够成为行业巨无霸,背后潜藏着更多的是国内企业家的独特智慧,这是国内企业家挣扎求存的不得已选择,却也蕴含着更多深层的商业智慧——#商业筹码狙击战:中国商企密谋与诡道

竞争#

作者:xiaozhu909 日期:2013-09-15

.

作者:xiaozhu909 日期:2013-09-15

@无尘无量 2141 楼 2013-09-15

zhu909 你的文笔和逻辑和《天道》的作者有点相似。可否把你的书名给全部公布一下，很想拜读。

书名就是《商业筹码狙击战：中国商企密谋与诡道竞争》呵呵感谢支持~我再上传下图片您看看[img]http://img3.laibafile.cn/p/m/154686029.jpg[/img]

作者:xiaozhu909 日期:2013-09-16

多谢支持~晚安~

作者:xiaozhu909 日期:2013-09-16

早

作者:xiaozhu909 日期:2013-09-16

优酷、土豆变成了优酷土豆，一个顿号的消失让两个冤家变成了亲家，但对于“土豆”来说，这确是不得已的出嫁，而婚姻也能够成为商业存亡的关键点,优酷土豆联姻背后的商业诡道,也是波谲云诡。——#商业筹码狙击战：中国商企密谋与诡道竞争#

作者:xiaozhu909 日期:2013-09-16

曾经的视频网站巨头们，如今各有归属地盘。“正版”两个字，

竟然是改变整个行业竞争格局的爆发源点,这里面不同的企业做出了不同的调整，有的企业死去了，有的企业获得了新生，而同产业的竞争竟然让其他行业渔翁得利,这背后的商业谋略也是非常惊心动魄——#商业筹码狙击战：中国商企密谋与诡道竞争#

作者:xiaozhu909 日期:2013-09-16

。。

作者:xiaozhu909 日期:2013-09-17

@寻找人生的启迪者 2148 楼 2013-09-17

赞一个，写的很好~有幸拜读

多谢您的支持!

作者:xiaozhu909 日期:2013-09-17

“美女主播”，竟然成了 56 网的核心竞争力，校园、人人、学生圈、屌丝、逆袭，如何利用“美女主播”打造行业核心竞争力是 56 网为代表企业的商业谋略，而在“美女主播”先入为主的 56，是如何脱颖而出的？为什么高品质发展才是核心竞争力？尽在#商业筹码狙击战：中国商企密谋与诡道竞争#

作者:xiaozhu909 日期:2013-09-17

^_^

作者:xiaozhu909 日期:2013-09-17

@非咸非淡 2152 楼 2013-09-17

这次沙钢战海航,境外扣船事件也算是经典案例哦,为沙钢叫好。

同时也充满了隐喻和遗憾。

恩这些以后会做慢慢分析现在我不做定论~呵呵感谢~

作者:xiaozhu909 日期:2013-09-17

@非咸非淡 2154 楼 2013-09-17

事件很有积极意义，多年后回顾，该事件也可能是中国商业史上的重大事件

放心，我的信念就是要为做中国商业的历史记录与总结者努力，虽然还差得远~

作者:xiaozhu909 日期:2013-09-17...

作者:xiaozhu909 日期:2013-09-17

.

作者:xiaozhu909 日期:2013-09-18..

作者:xiaozhu909 日期:2013-09-18

晚安~

作者:xiaozhu909 日期:2013-09-18

港媒称中国前首富宗庆后被砍或因打击报复（自新浪财经）商战往往很难避免得罪同行业,而宗庆后商业手段又确实非常具有独到之处。从达娃之争开始就已经注定，其中商业筹码的运用就更具有商业智慧。看宗庆后如何力挽狂澜，在#商业筹码狙击战：中国商企密谋与诡道竞争#

作者:xiaozhu909 日期:2013-09-18

“贵州茅台大跌逾 5%公司市值跌破 1500 亿元”为何茅台沦落如此境地？近期整个白酒行业出现滞销问题，但尤以茅台为甚，这还是与茅台其本身渠道构建有关。看茅台与五粮液、洋河等白酒产业争霸，内在玄机尽在#商业筹码狙击战：中国商企密谋与诡道竞争#

作者:xiaozhu909 日期:2013-09-18..

作者:xiaozhu909 日期:2013-09-18

.

作者:xiaozhu909 日期:2013-09-18

.

作者:xiaozhu909 日期:2013-09-18

^_^

作者:xiaozhu909 日期:2013-09-18

.

作者:xiaozhu909 日期:2013-09-18

.

作者:xiaozhu909 日期:2013-09-19

晚安~

作者:xiaozhu909 日期:2013-09-19

音乐产业,如何从没落中崛起？如何为了适应新的时代改变竞争格局？音乐类的网站在这个高成本微利时代如何把握住产业脉搏？5sing 的发展到底其商业核心竞争力在哪？#商业筹码狙击战：中国

商企密谋与诡道竞争#为您揭开谜底。

作者:xiaozhu909 日期:2013-09-19

.

作者:xiaozhu909 日期:2013-09-19

.

作者:xiaozhu909 日期:2013-09-19

大家好好吃好好喝~一切的工作先放下~举杯邀明月~今年是十五的月亮十五圆~千万别错过啊!!!!!!!!!

作者:xiaozhu909 日期:2013-09-19

@H_孤独的男青年 2174 楼 2013-09-19

從開始到現在，一直持續關注，中秋快樂。祝。

恩真的很感谢！~节日快乐！幸福！@

作者:xiaozhu909 日期:2013-09-19

原浆啤酒不错～呵呵呵节日快乐～

作者:xiaozhu909 日期:2013-09-19..

作者:xiaozhu909 日期:2013-09-19..

作者:xiaozhu909 日期:2013-09-20

.晚安~

作者:xiaozhu909 日期:2013-09-20

早~~~~

作者:xiaozhu909 日期:2013-09-20

@H_孤独的男青年 2183 楼 2013-09-20

楼主出书了，这个贴不会更新内容了吧？

恩我已经尽量把能发的都发出来了~

作者:xiaozhu909 日期:2013-09-20

@飘摇的人生 2182 楼 2013-09-20

很不错哦，膜拜

万分感谢您的支持与鼓励~

作者:xiaozhu909 日期:2013-09-20

@baibangzhou2188 楼 2013-09-20

MK

多谢支持~

作者:xiaozhu909 日期:2013-09-20

@highhots2187 楼 2013-09-20

mark 下

感谢关注~

作者:xiaozhu909 日期:2013-09-20

@海阔天空 tangshan2190 楼 2013-09-20

1

感谢~

作者:xiaozhu909 日期:2013-09-21

@wtz12192 楼 2013-09-20

记号

多谢支持~

作者:xiaozhu909 日期:2013-09-21

晚安~

作者:xiaozhu909 日期:2013-09-21

电商大战越来越频密，这背后真的只是一场“价格战”的秀么？真的是商家共赢么？其背后的惨烈竞争并不是你所了解。“家电战”让网络与现实之间没了距离，苏宁、国美、京东商城他们之间的竞争谋略，各自的核心竞争力却互有不同，谁更能把握市场谁才是商业王者—#商业筹码狙击战：中国商企密谋与诡道竞争#

作者:xiaozhu909 日期:2013-09-21

@麦穗轮子 2204 楼 2013-09-21

从一楼看到现在,感觉很不错,刚从网上买了两本支持一下楼主,辛苦了![img]http://img3.laibafile.cn/p/m/157095594.jpg[/img]

真的很感谢您的支持~

作者:xiaozhu909 日期:2013-09-21

@文盲的徒弟 2205 楼 2013-09-21

先 mark，抽空看！

多谢支持

作者:xiaozhu909 日期:2013-09-21

@青葱可人 2208 楼 2013-09-21

支持~

万分感谢可人的支持！

作者:xiaozhu909 日期:2013-09-22...

作者:xiaozhu909 日期:2013-09-22

@日出东方 002211 楼 2013-09-22

记号

呵呵感谢支持~

作者:xiaozhu909 日期:2013-09-22

凡客的崛起成为国内点上的一朵奇葩，在没落、产能过剩的服装行业中，凡客利用电商平台打出了自己的天地，为整个行业竖起了标杆，然而在后危机时代，凡客面临的是危机时代中特有的危机，其面临着什么问题？后面又该走出怎样的路呢？——#商业筹码狙击战：中国商企密谋与诡道竞争#

作者:xiaozhu909 日期:2013-09-22

@男人啊祖 2214 楼 2013-09-22

谢谢，我已经买了。楼主犀利

您太客气了~感谢支持~

作者:xiaozhu909 日期:2013-09-22

吃饭~

作者:xiaozhu909 日期:2013-09-22

@xiaozhu9092216 楼 2013-09-22

吃饭~

@baibangzhou2217 楼 2013-09-22

很精典，期待更新！

感谢支持~版权原因无法再更新了~见谅哈~喜欢可以去买本，目前亚马逊似乎便宜点~

作者:xiaozhu909 日期:2013-09-22

@南腔人 2219 楼 2013-09-22

分析现象和历史，总结原因和得失。每个故事认真读起来，不在其中，似临其境。给人一种登高俯瞰，一览无遗的感觉！独立和客观，做学术和传播最核心的精神，向您这样的去学校当老师学生们就有福

了！

哪里哪里~您真的太过奖了。其实做老师是我这辈子很难实现的梦了~其实真的很想，但确实很难做到了~呵呵呵体制无法容我哦~

作者:xiaozhu909 日期:2013-09-22

@南腔人 2219 楼 2013-09-22

分析现象和历史，总结原因和得失。每个故事认真读起来，不在其中，似临其境。给人一种登高俯瞰，一览无遗的感觉！独立和客观，做学术和传播最核心的精神，向您这样的去学校当老师学生们就有福了！

其实能得到您的肯定，就已经很满足了。也是我今后研究和写作的动力。真的很感谢！

作者:xiaozhu909 日期:2013-09-23

@wei42314482220 楼 2013-09-22

刘明观察

多谢支持~

作者:xiaozhu909 日期:2013-09-23

在我们常人眼中普通感情纠纷或者家务事，在某些人那里就不仅仅是感情问题了，比如土豆被优酷收购，前提恰恰是因为创始人离婚官司耽误了上市集资而影响整个大局，而最近天后王菲的离婚，从种

种迹象来看，却也很难不让人怀疑其可能的商业决策。

作者:xiaozhu909 日期:2013-09-23

时间或许是最好的试金石,毫无疑问离婚令天后王菲身价再次倍增，由此产生的商业价值不可估量。而此微博尚算一次预言吧，看看会不会成真，看看是否有过资金告急之事，总之任何事情都可能蕴含着意想不到的谋略，这并非因感情的不忠，而可能只是一场#商业筹码狙击战：中国商企密谋与诡道竞争#

作者:xiaozhu909 日期:2013-09-23

.

