

跨行的勇气,选择创业的明星大多具备,然而跨行的智慧却非人人皆有。对于跨行经商的明星艺人们来说,他们面对的是一场比舞台演出更充满戏剧性的人生实战——因为这是属于创业者的游戏。

隐匿在娱乐圈的企业家

■ 本报记者 汪静赫

近日,张柏芝要投资千万办连锁溜冰场的新闻引来坊间热议,而事实上这位话题女星几年前就已进军商界,与其坐拥市值 10 亿企业的前夫谢霆锋堪称“夫唱妇随”。

炒房产、开餐馆、办影视公司……这些明星常见的“副业”,如今早就不足为奇,然而,跨越娱乐圈、去进军看上去毫不相干的行业并颇有建树的依然还属“另类”。

跨行创业的文体明星所拥有的知名度,盖过了明星光芒背后不为人知的另一面,他们是隐匿在娱乐圈里的企业家。

跨行不等于外行

跨行的勇气,选择创业的明星大多具备,然而跨行的智慧却非人人皆有。林志颖属于将这两者结合得最好的代表人物之一。

此前,林志颖显赫身家被揭露的新闻曾经在微博上引爆热门话题,纷纷表示大跌眼镜的网民们,委实无法将这位偶像派明星与经营有道的企业家形象联系在一起。

年少成名的林志颖其实还是个“商界神童”。早在 18 岁时,尚在读书的林志颖和朋友合伙开了一家摄影工作室,生意蒸蒸日上,全盛时期拥有七家连锁店。

林志颖的演艺生涯几乎和创业历程同步进行,刚出道时,初尝走红滋味的他也赚到了第一桶金,于是学会了投资股票。其后,林志颖涉足更广。迄今为止,他投资的范围覆盖了网络购物、IT 科技、摄影工作室、基金会、餐馆等诸多产业。据台湾媒体报道,林志颖的个人家产超过了 10 亿元人民币。其中,IT 科技公司是林志颖身家的主要来源。据悉,这两家科技公司主营软件开发、监控系统、多媒体,目前几乎垄断运营了台湾地区银行的软件系统。

虽然如今在媒体的视线中,林志颖依然还是作为明星的身份出现,但他的创业故事在业内已经赫赫有名。援引一位台湾记者的话,在台湾娱乐圈中最惹眼的是“林董”,因为就连媒体常用的一些多媒体设备,都是林志颖公司研发生产的。



王利博制图

探究林志颖的成功之路,不难看出“开拓性多元化经营”是其中关键因素,看似纷繁随机,却一直与时俱进、不落人后抓住商机——这正是一位成功企业家的必备特质。

明星艺人“跨行不外行”的经历,不仅属于林志颖。成功的例子还包括成功创办购物网站和自有美妆品牌的主持人李静。在近日举行的一次媒体评奖中,李静获得“年度最美女性企业家”的称号,这个在演艺界绝对称不上最美的资深主持人,在另一个行业成就了“最美”。

圆梦却未必梦圆

文体明星们的跨行创业,大都来源于个人的兴趣。论财势和名气,明星艺人兼而有之,前者意味着资金实力,后者则预示了人气资源,再加上兴趣,他们的创业故事看上去“非常完美”——然而,这样的先天优势,却未必会换来后天的美好结局。圆梦未必会迎来梦圆。

对于姚明来说,第一笔成功投资的美好时光已经一去不复返。与不怎么需要他操心的姚餐厅相比,CBA 球队上海大鲨鱼俱乐部就像是一只活生生的鲨鱼。

2009 年的上海大鲨鱼篮球俱乐

部因为资金短缺一度面临无法参加新赛季的窘境。同年 7 月 15 日,姚明正式宣布收购上海男篮的全部股权,成为球队唯一老板。这里是姚明成长的地方,因此,他的这次投资被视为“出于对老东家的感情”。

