

· 闲话家居 ·

从百安居到阿里巴巴
卫哲离职都绕不开“欺诈”

吴厚斌

如果不是“引咎辞职”太惹人瞩目,恐怕家居行业很少有人能够记起卫哲这个人。这几年里人们知道的卫哲,挂着阿里巴巴CEO的头衔,风头仅次于马云。他作为百安居中国区总裁,已经是2006年以前的陈年旧事了。

忽然想起卫哲,是惊怪于他的两次离职,都没能绕开“欺诈”二字。2006年11月卫哲从百安居中国区总裁任上离职,出任阿里巴巴CEO时,百安居在中国市场正当辉煌。可是他走后,留下的一屁股官司,都是在指称百安居以欺诈手段克扣货款。巧合的是,如今马云受到资本市场的压力而被迫抛弃他,同样是阿里巴巴这个上市公司在他管理下陷入了欺诈的漩涡。5年过去了,卫哲的脾气似乎一点儿也没变。无论是管理百安居还是阿里巴巴,“欺诈”都与他如影随形。

这两次离职还有相似之处在于,卫哲都能与他所领导过的企业迅速划清界限。百安居在卫哲离职后,供货商造反,店面纷纷关闭,官司接踵而至,这些麻烦事儿不仅与他毫无关联,而且还得了个“离了卫哲百安居就玩儿不转”的美名,他无须对百安居的没落负责。这次阿里巴巴落下一个“诈骗”的罪名,卫哲以一封邮件“引咎辞职”,全身而退,照样无须负任何责任。

业绩,永远是卫哲的首要任务。在担任中国区总裁的4年里,百安居店面从5家增加到50家,年均增工率达200%;在掌舵阿里巴巴的4年里,阿里巴巴完成了上市,成功地融到了互联网史上可以称为奇迹的资金。为了增加百安居的业绩,他领导的团队通过晚签合同、延迟结款、增加扣点率、巧立促销费等方式,把销售款集中到百安居的账上,从而获得了一份很好看的财务报表;为了增加阿里巴巴的业绩,在长达两年的时间里,他领导的公司“部分客户有欺诈嫌疑”,甚至“有迹象表明直销团队的一些员工默许甚至参与协助这些骗子公司加入阿里巴巴平台”。这也怪不得卫哲,谁叫他上面还有老板逼着交出一份良好的成绩单呢?

卫哲从百安居一走了之,一些曾经帮他完成业绩的供货商却陷入了绝境。当时位居中国三大橱柜品牌之列的雅迪尔,因为向百安居讨要1200万元欠款而元气大伤,如今只能蜷缩于上海苟延残喘;胡庭和好诗迪,都是能做到亿元的橱柜企业,被迫关门;只有坚强的韩丽宅配,还在不断与百安居打官司讨要着已经拖欠了多年的账款,而这场官司何时了结仍然遥遥无期。卫哲偶尔回首时,是否对这些企业有过一丝歉疚?

脾气虽未改,卫哲还是进步了。他在辞职信中称,“我们不能被业绩所绑架,放弃做正确的事!”“业绩是结果,不是目标!”只不知卫哲在以后的职业生涯中,能否与“欺诈”二字诀别,真正做到不把业绩当“目标”了。

· 博说家居 ·



上周六举办了原创整装十大系统(客户版)发布会,有同行来采访,我还当众表示欢迎,但还是有人全程录了像,没品啊!

东易日盛董事长 陈辉



对于住宅设计师而言,全面、综合、深入的专业能力将成为新的职业门槛。现在我们还有太多的设计师理论、专业知识不全面,满足于把“界面”贴完了了事。室内设计师 戴冕



回想自己,对于高管的任用不也是纠结于价值观不同吗?一个价值观统一的团队的力量是持久绵长的,一个对团队不作为的高管的破坏却是瞬间的。博洛尼家居总裁 蔡明



中国住宅房产逐渐丧失了投资投机属性。正如我前面微博中预计的一样,到去年底住宅房产普涨的时代结束了。

红星美凯龙京沪西南区总经理 王伟

本栏目由《北京商报》与新浪家居微博合办,更多精彩博语请登录jiaju.sina.com.cn/weibo查看。

栏目编辑:王格

截至2月20日,北京已经出台包括限购细则在内的一系列措施落实楼市调控的“新国八条”,使得一向处于高温状态的北京楼市在调控政策下暂时冷却下来。上游房地产业的暂时降温,让下游的家居企业受到直接影响。据记者调查,多数家居企业均不看好房产调控下的家居市场,若想有所突破,必须寻找新的需求亮点,将目标从新房转向二手房或旧房,为消费者的改善性需求服务。

多项房产政策袭向上游房地产业

家居企业急寻需求新亮点

限购令影响家居消费

“这下我想买也买不到房子了,根本连购房资格都没有。”近日,随着国家颁布“新国八条”房产政策以及北京市出台号称“史无前例”的严格限购令,在京工作已有4年的王女士不得不放弃筹划已久的买房计划。

在北京,像王女士这样被迫暂缓或放弃买房的人有很多。除了高额房价,无一例外均受制于北京出台的“限购令”。据悉,北京外地人较多,外地人购房占比较高,而“限购令”里最严厉的一项细则对外地人来说无异于是雪上加霜,即对无法提供北京市有效暂住证和连续5年(含)以上在北京市缴纳社会保险或个人所得税缴纳证明的非本市户籍居民家庭,暂停在北京市向其售房。这意味着面对持续上涨的房子,你买不买得起是一回事,有没有资格买才是关键。

有测算数据显示,在调控新政出台后,将有约157.25万在京外地户籍人口和40.8万有购房意愿的

京籍家庭失去购房资格。加之二套房首付比例提高和加息等叠加效应,北京限购令对商品住宅市场影响较大。房子卖得少了,买房装修的人自然就少了,位于房地产下游的家居业一时之间乌云密布。