作者:xiaozhu909 日期:2013-09-23

最近人少了~

作者:xiaozhu909 日期:2013-09-24..晚安~

作者:xiaozhu909 日期:2013-09-24

网络图书电商有着其特殊性，在摸着石头过河的电商创业时代，当当、亚马逊是如何在国内市场一较高下的？他们如何掌控了核心竞争力？他们的跨界经营面临的新问题是什么？他们又是如何展开独特经营谋略的？均在#商业筹码狙击战：中国商企密谋与诡道竞争#

作者:xiaozhu909 日期:2013-09-24..

作者:xiaozhu909 日期:2013-09-24

.

作者:xiaozhu909 日期:2013-09-24

@baresi2262235 楼 2013-09-24

Mark 一下，慢慢看

恩感谢支持~

作者:xiaozhu909 日期:2013-09-25...

作者:xiaozhu909 日期:2013-09-25

晚安~明天继续~

作者:xiaozhu909 日期:2013-09-25

电商教父马云之所以缺乏安全感，其背后是有着深层原因的，而其每次虽然转危为安，但却均惊险万分，而其每次都能突破重围始终掌控大局的背后有着其他企业家所没有的独特商业智慧，进取中透着无奈，太极式自救岁充满智慧却又备受质疑，电商教父背后的难言之隐，商业诡道中的无奈逆袭，尽在#商业筹码狙击战：中国商企密谋与诡道竞争#

作者:xiaozhu909 日期:2013-09-25

电商教父马云之所以缺乏安全感，其背后是有着深层原因的，而其每次虽然转危为安，但却均惊险万分，而其每次都能突破重围始终掌控大局的背后有着其他企业家所没有的独特商业智慧，进取中透着无奈，太极式自救岁充满智慧却又备受质疑，电商教父背后的难言之隐_#商业筹码狙击战：中国商企密谋与诡道竞争#

作者:xiaozhu909 日期:2013-09-25..

作者:xiaozhu909 日期:2013-09-25

..

作者:xiaozhu909 日期:2013-09-25

.

作者:xiaozhu909 日期:2013-09-26

从“中国达人秀”到“中国好声音”，从“百变大咖秀”到“中国梦之声”，越来越多的选秀节目，越来越多的导师，但却依然牵引着众多的电视观众,他们之间到底有着什么相同与不同？他们背后潜藏着繁多的商业谋略和经营手法,打开选秀背后的商业运作奥秘，尽在#商业筹码狙击战：中国商企密谋与诡道竞争#

作者:xiaozhu909 日期:2013-09-27

电视产业，不知不觉的竟产生如斯变化，卫星电视、网络的大发展竟然也不知不觉得让电视产业更加趋向市场化,央视的垄断地位受到了动摇,谁才是市场的王者？电视制作产业又是如何展开市场焦灼的？#商业筹码狙击战：中国商企密谋与诡道竞争#揭开谜底。

作者:xiaozhu909 日期:2013-09-27

@结巴哥 2246 楼 2013-09-27

买了本您的书，看着更新速度太慢，买了后作为收藏

恩感谢您的支持

作者:xiaozhu909 日期:2013-09-27

@琴婉心 2247 楼 2013-09-27

下午好。

您好

作者:xiaozhu909 日期:2013-09-27....

作者:xiaozhu909 日期:2013-09-27

@xiaozhu9092250 楼 2013-09-27....

@结巴哥 2251 楼 2013-09-27

有新的案例剖析继续分享,不会影响你的书售卖,只会增加的。。

恩在不影响合同的前提下我会尽量满足大家

作者:xiaozhu909 日期:2013-09-28...

作者:xiaozhu909 日期:2013-09-28

@大刀 3072254 楼 2013-09-28

mark，待读

恩多些关注~小心上瘾呵呵呵~

作者:xiaozhu909 日期:2013-09-28

相声这个逐渐没落的古老行业竟因#郭德纲#的出现重新焕发生机，他改变的不是行业本身而是市场格局，合理商业化发展了行业，功在找到相声市场发展地位，这是以前任何大师没做的到事情，背后潜藏什么样的商业魔力？发展得与失是什么？看#商业筹码狙击战：中国商企密谋与诡道竞争#了解相声的市场化秘方。

作者:xiaozhu909 日期:2013-09-28

@蜀海天使 2256 楼 2013-09-28

天使来顶贴!

感谢来支持

作者:xiaozhu909 日期:2013-09-28

@谜男 Mystery2259 楼 2013-09-28

好贴，支持楼主!

万分感谢您的支持

作者:xiaozhu909 日期:2013-09-28...

作者:xiaozhu909 日期:2013-09-28...

作者:xiaozhu909 日期:2013-09-29

各位晚安~

作者:xiaozhu909 日期:2013-09-29..

作者:xiaozhu909 日期:2013-09-29

@suibianzhuceabc2265 楼 2013-09-29

终于找到了 m

感谢支持

作者:xiaozhu909 日期:2013-09-29

“本山大叔”不但能够将娱乐产业化，还能将人才留住并保持其企业的优势，其知进退，明商道。“家长式”的管理依然能够成为中

国商业运作中值得学习的典范，这背后蕴含着非常强的商业智慧，商业智慧解剖，尽在#商业筹码狙击战：中国商企密谋与诡道竞争#

作者:xiaozhu909 日期:2013-09-29

@穿梭的倚天剑 2267 楼 2013-09-29

好帖，楼主速更

案例分析透彻，思维清晰，有独特的观点

万分感谢您的支持

作者:xiaozhu909 日期:2013-09-29...

作者:xiaozhu909 日期:2013-09-29

.

作者:xiaozhu909 日期:2013-09-29

感谢大家支持~

作者:xiaozhu909 日期:2013-09-30

晚安~

作者:xiaozhu909 日期:2013-09-30

@远离尘器 12274 楼 2013-09-30

mark

感谢关注

作者:xiaozhu909 日期:2013-09-30

非诚勿扰的成功不仅在其成功且独特的商业模式,更与大时代背

景有着密不可分的关系,如何借助时代开拓出一个婚恋节目的新时代?——#商业筹码狙击战：中国商企密谋与诡道竞争#

作者:xiaozhu909 日期:2013-09-30

@suibianzhuceabc2275 楼 2013-09-30

mark

多谢关注

作者:xiaozhu909 日期:2013-10-01

@蜀海天使 2282 楼 2013-09-30

继续关注!

感谢~呵呵~

作者:xiaozhu909 日期:2013-10-01

@飞翔的泥马匚 2284 楼 2013-10-01

不错

多谢支持~

作者:xiaozhu909 日期:2013-10-01

晚安~

作者:xiaozhu909 日期:2013-10-01

狼和羊的故事一样可以发掘出巨大的商机,而其产业化的衍生附加值更是不可估量,如何将一个动画片的商业潜力发动起来？这背后

抓住了什么样的市场心理？#商业筹码狙击战：中国商企密谋与诡道竞争#揭开背后的秘密。

作者:xiaozhu909 日期:2013-10-01

@老楼 2287 楼 2013-10-01

马克，慢慢看，好看

恩感谢支持~

作者:xiaozhu909 日期:2013-10-01..

作者:xiaozhu909 日期:2013-10-01

本人新书#商业筹码狙击战：中国商企密谋与诡道竞争#进入#京东商城#同类新书热卖榜前十位，感谢大家一直以来的支持！

作者:xiaozhu909 日期:2013-10-01

@天木涯薯 2292 楼 2013-10-01

mark

多谢关注

作者:xiaozhu909 日期:2013-10-01

.

作者:xiaozhu909 日期:2013-10-01

@风林搁浅矢 2302 楼 2013-10-01

mark

多谢关注

作者:xiaozhu909 日期:2013-10-01...

作者:xiaozhu909 日期:2013-10-02..

作者:xiaozhu909 日期:2013-10-02

晚安~

作者:xiaozhu909 日期:2013-10-02

吉利汽车“蛇吞象”式的并购沃尔沃，曾经引起轩然大波，而郎咸平教授更是公开指出吉利的浮躁与急功近利,而实际其背后却隐藏着深层的企业家智慧,这些智慧不仅看出吉利的不为人知的商业谋略,更多的却也是民企所面对的不得已的辛酸与无奈,帮你解开吉利蛇吞象背后谋略，尽在#商业筹码狙击战：中国商企密谋与诡道竞争#

作者:xiaozhu909 日期:2013-10-02

吉利汽车“蛇吞象”式的并购沃尔沃，曾经引起轩然大波，而郎咸平教授更是公开指出吉利的浮躁与急功近利,而其背后却隐藏着深层企业家智慧，这些智慧不仅看出吉利的不为人知的商业谋略，更多的却也是民企所面对不得已的辛酸与无奈,解开吉利蛇吞象背后谋略,#商业筹码狙击战：中国商企密谋与诡道竞争#

作者:xiaozhu909 日期:2013-10-02

.

作者:xiaozhu909 日期:2013-10-02

#悍马汽车#,#腾中重工#，在这个不同寻常#收购#案的背后，竟然是惊天的#秘密#与商业诡略,拨开重重迷雾,在赞扬、猜疑、否定、

谴责、避忌之后，这个史上最引人注目#并购案#，后面有着令人意想不到的商企密谋，解开商业诡道，尽在#商业筹码狙击战：中国商企密谋与诡道竞争#

作者:xiaozhu909 日期:2013-10-02

一个看似垄断的产业，却潜藏着不为人知的行业危机，而从其行业龙头#东阿阿胶#的发展中可以看出其独到之处、潜藏的问题，以及未来的发展可能，揭开阿胶行业的商业模式道路，让你看到行业背后的商道，都在#商业筹码狙击战：中国商企密谋与诡道竞争#

作者:xiaozhu909 日期:2013-10-02

@厚颜无耻 2022312 楼 2013-10-02

路过,顶

感谢支持哦

作者:xiaozhu909 日期:2013-10-02

@ayaiai2313 楼 2013-10-02

记号

多谢关注

作者:xiaozhu909 日期:2013-10-03

各位晚安

作者:xiaozhu909 日期:2013-10-03

#房地产#，这个中国老百姓又爱又恨的产业，却也蕴含着诸多的

商业竞争痕迹,看似垄断的#地产商#,也有着不足外人道的运行规则,也避免不了某些宿命的变化,地产的#商业模式#,蕴含的是更多的隐性竞争策略,解开地产行业的竞争秘密,在#商业筹码狙击战:中国商企密谋与诡道竞争#

作者:xiaozhu909 日期:2013-10-04

@amingdayan2318 楼 2013-10-04

回复第 1401 楼(作者:@xiaozhu909 于 2013-08-12)

@长征路上的假行僧 1399 楼 2013-08-12

楼主毕竟不是刘姝威,……

诡道二字已浑然一体不分内外无论始末啊

恩感谢支持

作者:xiaozhu909 日期:2013-10-05

。。

作者:xiaozhu909 日期:2013-10-06

.