《姚明传》作者布鲁克拉尔默称:“我想他认为自己有义务挺身而出,拯救这家俱乐部。”拉尔默认为,大鲨鱼俱乐部将使姚明重新回归 CBA 联赛,并影响中国篮球的发展之路。拉尔默并没有想到他的乐观估计却黯然收场。收购后的两年内,上海男篮总亏损已经达到了 4600 万元。

姚明的另一笔失败生意是 2005 年花费数百万美元投资一家音乐网站,当初之所以这么做仅仅是因为姚明喜欢音乐,而且支持正版。尽管有这位重量级人物的力挺,但该音乐公司还是亏损严重。

与姚明辉煌的运动生涯相比,他的经商“投篮命中率”还尚需时日锤炼。昔日姚明凭借薪金和代言协议积累的惊人财富,在其风险投资商的新身份下,显然没能带给他所希望的美好回报。

2009 年,台湾综艺主持人吴宗宪首次以台商身份现身内地,当媒体问及身为企业家的心得时,他表示与做艺人相比,“做别的事会有更多的价

值”。然而几年后,这位台湾地区本土首个成为上市公司老板的艺人被“赶出”了董事会,此时距离他上任该公司董事长仅仅 168 天。

据悉,2005 年,吴宗宪“迷上半導體照明”,于是在台北成立了一家名叫“阿尔发”的公司,而一家印刷电路板产业上市公司则是他的供应商,此后,吴宗宪成了这家公司的大股东,由一家小公司董事长摇身变成一家上市公司董事长。

如今,卸任后的吴宗宪,只保留与该公司的股东身份,腰包和地位都“大为缩水”,与此同时,他创立的照明科技公司也传出了财务危机。据台湾媒体报道,当地另一位著名主持人康康则对外透露,“吴宗宪野心太大,做灯泡生意做得不好被人投诉伤害眼睛,基本上把主持赚到的钱又赔到生意里”。

然而,时间若是往后回眸,在媒体捕捉的镜头里,吴宗宪曾踌躇满志于投资 LED 灯产业领域,因为这是他的“兴趣和梦想”。

在镁光灯下,身为资深主持人的吴宗宪可以尽情掌控舞台,但在商界,他却无力左右。对于跨行经商的明星艺人来说,他们面对的是一场比舞台演出更充满戏剧性的人生实战——因为这是属于创业者的游戏。

圈子

在动静之间感悟经营理念

■ 本报记者 江雪

无论是习武、太极还是登高远足;不论是挥杆、戏水还是滑雪航海,对于企业家来说,没有一项运动的选择不是有着“超越自己,挑战自己,管理自己”的精神指向。

心中无敌,天下无敌

企业家马云对自己经营“太极人生”的理论解释是:在互相不信任的时代,你解释的越多,就越糊涂。没有人会相信你。自己静下来,反而挺有意思。怎样能够既要活得长,又要活得好?那就是慢中的运动和运动中的慢。太极拳就很有道理。一个企业也是这样。

马云强调,企业管理者一定要懂得控制节奏。要特别明白企业什么时候该动,什么时候不该动。早在 2010 年前,马云在上海与企业家郭广昌切磋“太极”时就直截了当地说:“太极拳带给我最大的是哲学上的思考。阴阳和,物极必反,什么时候该收,什么时候该放,什么时候该化,什么时候该聚,这些跟企业内部的细节是一模一样的。”

很多企业家相信“马云可以扛过 2012 年的痛苦”,也是基于相信他有“太极文化根基”。

员工做到了在最艰难的 2012 年与马云一起读《道德经》,分享“太极拳”。企业家王利芬总结道:练习“太极拳”,让马云心中无敌,天下无敌。

掌控“速度与激情”

中国企业家俱乐部坚持数年在黑龙江亚布力滑雪场举办“论坛”,是想让企业家们的“思想风暴”来得更加猛烈一些,意在“锻炼身体的同时检阅企业家的意志和心理状态”。

十几年来,对照一下企业家俱乐部分别在“寒冷地带”和“雨林地区”举办的博鳌论坛、亚布力论坛发现,起到“暴露人性更多侧面,振奋创业精神和修正弱点”作用的当属后者。

在滑雪中因“转弯时心急”导致腿伤的保险业企业家王梓木总结说:“企业也是如此,大转弯时需要更静心、更专注。”任志强、柳传志、张朝阳、冯仑的总结是:“控制力是在亚布力论坛中举办的滑雪比赛中学到的。”