家居企业多数迷茫

“上游房产调控,对我们下游家居企业肯定会有影响,首先居民的消费信心就在下降,但具体影响程度是多少目前尚不明朗。”尽管最近频频出差,但朗斯淋浴房总经理向伟昌仍密切关注着楼市的动向,他表示,就北京市场而言今年朗斯的销售业绩和去年相比,估计会有所下滑,目前2月份销售数字还未出来,对未来说没有明确判断。

在家居圈,与向伟昌持同样观点的还有金富轩家具总经理文端军。“新政虽然出来没多久,但全国房子成交量直线下降是事实,装修消费自然会减少。”他透露,虽然公司总部在广州,但广州出台了和北京类似的住房限购令,为此有近10名员工被挡在有资格购房

者之外。“北京的限购令更严格,加上外来打工人员又多,其中又有很多人没有社保,我想楼市形势不好,家居企业要想发展有难度。”

作为京城知名家居品牌代表,元洲装饰董事长李泰岩也不看好当前楼市和家居市场,强调两者交易量会有所下降,不过对元洲来说没有什么大的影响,毕竟近几年来楼市一直处于调控中,家居企业对此早已见怪不怪,应对自如。

天坛家具作为有着50多年经营历史的老牌家具企业,其企划部部长于鹏飞认为,新政将重重打击那些炒房者,一定量的刚性需求不会受到影响。至于天坛,因为其客户多是有北京本地户口的北京人,或者已经买房正准备结婚的年轻夫妇,这类人群既不缺钱又不受政策限制,企业自身不会担心今年的经营情况。更何况,天坛今年还新建了一个产品研发中心,从设计上能吸引更多消费者的关注。

改善性需求成亮点

“用发展的眼光看,如

果想从即将到来的低迷家居市场中脱离出来,尽可能地今年预定的销售目标,也不是没有可行的办法,即调节市场目标。”面对业内普遍不看好当前市场,红星美凯龙京沪区、西南区总经理王伟建议,把目标从新房转向二手房或旧房装修等改善性装修需求上。

从2001年北京、上海房价四五千元到如今的两三万元,房地产业已经快速增长了10年,当初购房者在人员结构上已经发生变化,从两口之家变为三口之家,更有甚者从两代人增长为三代人。按照10年一个装修周期计算,商品房已经开始大规模进入翻修阶段。另一方面,当时的装修风格、家具物件已经满足不了现在的审美需求,也无法实现其功能目标,改善居住条件的需求也越来越大。

“改善性需求将成为2011年家居建材一个新的消费增量。”王伟透露,今年3月份,红星美凯龙将发起一项市场活动,鼓励老百姓通过升级家具改善居家环境和条件。

本报记者 王格

异彩纷呈十里河

商业领域获奖 卖场内部整合 著名品牌入驻

十里河商街开春呈现三大新气象

随着街边的树枝已悄然抽出嫩芽,十里河商街已恢复到农历兔年春节前的热闹。最近,记者来到这条京城著名的商街调查发现,虽然新的一年才刚开头,但富有实干精神的十里河商街的企业,已呈现出令人欣喜的三大新气象。

三家企业获商业大奖

2月21日,北京商业界一年一度备受关注的年度盛典——“北京十大商业品牌”颁奖典礼在京举行,十里河灯饰城、家和家美、润龙陶瓷总部基地3家来自十里河商街的企业代表一一现身,获颁商业品牌大奖。

此次评选,考量的最关键指标是企业创新能

力和对北京创建国际商贸中心的积极贡献,从这方面看,十里河商街的获奖企业可谓各有突出亮点。例如十里河灯饰城获得的是“2010年度北京商业环保创新品牌”,它通过在卖场里设立了京城第一个节能灯回收站,使废弃节能灯进入循环链造福于民。而家和家美则通过进一步完善首创的“大件店”模式,让消费者以最短的时间将家庭装修中最需要的九大类产品“一站购齐”,获得“2010年度北京商业服务创新品牌”称号。这些荣誉的取得,既是对企业的一种认可,更为十里河商街增光添彩。

卖场资源整合迎挑战

面对价格战、品牌战、服务战等种种竞争手段在家居圈轮番上演,整合优

势资源最大程度提高竞争力,迎接一轮挑战,成为兔年十里河商街的企业不谋而合的想法。

作为进驻十里河商街多年的“熟面孔”——居然之家,目前对居然之家十里河店的建材馆进行了内部调整。2010年10月,居然之家在十里河商街的龙头地段开出了家具馆,将过去位于商街中段老门店里的家具品牌,全部转移到这个新门店,而过去的老门店则被居然之家重新定位成“建材馆”,为此对建材馆进行了重新规划和布置。

“建材馆里过去摆放家具的4号馆现在成了橱柜和木门展示区域,剩余的1、2、3号馆仍保留了以前的规划,没有变动。”居然之家经营管理部经理胡浩松介绍,如今调整后的建材馆一层主营洁

具,二层主营瓷砖,三层主营地板。

家具大道迎品牌进驻

在十里河,还有一条建设不到两年的第二商业街——家具大道。开春时节,这个面积有10万平方米的大道上又将迎来3家企业入驻。“百强家具、阔达装饰、克拉斯家居均已确定在十里河家具大道开设旗舰店,每个店面的经营面积都在5000平方米以上。”负责十里河家具大道建设的美联居尚总经理王耀武介绍,在此之前,实创装修已经拿下一栋独立小楼作为家居体验展厅。

随着品牌实力日益壮大,品牌家居企业都希望在卖场之外,有能更好展示品牌形象的地方。家具大道正好能为有此类需求的企业提供好的展示平台。

本报记者 王格