作者:xiaozhu909 日期:2013-10-07

.

作者:xiaozhu909 日期:2013-10-07

都说中国传统的家族式商业管理已经被淘汰,然而,在中国的家族式企业管理依然有其非常独到之处,从#新希望#到#康师傅#,家族

连锁模式经成为中国独有的特殊商业#核心竞争力#,在这背后也潜藏着深厚的文化底蕴和商道。扒一扒中国独特的商业智慧，让你了解真正的中国商道，都在#商业筹码狙击战：中国商企密谋与诡道竞争#

作者:xiaozhu909 日期:2013-10-07

都说中国传统的家族式商业管理已经被淘汰，然而，在中国的家族式企业管理依然有其非常独到之处，从#新希望#到#康师傅#，家族连锁模式经成为中国独有的特殊商业#核心竞争力#,在这背后也潜藏着深厚的文化底蕴和商道。扒一扒中国独特的商业智慧，都在#商业筹码狙击战：中国商企密谋与诡道竞争#

作者:xiaozhu909 日期:2013-10-08

#联想#，曾经的明星企业，曾经的大手笔并购 IBM，带来光辉荣誉的同时也带来了潜在深层危机。而柳传志，这位蛰伏状态的企业家再次杀出却力挽狂澜，再次将联想拉起来并成功转型，在辉煌的战绩背后是寂寞的商业深耕，以及民企企业家的无奈自救。解码联想变迁#商业筹码狙击战：中国商企密谋与诡道竞争#

作者:xiaozhu909 日期:2013-10-08

这几天出门~刚刚回来~欢迎大家继续提问和参与

作者:xiaozhu909 日期:2013-10-08...

作者:xiaozhu909 日期:2013-10-08

由于读者支持，#商业筹码狙击战：中国商企密谋与诡道竞争#连续数天进入京东商城同类书籍新书热卖榜前十位居高不下,其他地方也成绩不错，下个目标努力进前三，~再次感谢大家支持!

作者:xiaozhu909 日期:2013-10-09

@cryingwolf1102331 楼 2013-10-09

吉利并购沃尔沃有很大一部分是罗斯柴尔德银行在做幕后推手，中国联通并购中国网通就是这样！

呵呵体制不同内部运作也不同。很多时候确实有某些家族的影子，但也不能完全这么看，因为利益本身才只真正的“大家族”

作者:xiaozhu909 日期:2013-10-09

.0

作者:xiaozhu909 日期:2013-10-09

#安利#,如何在中国走出了不同的商业发展之路？其商业调整中有什么深层智慧？在走钢丝般的#直销#模式中,安利如何走出了成功之路？避免了危机时代的冲击？这是非常值得深层解析的，#商业筹码狙击战：中国商企密谋与诡道竞争#帮你找到答案。

作者:xiaozhu909 日期:2013-10-09

.

作者:xiaozhu909 日期:2013-10-09

[img]http://img3.laibafile.cn/p/m/154686029.jpg[/img]

作者:xiaozhu909 日期:2013-10-09

@pp44oo112339 楼 2013-10-09

mark

感谢您支持~

作者:xiaozhu909 日期:2013-10-10

@max8353094999992340 楼 2013-10-09

mark

感谢~

作者:xiaozhu909 日期:2013-10-10

各位晚安~~~~~

作者:xiaozhu909 日期:2013-10-10

早~

作者:xiaozhu909 日期:2013-10-10

#阿胶#，一个看似垄断的产业，却潜藏着不为人知的行业危机，而从其行业龙头#东阿阿胶#的发展中可以看出其独到之处、潜藏的问题，以及未来的发展可能，揭开阿胶行业的商业模式道路，让你看到行业背后的商道，#商业筹码狙击战：中国商企密谋与诡道竞争#

作者:xiaozhu909 日期:2013-10-10

@结巴哥 2346 楼 2013-10-10

买了一本，看完了！楼主应该是目前国内把国内这些热门行业、企业及人物通过叙述形式记录的第一人。写的非常完美，无话可说！但是还想给予楼主一个小小的建议，每个案例之后，用简单有条理的几句话做一个总结，就更好了！

嗯感谢您支持，一般来说都是一章的最后一节进行总结。您可以注意看看呵呵~总之感谢您的支持！

作者:xiaozhu909 日期:2013-10-10

@结巴哥 2347 楼 2013-10-10

有头有尾

多谢支持

作者:xiaozhu909 日期:2013-10-10..

作者:xiaozhu909 日期:2013-10-11

·

作者:xiaozhu909 日期:2013-10-11

各位晚安

作者:xiaozhu909 日期:2013-10-11

早

作者:xiaozhu909 日期:2013-10-11

反贪、削减三公消费为白酒行业带来了什么？这个行业的不同企业，#茅台#、#五粮液#、#洋河#等等又有着什么样不同的发展策略？又会形成什么样新的商业格局呢？#商业筹码狙击战：中国商企密谋与诡道竞争#详细揭开#白酒行业#的竞争谋略。[img]http://img3.laibafile.cn/p/m/154686029.jpg[/img]

作者:xiaozhu909 日期:2013-10-11

.

作者:xiaozhu909 日期:2013-10-12..

作者:xiaozhu909 日期:2013-10-12

#李宁#,从行业老大地位逐步陷入危机,只有在危机中挣扎求存,在背后隐藏着更多深层的原因。一个决策的失误导致的是一连串的连锁反应，李宁该如何摆脱窘境走出危机？如何重新夺回市场？#商业筹码狙击战：中国商企密谋与诡道竞争#解析企业成败得失，找出市场方向。

作者:xiaozhu909 日期:2013-10-12

自己来顶顶~

作者:xiaozhu909 日期:2013-10-13

晚安~

作者:xiaozhu909 日期:2013-10-13

#华为#,#中兴#,两家国内企业巨无霸却在关键的时间点上走出了不同的道路,两家企业的功过当然有着各自的原因,但对于市场的态度却可以让一个企业的发展走出不同的方向,揭开两家企业的发展谋略变化、市场软肋，尽在#商业筹码狙击战：中国商企密谋与诡道竞争#

作者:xiaozhu909 日期:2013-10-13..

作者:xiaozhu909 日期:2013-10-15..

作者:xiaozhu909 日期:2013-10-15

#史玉柱#，一个传奇人物，他的商业起落史为众人所熟知，但其

核心的能力却往往能从一个商业案例中得到体现，一个陌生的行业，不熟悉的企业发展模式，却能够透过自己的专长打出一片新天地，这是“史式”商业模式的强力发酵器所致，解开商业密码尽在#商业筹码狙击战：中国商企密谋与诡道竞争#

作者:xiaozhu909 日期:2013-10-15

大家好~

作者:xiaozhu909 日期:2013-10-15..

作者:xiaozhu909 日期:2013-10-16

网游产业的大发展也伴随着更多竞争者的进入,带来的是生死搏杀,但在这竞争激烈的行业中,依然有依托行业产业链具有独特生存优势企业，透过#17173##5173#等企业剖析看到了同产业的不同模式的独特发展轨迹,他们的商业谋略更具有产业优势,产业链的秘密尽在#商业筹码狙击战：中国商企密谋与诡道竞争#

作者:xiaozhu909 日期:2013-10-16...

作者:xiaozhu909 日期:2013-10-16

.

作者:xiaozhu909 日期:2013-10-16

@thewhitemoon2370 楼 2013-10-16

楼主不更了？

恩暂时就这些了,因为限于出版合同的约定,只能公布这么多了。

作者:xiaozhu909 日期:2013-10-17

.

作者:xiaozhu909 日期:2013-10-17

辉煌单机游戏产业逐渐没落，在不景气，面临盗版挑战遭受灭顶之灾之时，#烛龙#带来#古剑奇谭#，不仅绝地反击逆袭成功，还带出新型商业模式构建，如此强大的组织策划能力，给全行业带来了新思维，也成为行业的风向标，这里面的珍贵之处的具体剖析，来看#商业筹码狙击战：中国商企密谋与诡道竞争#

作者:xiaozhu909 日期:2013-10-18

早~

作者:xiaozhu909 日期:2013-10-18

#团购#网站是新兴商业模式,从崛起到激烈竞争到淘汰赛有着其独特的发展轨迹,而在这里面脱颖而出的包括#大众点评##美团网#等等诸多网站,他们之间有什么异同？又如何产生竞争赢得市场的？不断的市场过招中有潜藏着更多的商业智慧与谋略#商业筹码狙击战：中国商企密谋与诡道竞争#

作者:xiaozhu909 日期:2013-10-18

.

作者:xiaozhu909 日期:2013-10-18..

作者:xiaozhu909 日期:2013-10-19

#婚恋网站#在后危机时代崛起也与时代的大背景有关,越来越多的宅男宅女，越来越缺少的耐心，也就蕴含巨大的商机，不同的婚恋网站也各施所长,用自己的方式打造着市场,也不断碰撞着、竞争着，

他们如何过招？如何淘汰对手赢得市场？#商业筹码狙击战：中国商企密谋与诡道竞争#全面解析行业竞争秘密。

作者:xiaozhu909 日期:2013-10-20

在后经济危机的时代，#商业谋略#也必须做出相应调整，只有这样才能在残酷的市场竞争中获得一席之地。商业竞争，有的通过金融手段，有的通过产业并购，还有的通过经济地位形成#垄断#,更多的是以价格战、商业间谍战、势力分化战等多种形式存在的企业竞争。_#商业筹码狙击战：中国商企密谋与诡道竞争#

作者:xiaozhu909 日期:2013-10-20

@kai198610152379 楼 2013-10-19

刚买了本！期待中。还有什么书楼主推荐下

多谢您的支持~

作者:xiaozhu909 日期:2013-10-20

.

作者:xiaozhu909 日期:2013-10-20..

作者:xiaozhu909 日期:2013-10-20..

.

作者:xiaozhu909 日期:2013-10-20....