滑雪和航海,一直是欧洲著名企

业高管们的传统运动,市场和赛场上所蕴含的道理,让企业家懂得“比赛中的意志拼比也是企业间的文化拼比”。

组织自行车队去过新疆、西藏的浙江企业家队,在接受《中国企业报》记者采访时表示:企业国际化,民营企业家们在文化理念上要与国际企业接近。这个 2008 年奥运会后组织起来的民营企业自行车运动队已日渐成熟。

体味坚韧与坚持

决心将体重从 75 公斤减至 64 公斤的万科老总郁亮风雨不改,每天早上起来跑步。他给自己定的六字目标是“管住嘴,迈开腿”。行业人士这样评价郁亮:“听他说话,犹如听他自己家乡传统曲艺苏州评弹,要静下心来,心浮气躁者难以体会个中意境。”

2009 年 12 月,在南极度假的郁亮敢于在零下 35 摄氏度脱光全身衣服拍照。他谈到自己从中年发福男转身成型男的心路历程:“不论瘦身,还是经营企业,都需要坚韧的精神。”

同王石一样喜爱登山的郁亮在

(上接第九版)

2010 年至今,茅台酒价犹如乘坐“过山车”,经历了从“高烧”到“退热”的阶段。价格回落近千元,茅台酒盛况不再,目前 1380 元至 2090 元,近 700 元的价差较 2012 年 9—10 月 2100—2400 元时 300 元的价差更加巨大,如今的茅台终端价格体系混乱的态势仍在扩大。长春市酒类行业协会副秘书长赵禹认为,茅台对经销商进行处罚,说明茅台开始重视渠道管理了。据茅台经销商大会透露,在 2012 年茅台集团销售网络日益完善,现已在全国建立了 32 家自营公司,拥有 2041 家客户。此前,贵州茅台集团董事长袁仁国也强调说,要在建好营销网络中来夯实市场基础。

强制保价收效不大

面对茅台来势汹汹的整顿,资深酒业观察研究人士孙延元对记者表示,“这可以看做是茅台在杀鸡儆猴,以前高速增长时,经销商不断炒高飞天茅台的价格,茅台也睁一只眼闭一只眼,现在泡沫透明化,价格上不去,再不出手维护品牌的话,高端品牌的价值感就不存在了,所以茅台必须‘维稳’。”

但中国科技产业投资管理有限公司冯超群博士向记者表示,由于限酒令、塑化剂风波等等不利因素的影响,造成目前市场上茅台的供大于求,不少经销商库存压力巨大,在这种局面下一旦有几家经销商带头降价,势必会引发全国范围茅台价格大跳水,那么茅台原来高高在上的出厂价将难以维系,必将影响到茅台自身的利润,“但是,在市场行情不好的现状下,茅台此举可能加剧厂家与经销商之间的矛盾。”

“前几年茅台价格每隔一段时间就大幅上涨,因此很多经销商故意囤货,等到涨价后再卖,不少茅台经销商的库存都很满。”北京地区多年从事高端白酒批发的赵先生向记者表示,“低价窜货”什么时候都有,只是在近期市场消费力下降、塑化剂风波的影响下,外界才感觉更为严重。“经销商想赚钱,又怕完不成销售任务,才冒险。”

“不同的区域,不同等级的经销商情况也各有不同,对于那些库存压力大、资金储备不足的经销商,为避免资金链断裂,低价销售是唯一的出路。”赵先生认为,茅台的价格管制从长远来看很难真正奏效。