作者:xiaozhu909 日期:2013-10-21

@liqm730252387 楼 2013-10-20

楼主写的太好了，楼主辛苦了，刚看到第三页，希望尽快赶上去

您太客气~欢迎您的关注

作者:xiaozhu909 日期:2013-10-21

晚安~

作者:xiaozhu909 日期:2013-10-21

@zing00112390 楼 2013-10-21

MARK

多谢关注

作者:xiaozhu909 日期:2013-10-21

为了在日渐萎缩的#消费市场#内争得一席之地,#产业巨头#为了保住行业地位而不遗余力地维持#垄断#,实力不够强大的企业也会避实就虚，采用各种商业计谋赢得市场份额。为了能够获得巨大的#经济利益#，企业往往会用一些剑走偏锋的招数。_#商业筹码狙击战:中国商企密谋与诡道竞争#

作者:xiaozhu909 日期:2013-10-21...

作者:xiaozhu909 日期:2013-10-22

@赣哉犁 2404 楼 2013-10-21

马克再慢慢品尝

感谢关注~

作者:xiaozhu909 日期:2013-10-22

@hcs122405 楼 2013-10-21

静等下文

因出版合同所限，暂时连载已经结束，感谢支持。想要看更多内容可以关注实体书《商业筹码狙击战》

作者:xiaozhu909 日期:2013-10-22

不管运用什么样的商业诡道，或者用什么样的#生存模式#，只要能够生存并立足于市场，就是一个企业的经营王道，即使他们“目光短浅”，即使他们“投机取巧”。但在市场面前生存才是企业的第一要务，这里将会展示并分析他们的生存模式与#竞争#策略。_#商业筹码狙击战：中国商企密谋与诡道竞争#[img]http://img3.laibafile.cn/p/m/154686029.jpg[/img]

作者:xiaozhu909 日期:2013-10-22

不管运用什么样的商业诡道，或者用什么样的#生存模式#，只要能够生存并立足于市场，就是一个企业的经营王道，即使他们“目光短浅”，即使他们“投机取巧”。但在市场面前生存才是企业的第一要务，这里将会展示并分析他们的生存模式与#竞争#策略。_#商业筹码狙击战：中国商企密谋与诡道竞争#

作者:xiaozhu909 日期:2013-10-22

.

作者:xiaozhu909 日期:2013-10-22..

作者:xiaozhu909 日期:2013-10-22

晚饭~

作者:xiaozhu909 日期:2013-10-23

@夜店情哥 2413 楼 2013-10-22

为了回复您的帖子，还的注册账号。值了！

感谢您的抬爱~辛苦辛苦~

作者:xiaozhu909 日期:2013-10-23

#商业筹码狙击战:中国商企密谋与诡道竞争#有#经济管理#类中四个大的突破 1、首次从实战出发探寻#企业#生存之道；2、全面解构企业家商场谋略；3、多#案例#揭露国内商界战争诡道；4、后危机时代企业#转型#调整具有策略指导的作用。

作者:xiaozhu909 日期:2013-10-23

.

作者:xiaozhu909 日期:2013-10-23..

作者:xiaozhu909 日期:2013-10-23

^_^

作者:xiaozhu909 日期:2013-10-24

@赣哉犁 2419 楼 2013-10-23

好文必须顶

感谢您支持

作者:xiaozhu909 日期:2013-10-24

近些年来，#资本大鳄#的进入往往使企业创始人被踢出局，如何能够在与资方的#博弈#中占据主导地位是#企业家#们必须思考的问题。对资方来说也是如此，如何投资一家潜力企业并使其焕发生机，是需要极强的#经济智慧#的。#商业筹码狙击战：中国商企密谋与诡道竞争#

作者:xiaozhu909 日期:2013-10-24

商业筹码狙击战，近在你身边!

作者:xiaozhu909 日期:2013-10-25..

作者:xiaozhu909 日期:2013-10-25

雷士照明，一个国内低调且极具实力的民营企业，在 2012 年却被媒体广为报道。国内民营企业家、国际#资本大鳄#、企业投资人之间的角斗不断。既对企业造成了困扰，又影响了其正常发展，这场企业内部的#暗战#可以称得上近年的经典企业战例，更多内容在#商业筹码狙击战：中国商企密谋与诡道竞争#

作者:xiaozhu909 日期:2013-10-25

.

作者:xiaozhu909 日期:2013-10-25

在中国商永远离不开政

作者:xiaozhu909 日期:2013-10-26

早

作者:xiaozhu909 日期:2013-10-26

从#蒙牛#的发展经历可以看到，从 1999 年的成立到 2008 年是

成长阶段，而 2008 年以后，则是面临#危机#的阶段。不过#牛根生#最终还是全身而退了，不得不说其商业智慧确实非常了得。_#商业筹码狙击战：中国商企密谋与诡道竞争#

作者:xiaozhu909 日期:2013-10-26

.

作者:xiaozhu909 日期:2013-10-27..

作者:xiaozhu909 日期:2013-10-27....

作者:xiaozhu909 日期:2013-10-27

早

作者:xiaozhu909 日期:2013-10-27

从#蒙牛#发展到遇到#危机#，再到#牛根生#的#危机公关#，面临国际资本的#恶意收购#的窘境，最终给蒙牛找到了新东家，并全身而退，牛根生到底是如何做到的呢？_#商业筹码狙击战：中国商企密谋与诡道竞争#

作者:xiaozhu909 日期:2013-10-27

.

作者:xiaozhu909 日期:2013-10-27

^_^

作者:xiaozhu909 日期:2013-10-27

~

作者:xiaozhu909 日期:2013-10-27.....

作者:xiaozhu909 日期:2013-10-27

多谢各位的支持~

作者:xiaozhu909 日期:2013-10-27

.

作者:xiaozhu909 日期:2013-10-27

.

作者:xiaozhu909 日期:2013-10-28

.

作者:xiaozhu909 日期:2013-10-28

晚安~

作者:xiaozhu909 日期:2013-10-28

#

作者:xiaozhu909 日期:2013-10-28

#新希望乳业#在乳品行业里面属于一个异类。这家集团化公司没有在乳品行业井喷的十年大发展中分得一杯羹，也没有与#蒙牛#、#伊利#进行市场争夺。在所有的乳品集团当中，新希望属于极为低调的品牌。但是这么多年的发展,新希望不是由小做大,而是由弱做强。_#商业筹码狙击战：中国商企密谋与诡道竞争#

作者:xiaozhu909 日期:2013-10-28

.

作者:xiaozhu909 日期:2013-10-29

#新希望#乳业在这几年做了几件事情,对企业未来发展起到至关重要的作用。第一，是做#蒙牛#、#伊利#忽略的事情，那就是牧场建

设。一个稳定#质量#的货源，决定着这个企业的品牌口碑。因为如果是奶源质量控制不好，必然给未来带来不可估量的隐患。_#商业筹码狙击战：中国商企密谋与诡道竞争#

作者:xiaozhu909 日期:2013-10-30..

作者:xiaozhu909 日期:2013-10-30

国内这些快速成长起来的企业就可能因为大环境的不景气短暂出现的问题而被这些曾经“合作无间”的#国际资本#所趁机吞并。像这样的#案例#在近些年来已经数不胜数。这里面比较典型的例子就是#太子奶#。_#商业筹码狙击战：中国商企密谋与诡道竞争#

作者:xiaozhu909 日期:2013-10-30

....

作者:xiaozhu909 日期:2013-10-30

D

作者:xiaozhu909 日期:2013-10-30..

作者:xiaozhu909 日期:2013-10-30

@jingjie_2453 楼 2013-10-30

.0

牛掰的文章

多谢您的支持~

作者:xiaozhu909 日期:2013-10-31

#李途纯#1997 年带领#太子奶#拿下央视标王成为其后来快速扩

张发展的起点。而其带出的问题也代表了很多国内企业共同问题。太子奶涉及了很多与乳品不相关产业,逐步丧失了夯实基础行业竞争力的机会。正由于投资过散，太子奶才引进国际资本，并一再举债。_#商业筹码狙击战：中国商企密谋与诡道竞争#

作者:xiaozhu909 日期:2013-10-31

.

作者:xiaozhu909 日期:2013-10-31..

作者:xiaozhu909 日期:2013-10-31

.

作者:xiaozhu909 日期:2013-10-31

....

作者:xiaozhu909 日期:2013-10-31

@冷秋 T2454 楼 2013-10-30

.0

mark

多谢您支持

作者:xiaozhu909 日期:2013-11-01

随着商品经济的不断深化，商标争夺战也不断出现。商标本身就等于是某一种产品的精神图腾。当消费者有购买某样产品的欲望的时候，所有产品在其心中已经有了比较。而好的产品慢慢会成为消费者的固有消费偏好。而其商标自然也就成为消费者最快记住的东西。_#

商业筹码狙击战：中国商企密谋与诡道竞争#

作者:xiaozhu909 日期:2013-11-01

.

作者:xiaozhu909 日期:2013-11-01

@甲子真真 2465 楼 2013-11-01

马

感谢支持

作者:xiaozhu909 日期:2013-11-02

#国际资本#进来的时候都会给企业#创始人#一份像#太子奶#一样的#对赌#协议。这份协议看起来像是#激励#企业发展得协议。实际上，是加了一副枷锁给创始人，用金融#高杠杆#把国际资本的风险转化,转到创始人这方来。不管对赌协议是输是赢,国际资本都是赢家。_#商业筹码狙击战：中国商企密谋与诡道竞争#

作者:xiaozhu909 日期:2013-11-02

.

作者:xiaozhu909 日期:2013-11-02..

作者:xiaozhu909 日期:2013-11-02.....

作者:xiaozhu909 日期:2013-11-03

晚安~

作者:xiaozhu909 日期:2013-11-03

国内企业在发展过程中所出现的问题竟然是那么雷同,都是企业

创始人非常有开拓及#冒险精神#。而正是由于自己这种冒险精神，由资本#借贷#开始快速成长，企业在几年内就发展成为同行业里的佼佼者。但企业往往会因为发展过快，遇到危机之后不得不寻求#资金#帮助。_#商业筹码狙击战：中国商企密谋与诡道竞争#

作者:xiaozhu909 日期:2013-11-04

@西瓜国 2475 楼 2013-11-03

马克

感谢您支持~

作者:xiaozhu909 日期:2013-11-05

@xiaoba19492474 楼 2013-11-03

好

---

^_^

作者:xiaozhu909 日期:2013-11-05

随着#商品经济#的不断深化，#商标争夺#战也不断出现。商标本身就等于是某一种产品的精神#图腾#。当#消费者#有购买某样产品的欲望的时候，所有产品在其心中已经有了比较。而好的产品慢慢会成为消费者的固有消费偏好。_#商业筹码狙击战：中国商企密谋与诡道竞争#

作者:xiaozhu909 日期:2013-11-05

@rfnie2481 楼 2013-11-05

@xiaozhu909 楼主有没有关于国企的剖析？

有的，其实在我此次的《商业筹码狙击战》中有不少案例比较剖析，另外上部作品《看得懂的经济内幕》也有很多是结合经济大环境剖析的国企案例，您可以关注的，感谢您的支持~

作者:xiaozhu909 日期:2013-11-05

@tj13802480 楼 2013-11-05

回复第 425 楼(作者:@xiaozhu909 于 2013-07-30)

楼主，辛苦了！你这章说唯冠和摩托罗拉合作的失败有相当的部分归咎于摩托罗拉内部组织的臃肿，其发展目标与市场需求相背，这里能具体说说摩托罗拉内部组织的具体情况和其发展目标为什么与市场需求相背么？

恩这个我也曾经撰文说过，不过鉴于所需要阐述内容牵扯过多，在这就不多说了。不过值得注意的是这段时间摩托罗拉几乎也犯了索尼类似的错误，您可以搜索关注一下

作者:xiaozhu909 日期:2013-11-06

@wxmazy2484 楼 2013-11-06

马里个克

多谢支持

作者:xiaozhu909 日期:2013-11-06

同是电脑方面的制造商,#唯冠#早年注册了#IPAD#,而这个#商标#成为苹果新产品必须用的商标名称。#苹果#也不傻，利用#皮包公司#低价购买品牌。可唯冠在合同中的“留一手”行为让苹果还是交了学费。_#商业筹码狙击战：中国商企密谋与诡道竞争#

作者:xiaozhu909 日期:2013-11-06

@rfnie2488 楼 2013-11-06

已到亚马逊购买

多谢您的支持~

作者:xiaozhu909 日期:2013-11-07

从#广药#这十几年来运作的品牌来看，饮料品牌如：#白云山#、潘高寿、陈李济、明兴清爽、星群夏桑菊等凉茶#销售量#也都差强人意，一直只能停留在二三线饮料地位中。也就是说广药很多同质饮料本身就是一种市场目的不明确的表现。_#商业筹码狙击战：中国商企密谋与诡道竞争#

作者:xiaozhu909 日期:2013-11-07

@wxmazy2492 楼 2013-11-07

好像有点意思，已到亚马逊购买

感谢您的支持~

作者:xiaozhu909 日期:2013-11-07

@公子没头发 12585 楼 2013-07-23

好帖好帖～学生党一枚，很喜欢楼主讲故事的风格﹏

感谢支持~

作者:xiaozhu909 日期:2013-11-08

近些年来在所有的#视听网站#之中，我们发现基本都是相同#模式#的自我#调整#后发展。也就是说，从开始的#创业期#，大家基本都是一种#复制模式#以国外发展经验做基础，逐步拓展自己的#业务#。_#商业筹码狙击战：中国商企密谋与诡道竞争#

作者:xiaozhu909 日期:2013-11-08

@兔子和山羊 2506 楼 2013-11-08

楼主的分析很有见地,，继续啊，顶一个。

真心感谢支持~不过在这里能公布的都公布了~如果您还想读,只能去大型书店或者网上书店买了~如果您要买这两天当当、亚马逊都在搞活动几乎半价，比较上算。您可以关注下

作者:xiaozhu909 日期:2013-11-08

@swnb_20082505 楼 2013-11-08

liuming

---多谢关注~

作者:xiaozhu909 日期:2013-11-08

@女儿三岁啦 2510 楼 2013-11-08

楼主写得不错，想买一本。到时候寄到楼主那边帮签个大名，哈

哈！

呵呵好啊~没问题

作者:xiaozhu909 日期:2013-11-08

@时梦情 2504 楼 2013-11-08

…

---.....

作者:xiaozhu909 日期:2013-11-09

@拈花问禅 2513 楼 2013-11-08

支持

感谢您支持~

作者:xiaozhu909 日期:2013-11-09

各位晚安~

作者:xiaozhu909 日期:2013-11-09

从严格来说，中国似乎没有一家#成名#的#视频#类网站没有过#侵权#行为的。相比较而言，只是看谁先#上岸#而已。而在国内#视频网站##创业期#逐步过去后,就进入了#竞争#期。_#商业筹码狙击战：中国商企密谋与诡道竞争#

作者:xiaozhu909 日期:2013-11-09.....

作者:xiaozhu909 日期:2013-11-09....

作者:xiaozhu909 日期:2013-11-10

早~

作者:xiaozhu909 日期:2013-11-10

从#土豆##优酷#争抢#版权#的针锋相对，到其后来的隔空对骂，其实正是因为他们同属#复制模式#的开端,且只有#视频网站#这一种产业发展。造成了他们网站发展#同质化#非常严重，所以也就势成水火。这种同质化网站的#恶性竞争#最终必然导致其中的强者吞掉弱者。_#商业筹码狙击战：中国商企密谋与诡道竞争#

作者:xiaozhu909 日期:2013-11-10·

作者:xiaozhu909 日期:2013-11-10 ……

作者:xiaozhu909 日期:2013-11-11

晚安~

作者:xiaozhu909 日期:2013-11-11

#爱奇艺#利用搜索引擎优势,#搜狐##新浪##腾讯#等视频利用门户网站的优势，#暴风影音#等利用其视频播放器的优势，#迅雷#等利用其#下载#工具的优势等等。但什么优势，在经历了#创业期##资本#进入后，必然进入肉搏阶段。往往也就是“烧钱”最厉害的时段。_#商业筹码狙击战：中国商企密谋与诡道竞争#

作者:xiaozhu909 日期:2013-11-11..

作者:xiaozhu909 日期:2013-11-11...

作者:xiaozhu909 日期:2013-11-11

.

作者:xiaozhu909 日期:2013-11-12.....

作者:xiaozhu909 日期:2013-11-12

#同质化#网站的恶性竞争最终必然导致其中的强者吞掉弱者。而资本背后以资本利益危险的思想又成为这种行为的#催化剂#。所以最后发现，闹得最凶的#冤家#反而因打打闹闹而#闪婚#。而背靠其他网络业务的优势打#视频战争#的各个网站呢？也有各自的优势。_#商业筹码狙击战：中国商企密谋与诡道竞争#

作者:xiaozhu909 日期:2013-11-12

@我爱妳中国 2531 楼 2013-11-12

马克

感谢您的关注与支持

作者:xiaozhu909 日期:2013-11-13

#视频网站#目的不再是持续发展能力，而是只有两个。第一是谁能站得更久。第二个,就是看谁能成功运作上市给#资方#以强大回报。另外所有#中国网络概念股#的上市，不管在哪个国家哪个市场，其结果必然是上市首日#暴涨#，资方逐步#减持#，随后股价一路狂跌。_#商业筹码狙击战：中国商企密谋与诡道竞争#

作者:xiaozhu909 日期:2013-11-14

@野鸭子戏水 2541 楼 2013-11-13

拜读

感谢支持~

作者:xiaozhu909 日期:2013-11-14

@梦_雨_潇_潇 2539 楼 2013-11-13

小板凳

呵呵多谢支持~

作者:xiaozhu909 日期:2013-11-14

依靠其他#网络业务#的优势比如#爱奇艺#利用搜索引擎的优势，#搜狐#、#新浪#、#腾讯#等#视频#利用门户网站的优势，暴风影音等利用其视频播放器的优势……但不管他们利用什么优势，在创业期资本进入后，必然进入一个行业肉搏的阶段。所以反盗版就成为必然手段_#商业筹码狙击战：中国商企密谋与诡道竞争#

作者:xiaozhu909 日期:2013-11-14

@惜沐 2546 楼 2013-11-14

0(∩_∩)0

感谢关注~

作者:xiaozhu909 日期:2013-11-15

2010 年一部#阿凡达##风靡#全球，之后全球刮起了#3D 电影#的拍摄风潮。可是谁也没有想到，把#3D 技术#运用在#三级片#上是一种什么样的感觉和#视觉冲击#。也从来没有人这么做过。然而，这时候#3D 肉蒲团#的#创作##横空出世#。_#商业筹码狙击战：中国商企

密谋与诡道竞争#

作者:xiaozhu909 日期:2013-11-15

@池边垂柳 2536 楼 2013-11-13

25 页全部看完,,,, 顶楼主,,,,

万分感谢您的支持与鼓励~

作者:xiaozhu909 日期:2013-11-16

早~

作者:xiaozhu909 日期:2013-11-16

.

作者:xiaozhu909 日期:2013-11-16

欢迎继续参与~

作者:xiaozhu909 日期:2013-11-16..

作者:xiaozhu909 日期:2013-11-17

@甲子真真 2554 楼 2013-11-17

谢谢无私分享，感谢楼主！

真心感谢您的支持与鼓励~

作者:xiaozhu909 日期:2013-11-17

国内#家族式企业#发展及#民企#在#持股##参股#中的独特智慧模式。先说说家族式企业的发展，每当人们一提起家族式企业，往往就认为家族式企业是不规范的，上不了大台面。不符合国际化发展的

新趋势，也无法#持久发展#。这完全是一种错误的理解。_#商业筹码狙击战：中国商企密谋与诡道竞争#

作者:xiaozhu909 日期:2013-11-17

.

作者:xiaozhu909 日期:2013-11-17

.

作者:xiaozhu909 日期:2013-11-18

当年#3D 肉蒲团#不对内地发片，因此内地很多人准备预订去#香港#看这部片子，甚至多家#旅行#社组看影团。这样就就保证了产品的#质量#和唯一的#销售渠道#。也就体现出了产品的#稀缺性#，当#市场#一旦认同产品的稀缺性，那么这个产品自然会被认定是#紧俏#商品。_#商业筹码狙击战：中国商企密谋与诡道竞争#

作者:xiaozhu909 日期:2013-11-18

回复第 2262 楼，@xiaozhu909...

@lix_wind2560 楼 2013-11-18

楼主，能讲下华为吗

嗯在书中的后面章节中会有华为的分析，以及对中兴通讯、小米等国内厂商的手机类行业对比，但限于出版合同无法公开了，有兴趣您可以看下实体书

作者:xiaozhu909 日期:2013-11-18

.