虽然贵州茅台董事长袁仁国在茅台经销商大会上放出“狠话”说,茅台酒零售价不能低于 1519 元,团购价不能低于 1400 元,并拿几家经销商“杀鸡儆猴”。但记者发现,在终端市场上,零售价低于 1519 元的 53 度飞天茅台并不罕见。记者在北京一家酒水专卖店了解到,尽管开价 1500 元,但销售人员表示 1400 元就可以拿货。记者是以购酒者的身份打电话给上述茅台北京总代理人士的,在其了解到是为单位购买酒后,她表示,目前茅台酒的市场零售价为 1519 元,如果买的多的话,可以到店里面去商量,可以走团购客户的价格。当记者问到是否拿到 1400 元以下的酒时,其表示,如果真的要买可以到店里去商量。

长春市酒类行业协会副秘书长赵禹表示,近期宏观经济环境下行、塑化剂传言等不利因素,是导致茅台价格下降的主因,包括高端白酒在内的整个行业在今年春节销售旺季前面临着较大挑战,这是市场规律形成的结果,并不能通过一纸罚单而改变。而且他认为,茅台流通渠道上的销量与团购相比占比并不大,隐性价格还是经销商控制着,虽然从茅台保价表象上看是成功了,实际上,经销商在对待团购客户上还是根据实际情况自行确定价格的。因此,茅台想通过“保价令”控制价格还是有难度的。

泡沫破碎,白酒行业洗牌开始

无独有偶,另一家龙头白酒企业也在近日发布内部通知,称极个别品牌运营商和专卖店我行我素、不按规则、不顾大局、不识大体,低价、跨区、跨渠道违规销售五粮液,对公司和整个市场环境产生了极大的消极因素,造成了极大的负面影响,并对 12 家经销商进行了点名批评。

“在白酒行业,稳住终端市场的价格方法有两种:其一是以惩罚威慑经销商,其二是以提价倒逼经销商保价。如今,五粮液和茅台都选择了‘惩罚’之路,说明之前的提价报价政策效果的不显著。”中投顾问食品行业研究员简爱华告诉记者。

专家指出,种种迹象表明,随着竞争的加剧和行业整合步伐的加快,酒类流通业大洗牌时代已经来临。而这一轮市场的整体疲软,有相当一部分经销商的生意难以为继,不得不转行或者退出。或许将成为酒类销售领域转型的一个催化剂。

海通证券食品饮料行业分析师赵勇认为,任何一个行业对价格体系进行管控属应有之义,茅台上述举动说明茅台自身对维护好价格体系的决心和信心,其他白酒公司估计会好过点,这对白酒行业是利好消息。业内人士认为,高端白酒的价格下挫在一定程度上是挤出前几年积累的价格泡沫,而且本届政府可能对反腐工作力度增大,高端白酒在近两年将处于敏感期,因此增长速度将明显放缓。

“限酒令也好,塑化剂也好,这些都会过去,但是再这样一味地打压下去,中国的白酒行业就危险了”。正如白山方大董事长在采访中对记者所说的,白酒行业作为中国食品工业的支柱之一,在国民经济中的地位举足轻重,现在白酒行业出了问题,需要大家理性对待,白酒产业自身也应该回归理性发展,主动解决目前生产经营中面临的问题,积极应对行业的周期性波动。

“海淀工商精神”奠定精神基石

为进一步展示海淀工商形象、引领海淀工商发展,近日,北京市工商局海淀分局以《关于工商文化建设工作的指导意见》为基础,组织开展了“海淀工商精神”表述语征集活动,从 38 条表述语中提炼出“团结、奉献、务实、创新、争先”作为“海淀工商精神”内涵。团结体现了海淀工商人同心协力、和衷共济的团队意识;奉献体现海淀工商人爱岗敬业、恪尽职守的优秀品质;务实体现了海淀工商人注重实际、崇尚实干、讲求实效的优良作风;创新体现了海淀工商人与时俱进、开拓进取的精神特质;争先体现了海淀工商人创先争优、永争第一的光荣传统,是海淀工商人在新形势新任务下,保持清醒、奋发向上、追求卓越、再创辉煌的使命所在。

北京海淀工商专栏