作者:xiaozhu909 日期:2013-11-19

@weijin85672564 楼 2013-11-19

在所有中国乳业巨头中，还有一家企业一直以低调的方式生存。它虽说没有称为耀眼企业明星，但却一步一个……----------只为收藏，好帖

多谢您的支持~

作者:xiaozhu909 日期:2013-11-19

其实国内有不少#家族式企业#发展得很好的例子,而很多还产品#行销#全世界。这里面就包括以#康师傅#为发展原点起家的#顶新#魏家四兄弟,还有#希望集团#。我们看到这两个家族企业，一个是从台湾出发，一个在内地发展。但其#发展模式#则非常相像。_#商业筹码狙击战：中国商企密谋与诡道竞争#

作者:xiaozhu909 日期:2013-11-19..

作者:xiaozhu909 日期:2013-11-19

@惜沐 2569 楼 2013-11-19

0(∩_∩)0

感谢~

作者:xiaozhu909 日期:2013-11-20

#希望集团#与#顶新#当事业发展到一定的程度的时候,都进行了

家族职责的分工。都是概不#赊销#，并以#分工分业不分家#的形式发展，在业务各自发展的同时还能互相扶持不起内讧。这一点可以说是国内家族企业发展的#典范#。_#商业筹码狙击战：中国商企密谋与诡道竞争#

作者:xiaozhu909 日期:2013-11-20

.

作者:xiaozhu909 日期:2013-11-21

各位晚安~

作者:xiaozhu909 日期:2013-11-21

#京东商城#之所以敢跟#苏宁#等#实体企业#叫板，最重要的一点就是它是唯一在国内建立起强大超#物流体系#的国内#电商#企业，在这一点，连#亚马逊#都自叹弗如。京东商城是不遗余力的把#大物流#系统平台做好。在这一方面京东商城做到了绝对的#专业化#。_#商业筹码狙击战：中国商企密谋与诡道竞争#

作者:xiaozhu909 日期:2013-11-21

晚~

作者:xiaozhu909 日期:2013-11-22

各自不同的#商业模式#都必须把握属于自己的#核心竞争力#，而不是单纯的#商业规模#的建立。_#商业筹码狙击战：中国商企密谋与诡道竞争#

作者:xiaozhu909 日期:2013-11-22

@mijiu97912579 楼 2013-11-22

谢谢楼主这本书真的对年轻人指导意义很大在这个社会人首先要学会活下去当大势就那么几种发生可能的时候需要的是投资自己了

恩相信你也会获得成功！支持你！

作者:xiaozhu909 日期:2013-11-23

家族式的企业遇到#危机#,或者因#企业并购#导致#消化不良#时,#家族#运作的#威力#就开始显现。所有的#家族成员#运用各自的#资源#来互助互救,并在关键时刻引进可靠的#战略投资#人进行#产业优化#。这都是因为#家族式企业#的团结#运作#才能带来的。_#商业筹码狙击战：中国商企密谋与诡道竞争#

作者:xiaozhu909 日期:2013-11-23

晚~

作者:xiaozhu909 日期:2013-11-23

@蜀海天使 2577 楼 2013-11-21

精彩依旧，继续顶贴！

感谢！

作者:xiaozhu909 日期:2013-11-23

晚安~

作者:xiaozhu909 日期:2013-11-24

#家族#组成的#企业集团#一旦分工合作结起#战略同盟#往往牢

不可摧。因为其#发展模式#是越来越紧密，而非疏离，且在维护#企业核心#同时又能快速延伸产业发展，用企业核心#整合##多元化#业务。这样的家族企业虽在国内并不具规模性,但却有不少成功的范例。_#商业筹码狙击战：中国商企密谋与诡道竞争#

作者:xiaozhu909 日期:2013-11-24

@冷秋 T2586 楼 2013-11-24

mark

感谢关注

作者:xiaozhu909 日期:2013-11-24

.

作者:xiaozhu909 日期:2013-11-25

晚安~

作者:xiaozhu909 日期:2013-11-25

联想的#战略投资人#引进也非常有意思，开始并购#IBM##PC 业务#时，引进了三个投资人，都是#金融大鳄#他们在后来联想发展中基本上就是只顾短期效益不顾长期发展。最后还是高价将#联想#股份卖出了事。而他们在联想内部也成为了影响联想后来#巨亏#的不安定因素。_#商业筹码狙击战：中国商企密谋与诡道竞争#

作者:xiaozhu909 日期:2013-11-26

@rtyglytm2603 楼 2013-11-25

lkdb 要看

多谢支持~

作者:xiaozhu909 日期:2013-11-30

@有点意思 20082608 楼 2013-11-27

我顶啊顶啊顶，因为不顶不行，看的很过瘾，谢谢楼主分享

真心感谢您的支持!

作者:xiaozhu909 日期:2013-12-01

@惜沐 2609 楼 2013-11-28

0(∩_∩)0

---

^_^

作者:xiaozhu909 日期:2013-12-01

@没戏王子 2607 楼 2013-11-27

噢噢噢

呵呵感谢关注~

作者:xiaozhu909 日期:2013-12-03

@业主 master2614 楼 2013-12-03

有见解，有思考……

感谢您的支持~

作者:xiaozhu909 日期:2013-12-03

#并购##参股#与被并购过程中，其实并非#收购#别人就是好的，自己被收购就不好。收购别人也可能会导致#企业危机#，这个时候选择引入#投资人#帮助解决困难也是不得已而为之的一种摆脱#危机#方案。这个时候，选择#战略投资人#以及出售股份的比例则非常有学问了_#商业筹码狙击战：中国商企密谋与诡道竞争#

作者:xiaozhu909 日期:2013-12-05.....

作者:xiaozhu909 日期:2013-12-06

@蜀海天使 2619 楼 2013-12-05

来品读支持!

再次感谢!

作者:xiaozhu909 日期:2013-12-07

@惜沐 2613 楼 2013-12-02

0(∩_∩)0

感谢一直的支持

作者:xiaozhu909 日期:2013-12-07

#保健品##品牌#的#名誉#是不能蒙受#污点#的，一旦蒙受了一点点污点，就相当于品牌直接费掉。这一点在市场上多年来一直都在印证。至于其他的#渠道建设#、#营销手法#、#危机公关#当然都对企业发展有辅助作用。_#商业筹码狙击战：中国商企密谋与诡道竞争#

作者:xiaozhu909 日期:2013-12-07..

作者:xiaozhu909 日期:2013-12-07

.

作者:xiaozhu909 日期:2013-12-07

^_^

作者:xiaozhu909 日期:2013-12-08

早~

作者:xiaozhu909 日期:2013-12-08...

作者:xiaozhu909 日期:2013-12-08

不管是以产品做#核心竞争力#，还是以#营销#方式或者以#专业化定位#、#创新#、#垄断#做自己的核心竞争手段，总之能让自己在行业中具备#不可复制#核心竞争力并持续#盈利#,才是企业成功关键。#急功近利#盲目扩大规模转型等等都会成为#明星企业#快速破败的原因_#商业筹码狙击战：中国商企密谋与诡道竞争#

作者:xiaozhu909 日期:2013-12-08

@Jemeul2628 楼 2013-12-08

好

感谢支持

作者:xiaozhu909 日期:2013-12-08

@我爱红莲 2631 楼 2013-12-08

随时关注!

多谢您的关注~

作者:xiaozhu909 日期:2013-12-08

@zj24184202633 楼 2013-12-08

马克

多谢关注~

作者:xiaozhu909 日期:2013-12-09

#品质#比什么都重要。#价格#可以不断的#涨#，甚至有所谓的#泡沫#。但品质出了问题，所有的泡沫也就会瞬间破碎。这一点至关重要。当然如果#产品定位#出现问题也会导致企业陷入#危机#_#商业筹码狙击战：中国商企密谋与诡道竞争#

作者:xiaozhu909 日期:2013-12-10

@s8p_cn2636 楼 2013-12-09

有幸跟一些国际知名的企业密切接触,也曾与许多国内的大牌企业进行业务合作，彼此对照，优劣鲜明，喜恶立判！同EPS/SONY/LG/SUMSUNG/MICROSOFT/PHILIPS/PEPSI 接触，那种平等氛围、合作意愿、敬业精神及职业操守,让人由衷叹服!而国内的大牌，基本上花钱搞定一切，品质在钱的面前一文不值，这样的企业文化，绝不可能成就国际一流！借用楼主的话说:“品质出了问题，所有的泡沫也就会瞬间破碎。”这一天恐怕很快到来。

---

^_^

作者:xiaozhu909 日期:2013-12-10

要先明白自己的#核心##竞争优势#在哪里，才能有的放矢去#转型#。否则就像参天大树被挖出来换个地方，结果就因水土不服而死掉其实是一个道理。_#商业筹码狙击战：中国商企密谋与诡道竞争#

作者:xiaozhu909 日期:2013-12-10..

作者:xiaozhu909 日期:2013-12-10

@kunyikun2640 楼 2013-12-10

学生党一枚，感谢涯叔，感谢卤煮的大作

真心感谢支持~您客气了~

作者:xiaozhu909 日期:2013-12-10

@kunyikun2640 楼 2013-12-10

学生党一枚，感谢涯叔……

才疏学浅，不敢交流。高考将至，先拜读一小段。后会有期

嗯，你先忙，考完再慢慢看~读书不怕晚

作者:xiaozhu909 日期:2013-12-11

@陈婸 2648 楼 2013-12-11

mark

多谢支持

作者:xiaozhu909 日期:2013-12-11

其实有时候#危中往往蕴藏着机#，一些#商业模式#倒下了，但往往同时会窜升出现的#产业机会#。任何的#经济体#都需要经历#经济形势#不断变换的考验。所以只有在#市场经济#中不断的学习总结，才能在#后危机时代#将企业带进一个全新的#发展空间#之内。_#商业筹码狙击战：中国商企密谋与诡道竞争#

作者:xiaozhu909 日期:2013-12-11

@xiaozhu9091607 楼 2013-08-18

番外篇之：从当年的 3Q 大战看互联网企业争斗谋略 6

2010 年，一场网络发展史上最大型、涉及面最广、参与企业最多的网络大战轰轰烈烈地展开了。这场大战，虽然不像武侠电影那么刀光剑影，但实际上，却比真正的战争有过之而无不及。不仅上演了一场垄断争夺战的大戏，甚至因为这场战争，让几乎全国无辜的网民都牵扯其中。口舌之争更将这场大战引向了白热化……

其实不管从哪个方面来说，奇虎 360 和腾讯这两家网络.....

@can126892653 楼 2013-12-11

精彩!谢谢楼主无私分享

多谢您支持

作者:xiaozhu909 日期:2013-12-11

@东皇 952651 楼 2013-12-11

说的太好了

感谢支持

作者:xiaozhu909 日期:2013-12-11

@ouzi20082657 楼 2013-12-11

国情是这样的，多年来经济半开放发展了，政治体制并未见多大改革。利益集团剥夺了人民利益，所谓的社会主义特色只不过是愚弄大众，为利益集团找个合法借口。

不过很多时候在利益集团中的下层——为商者往往有时也是牺牲者

作者:xiaozhu909 日期:2013-12-12

@Findingmyselfz2656 楼 2013-12-11

mark

---

^_^

作者:xiaozhu909 日期:2013-12-13

当#国产#特色的#RPG 单机游戏#进入到一个死胡同时，整个#产业#也出现了#危机#。但正是因为危机的来临，才促使像#烛龙#这样的企业华丽转身。_#商业筹码狙击战：中国商企密谋与诡道竞争#

作者:xiaozhu909 日期:2013-12-13

@tjsrtjrs2661 楼 2013-12-13

[img]http://img3.laibafile.cn/p/m/164941733.jpg[/img]

----------...

作者:xiaozhu909 日期:2013-12-13

.

作者:xiaozhu909 日期:2013-12-14

#古剑奇谭#代表的不仅仅是一个#游戏#，而是整个#单机市场##绝地反击#的明证。其透过#技术门槛#设置、同行业的#渠道合作#，让#盗版#这个十余年来没有解决的行业难题解决。虽说不能绝对杜绝，但绝对已经降低到对原创毫无威胁的境地。_#商业筹码狙击战：中国商企密谋与诡道竞争#

作者:xiaozhu909 日期:2013-12-14.....

作者:xiaozhu909 日期:2013-12-14...

作者:xiaozhu909 日期:2013-12-15

@老虎神仙狗 2667 楼 2013-12-14

留名

感谢关注

作者:xiaozhu909 日期:2013-12-16

@老虎神仙狗 2669 楼 2013-12-15

好贴。再顶。

多谢支持与鼓励~

作者:xiaozhu909 日期:2013-12-16

#古剑奇谭#反盗版只是初步成功。其#网站#分剧情的剧情报不断推出、各种版本#客户端#的售卖、甚至包括#服装#、#武器#等#道具#的突破性#收费模式#，都延长了#单机游戏#本身的#获益期#，也在一定程度上帮助了#产品营销#。_#商业筹码狙击战：中国商企密谋与诡道竞争#

作者:xiaozhu909 日期:2013-12-17

从严格来说，中国似乎没有一家#成名#的#视频#类网站没有过#侵权#行为的。相比较而言，只是看谁先#上岸#而已。而在国内#视频网站##创业期#逐步过去后,就进入了#竞争#期。_#商业筹码狙击战：中国商企密谋与诡道竞争#

作者:xiaozhu909 日期:2013-12-18

@aaaaa248762673 楼 2013-12-16

d

多谢关注

作者:xiaozhu909 日期:2013-12-18

#古剑奇谭#全面将#游戏开发##利益最大化#，周边产品、影、视剧、书籍的#版权合作#，甚至于将古剑网游和未来系列产品推出都考虑在内。仅#古剑奇谭#一个游戏就能够带领开#单机游戏#新格局，确实是国内#产业发展##转型##案例#中不可缺少的#参考##素材#。_#商

业筹码狙击战：中国商企密谋与诡道竞争#

作者:xiaozhu909 日期:2013-12-18

@aaaaa248762677 楼 2013-12-18

d

多谢支持

作者:xiaozhu909 日期:2013-12-19

与整个#游戏产业#的发展相比，还有一些就是因为#后危机时代#的到来才迎来春天的#产业#。他们在迎来机遇的同时，似乎也带来了#竞争压力#。就像#团购网站#和#婚恋网站#。他们都是因为时代的变化让这些行业产生了巨大的社会需求的#增量#。_#商业筹码狙击战：中国商企密谋与诡道竞争#

作者:xiaozhu909 日期:2013-12-19

^_^

作者:xiaozhu909 日期:2013-12-19

@老虎神仙狗 2669 楼 2013-12-15

好贴。再顶。

@xiaozhu9092670 楼 2013-12-16

多谢支持与鼓励~

@老虎神仙狗 2681 楼 2013-12-19

好帖已收藏。

感谢支持

作者:xiaozhu909 日期:2013-12-20.....

作者:xiaozhu909 日期:2013-12-20

#团购网站#和#婚恋网站#都是因为#时代#的变化让这些#行业#产生了巨大的#社会需求#的#增量#。但同时也都是#门槛极低#的#产业#。#同质化现象#很容易出现。那么在这样的产业中，也就不分谁#实力强#谁#实力弱#，而是分谁的#专业化#和#特色经营#更能#吸引客户#_#商业筹码狙击战：中国商企密谋与诡道竞争#

作者:xiaozhu909 日期:2013-12-21

@老虎神仙狗 2685 楼 2013-12-20

好贴顶起来。几年来不错的好贴。很有启发性。

感谢多次支持~

作者:xiaozhu909 日期:2013-12-21

#团购#、#婚恋网站#都是抓住自己的强项进行#专业化#的#长久铺垫#。然后经受住大的#竞争轮回##淘汰赛#的考验。最终靠#行业口碑#和#品牌建立#赢得#市场#。在这些行业中，花样翻新的#营销手段#只能赢得一时，但多了不用，三年就能看是不是真有#竞争力#。_#商业筹码狙击战：中国商企密谋与诡道竞争#

作者:xiaozhu909 日期:2013-12-21.....

作者:xiaozhu909 日期:2013-12-21.....

作者:xiaozhu909 日期:2013-12-21

.

作者:xiaozhu909 日期:2013-12-21...

作者:xiaozhu909 日期:2013-12-21

人的#价值#很怪，有时前一秒钟，你会对某些人拥有巨大帮助，因此拥有#丰厚身价#，而在一分钟之后，你很可能会失去#商业价值#，如何把握好你的#人生价值#，是你必须思考的。但要先成为一个有所准备、能够接受你突然身价百倍的那一刻的能力，然后好好把握它#商业筹码狙击战：中国商企密谋与诡道竞争#

作者:xiaozhu909 日期:2013-12-22..

作者:xiaozhu909 日期:2013-12-22

@老虎神仙狗 2694 楼 2013-12-22

多谢如此有价值的帖子。

哪里哪里~过奖

作者:xiaozhu909 日期:2013-12-23

@梦随心飞 1112701 楼 2013-12-23

终于找到大部队了啊

呵呵，多谢支持

作者:xiaozhu909 日期:2013-12-23

长久的#核心竞争力#还是要靠#诚信#。但诚信本身并非自己能掌控，而很多也因为#客户#受到限制，也怕因为引起客户反感而引起#客户流失#。那么就要将一点利益让给客户，让客户帮助建立#诚信系统#。这样长久有的核心竞争力基础就会确立_#商业筹码狙击战：中国商企密谋与诡道竞争#

作者:xiaozhu909 日期:2013-12-24.....

作者:xiaozhu909 日期:2013-12-24

有时候转换一下#思维模式#，即使是#门槛低#、高#淘汰率#，也能够在#市场#中#立于不败之地#。_#商业筹码狙击战：中国商企密谋与诡道竞争#

作者:xiaozhu909 日期:2013-12-24

@椰冰 2705 楼 2013-12-24

很精彩，感谢 laozhu。

多谢支持~

作者:xiaozhu909 日期:2013-12-24

圣诞节快乐!!!!!!

作者:xiaozhu909 日期:2013-12-25

透过不同行业,不同状态下的#企业案例分析#我们可以看出很多的问题，得到很多的#经验#。#后危机时代#实际上企业的#商战#发生了很多，这些商战，可以是#实体企业#的战争，也会出现在#网络平

台#。甚至还会出现在企业内部。_#商业筹码狙击战：中国商企密谋与诡道竞争#

作者:xiaozhu909 日期:2013-12-25

.

作者:xiaozhu909 日期:2013-12-26

@国服第一鳄鱼 201 楼 2013-07-24

楼主不错，对我们高中生来说长见识了。加油

@jamelee_tcg2711 楼 2013-12-25

mark、

多谢支持~

作者:xiaozhu909 日期:2013-12-26

[img]http://img3.laibafile.cn/p/m/153491510.jpg[/img]

作者:xiaozhu909 日期:2013-12-26.....

作者:xiaozhu909 日期:2013-12-26

很多的企业虽然分属#不同行业#，但很可能出现类似的#商业争斗#现象。#利益分配#出现问题，#核心领导层#的#大权旁落#，同行业的#同质化竞争#等等都可以成为商战的#爆发原点#。_#商业筹码狙击战：中国商企密谋与诡道竞争#

作者:xiaozhu909 日期:2013-12-26.....

作者:xiaozhu909 日期:2013-12-26

5

作者:xiaozhu909 日期:2013-12-26

4

作者:xiaozhu909 日期:2013-12-27

企业在与#国际资本#之狼共舞之中，不要期待#共赢#，因为你面对的是#金融资本#的#饿狼#。他们没有#仁慈之心#。只有对于短期#巨额利益#获取的胃口。_#商业筹码狙击战：中国商企密谋与诡道竞争#

作者:xiaozhu909 日期:2013-12-27

.

作者:xiaozhu909 日期:2013-12-28

.

作者:xiaozhu909 日期:2013-12-28

早~

作者:xiaozhu909 日期:2013-12-28

当#天时#、#地利#都时不我与的时候，利用#人和#去#扭转乾坤#，其实也是#迫不得已#的办法，有的时候我们的#企业#不得不打一些#擦边球#。因为大环境使然，因为#行业面临的危机#使然。_#商业筹码狙击战：中国商企密谋与诡道竞争#

作者:xiaozhu909 日期:2013-12-28

[img]http://img3.laibafile.cn/p/m/153996631.jpg[/img]

作者:xiaozhu909 日期:2013-12-28

@风前的雨 2725 楼 2013-12-28

mark

多谢支持~

作者:xiaozhu909 日期:2013-12-29

@蜀海天使 2727 楼 2013-12-28

天使来欣赏

---

^_^

作者:xiaozhu909 日期:2013-12-29

当#企业核心#团队都被赶出去了，又何谈什么未来的#战略发展#。一切也只是空谈而已。#商业竞争#，其中的手段千变万化，也可以允许出现打#擦边球#的行为，但是，最终还是要围绕企业真正要发展的核心来做。_#商业筹码狙击战：中国商企密谋与诡道竞争#

作者:xiaozhu909 日期:2013-12-29

@fengye8282730 楼 2013-12-29

楼主应该是文科生吧,您的思维模式和看待问题的视角给我很大的启发

多谢您的支持与理解~

作者:xiaozhu909 日期:2013-12-30

早~

作者:xiaozhu909 日期:2013-12-30..

作者:xiaozhu909 日期:2013-12-30..

作者:xiaozhu909 日期:2013-12-31

#持续#！持续的研发能力，持续的#市场开拓#能力，持续的#营销策略#，持续的走向成熟。要保持这样的持续，就必须努力持续#产业优势#，努力将产品的#独特性#发挥到极致，相信#小米#有这个能力，但也面临着更多的挑战——#商业筹码狙击战：中国商企密谋与诡道竞争#

作者:xiaozhu909 日期:2013-12-31

.....

作者:xiaozhu909 日期:2014-01-01

@已借草名 2738 楼 2014-01-01

做个记号，慢慢看，学习学习！

多谢您的支持~

作者:xiaozhu909 日期:2014-01-01

创造力，是企业的核心。然而好的激励制度依然是核心的动力！#商业筹码狙击战：中国商企密谋与诡道竞争#

作者:xiaozhu909 日期:2014-01-02

@zj24184202741 楼 2014-01-01

马克

感谢关注

作者:xiaozhu909 日期:2014-01-02

即使是具备#核心竞争力#，也应该#知己知彼#，适当的利用一些#商业诡道#，本身也是#丛林法则#中必不可少的一环。#核心#与#手段#，其实相当于恩爱夫妻，两者都是缺一不可。——#商业筹码狙击战：中国商企密谋与诡道竞争#

作者:xiaozhu909 日期:2014-01-02

.

作者:xiaozhu909 日期:2014-01-03

#民族企业家#在#后经济危机#时代面对国内外各种复杂环境下是如何以#中国式智慧#巧妙#躲避风险#并#生存#下来的？尽在#商业筹码狙击战：中国商企密谋与诡道竞争#

作者:xiaozhu909 日期:2014-01-03

.

作者:xiaozhu909 日期:2014-01-03

.

作者:xiaozhu909 日期:2014-01-04

电商大战越来越频密，这背后真的只是一场“价格战”的秀么？真的是商家共赢么？其背后的惨烈竞争并不是你所了解。“家电战”让网络与现实之间没了距离，苏宁、国美、京东商城他们之间的竞争谋略，各自的核心竞争力却互有不同，谁更能把握市场谁才是商业王者，这一切，《商业筹码狙击战：中国商企密谋与诡道竞争》为您展

开剖析。

作者:xiaozhu909 日期:2014-01-05

#华为#,#中兴#,两家国内企业巨无霸却在关键的时间点上走出了不同的道路,两家企业的功过当然有着各自的原因,但对于市场的态度却可以让一个企业的发展走出不同的方向,揭开两家企业的发展谋略变化、市场软肋,_#商业筹码狙击战:中国商企密谋与诡道竞争#

作者:xiaozhu909 日期:2014-01-05

.

作者:xiaozhu909 日期:2014-01-06

.

作者:xiaozhu909 日期:2014-01-07

顶一顶更健康

作者:xiaozhu909 日期:2014-01-11

@xiwang10002758 楼 2014-01-10

留名,慢慢看

多谢支持

作者:xiaozhu909 日期:2014-01-12

@xiaozhu909711 楼 2013-08-01

我另起一行说吧~其实呢,从古至今,我国的从商者都是比较从属的地位不被重视,有时候做大了还树大招风,相比较而言,垄断性

的国企则自在轻松得多，不必担心钱，不必担心竞争，只需要担心能不能得罪上司，只需要担心利益分配会不会得罪谁。说句实话，欧美国家的企业家的所谓良心,道德哪来的？一个不断完善的制度下逐步催生出来的。当然我们呼吁的是企业良心，希望他们能多站出来，但说实话，相比较而言更改承担社会责任的是.....

@来半斤大米 2757 楼 2014-01-10

企业良心不是呼吁能够出来的,你想一个人如果连吃的东西都没有了还会在乎吃像吗？

呵呵感谢关注与支持~

作者:xiaozhu909 日期:2014-01-13

#联想#，曾经的明星企业，曾经的大手笔并购 IBM，带来光辉荣誉的同时也带来了潜在深层危机。而柳传志，这位蛰伏状态的企业家再次杀出却力挽狂澜，再次将联想拉起来并成功转型，在辉煌的战绩背后是寂寞的商业深耕，以及民企企业家的无奈自救。解码联想变迁 #商业筹码狙击战：中国商企密谋与诡道竞争#

作者:xiaozhu909 日期:2014-01-15..

作者:xiaozhu909 日期:2014-01-16

.

作者:xiaozhu909 日期:2014-01-18

#团购#网站是新兴商业模式,从崛起到激烈竞争到淘汰赛有着其

独特的发展轨迹,而在这里面脱颖而出的包括#大众点评##美团网#等等诸多网站,他们之间有什么异同？又如何产生竞争赢得市场的？不断的市场过招中有潜藏着更多的商业智慧与谋略#商业筹码狙击战：中国商企密谋与诡道竞争#

作者:xiaozhu909 日期:2014-01-20

@猫咪月朗天门 2767 楼 2014-01-18

MART

多谢关注

作者:xiaozhu909 日期:2014-01-21

作者:xiaozhu909 日期:2014-01-29

@孤北剑客 2776 楼 2014-01-28

xiaozhu909 楼主，准备在微信上跟朋友分享了这本书，注明了出处，请批准。

那个您可以公布到目前在帖子中公布到的章节~全书因涉及版权，所以我也没权利，望见谅~

作者:xiaozhu909 日期:2014-01-31

大家春节好~

作者:xiaozhu909 日期:2014-02-06

@老虎神仙狗 2780 楼 2014-01-31

祝楼主想神马，有神马，马上有一切!!!

呵呵感谢您的支持~多谢~祝您春节愉快马上有钱~

作者:xiaozhu909 日期:2014-02-10

@辟 0 疆 2782 楼 2014-02-07

看完才顶，楼主莫见怪！好书！

您客气了~您的支持是我的动力！

作者:xiaozhu909 日期:2014-02-10

@zmzcxm2788 楼 2014-02-10

MARK

多谢您支持~

作者:xiaozhu909 日期:2014-02-12

@关心你承认 2806 楼 2014-02-12

我还以为出来了呢，一顿搜索，哈哈

确实已经出来了~在各大网络书店都有~实体书店的话必须到大型书店才有~

作者:xiaozhu909 日期:2014-02-14

@淘回来的猪 2808 楼 2014-02-12

马克，文章很好，赞

多谢您的支持与鼓励!

作者:xiaozhu909 日期:2014-02-16

@你和我宇宙 2809 楼 2014-02-12

好文，必须支持

真心感谢支持与鼓励!

作者:xiaozhu909 日期:2014-02-17

@经济小萌 2815 楼 2014-02-16

楼主，这个帖子还会更新新内容吗，还是说只能去买书了

目前来说只能更新到这了~其实这已经过量公布了~因为毕竟受限于出版合同~望见谅~如果买书的话网上更便宜,最好等过两天有节日优惠时候买更上算~不要着急~

@善败不败 20112820 楼 2014-02-22

hao

多谢支持~

作者:xiaozhu909 日期:2014-02-23

@经济小萌 2820 楼 2014-02-23

OK，有优惠时，请告知，多谢啦

这两天当当超便宜去看看吧

作者:xiaozhu909 日期:2014-02-25....

作者:xiaozhu909 日期:2014-02-25

@yangyafei3212824 楼 2014-02-25

顶

感谢支持~

作者:xiaozhu909 日期:2014-02-25

@加油吧麦迪 2826 楼 2014-02-25

感谢关注~

作者:xiaozhu909 日期:2014-02-26

...

作者:xiaozhu909 日期:2014-02-27

@我爱海涛 20122831 楼 2014-02-27

商场如战场啊，楼主写的好，言语通俗但是刀光剑影啊！

感谢支持~

作者:xiaozhu909 日期:2014-02-28

@hawk_ying8242829 楼 2014-02-26

楼主发这贴本身也践行了一把商业诡道。

免费阅读到此结束？！

呵呵朋友说笑了~谢谢关注~

作者:xiaozhu909 日期:2014-03-01...

作者:xiaozhu909 日期:2014-03-02

.

作者:xiaozhu909 日期:2014-03-06

@风雨一肩挑 19932835 楼 2014-03-02

@xiaozhu909 您好！从 03 年至今，房地产行业是是国家重点发展，并且有暴利的行业，有很多老百姓靠炒房投资赚了一大笔钱！到了今天，国家经济“促转型，调结构”房地产行业的浪潮已经到了尾声，那么您认为下一个国家重点发展，并且老百姓能像房地产这样参与投资的行业是什么？谢谢您！

下一步国家必然以稳定农业,发展城镇,增强农民体制保障为主，而中小商品方面的业主相对逐步放宽，暴利行业相对逐步退出。、说实话，房地产业是沾政策的光，所以相对暴利行业很难介入。其实本来老百姓也很难进入暴利行业……

作者:xiaozhu909 日期:2014-03-11

@10162407672841 楼 2014-03-10

@10162407672014-03-10

[img]http://img3.laibafile.cn/p/l/171524243.jpg[/img]

— — — — — — — — — — — — — — — — —

[img]http://img3.laibafile.cn/p/m/171524320.jpg[/img]

多谢您支持~真心!

作者:xiaozhu909 日期:2014-03-13

@蜀海天使 2844 楼 2014-03-11

天使来支持

感谢

作者:xiaozhu909 日期:2014-03-14

@月明三多桥 2845 楼 2014-03-11

拜读!! 顶

感谢支持

作者:xiaozhu909 日期:2014-03-20

呵呵~

作者:xiaozhu909 日期:2014-03-20

呵呵~

作者:xiaozhu909 日期:2014-03-21

.

作者:xiaozhu909 日期:2014-03-21

.

作者:xiaozhu909 日期:2014-03-26

呵呵~

作者:xiaozhu909 日期:2014-03-26

呵呵~

作者:xiaozhu909 日期:2014-03-29

@孤北剑客 2862 楼 2014-03-27

后续没有更新了？

嗯受版权限制~只能到这里了~不好意思~

作者:xiaozhu909 日期:2014-03-30..

作者:xiaozhu909 日期:2014-05-06

国内企业商业谋略的表现形式 1、外资资本运作入侵战下的企业谋略。2、商标争夺战的形式谋略。3、网络、电商以及媒体相关企业的格局变化与挑战。4、国内家族式企业发展及民企在持股参股中的独特智慧模式。5、企业核心竞争力的误区与导向。6、经济危机时代新型商业体系下的企业变化和发展案例剖析。