

富士康商业布局连现败象 旗下电商飞虎乐购濒临险境

万得城败退中国,令富士康的商业布局重新受到关注。而证券时报记者获悉,目前,富士康旗下电商飞虎乐购也濒临险境,实体店万马奔腾电器超市则停止扩张。

证券时报记者 罗峰

3月11日,富士康与全球第二大批发零售企业麦德龙合资的家电连锁品牌万得城电器,关闭了在上海的所有7家门店。此时距离2010年11月万得城在上海淮海中路开出的中国第一家门店才两年多。以至于一些上海之外的网友在微博上调侃:这店没听说过就黄了?

万得城中国公司总裁浦绍博说,该决定是两大股东麦德龙集团和富士康共同做出。万得城中国有三个股东,富士康投入5000万美元持有25%股权。富士康母公司鸿海对外表示,富士康仍会继续执行在中国大陆零售渠道的投资策略,集团将继续扩展整合实体店和电子商务的零售渠道商机。

富士康将继续扩展整合”的实体店都是自己旗下的产业,主要是赛博数码广场和万马奔腾电器超市,电子商务则是飞虎乐购。证券时报记者获悉,目前飞虎乐购团队涣散,万马奔腾则停止扩张,两者共同点是对外推出后连年亏损,富士康的止损策略或将出台。

飞虎乐购兵败电商

3月13日,证券时报记者通过流量排名网站alexa查询飞虎乐购网站流量,在中文网站排到第4293名。电商龙头淘宝排名第3,天猫排11位,其他主要电商也多在100名以内,京东商城排17位,亚马逊中国排28位,当当网排71位。

和飞虎乐购有点类似以电子消费品、家电为主销的苏宁易购,也排在了126位。这些主要电商多是商家对顾客(B2C),仅淘宝是顾客对顾客(C2C)。按流量计,淘宝、天猫分列两种电商模式的第一名。

我们创立第一年内部运行是盈利的。现在,有几个人听说过飞虎乐购呢?”飞虎乐购经理级员工王龙说。

飞虎乐购、万马奔腾作为富士康向商业渠道扩张新路,都经历了只向富士康员工开放的内部测试阶段,然后对外扩张市场。2009年富士康成立通路事业群电子商务事业处,负责运营电商业务,2010年8月飞虎乐购正式上线并从通路事业群独立出来。通路事业群掌管赛博数码广场、万得城、万马奔腾等实体店,而飞虎乐购成为富士康旗下一个独立部门,可见富士康对电商业务的重视。

飞虎乐购董事长更由IT界领袖级人物杜家滨出任,他历任微软中国公司首任总裁、思科中国公司总裁。

据知情人称,只向集团内部员工开放的一年间,飞虎乐购营业收入6000余万元并盈利;2010年面向社会开放后却连年亏损。

“飞虎乐购运营已经失效。”知情人士说。3月13日,该购物网站首页显著位置“飞虎特供”提供的一些商品显示出这一点。比如一款1399元的联想手机,点击进入后,可提供的两种颜色,不管是“午夜黑”还是“日光橙”,都不出现“立即购买”按钮,显示的是“到货通知”按钮,意思是缺货。

在“用户咨询”界面,可以看到一位叫“空123456”的客户在3月1日询问“广东什么时候有日光橙?”飞虎乐购客服在3月5日回复说:由于目前货源紧缺到货时间无法确定,您可以点击到货通知,我们到货后会以邮件或短信形式通知您。”

电商人士说,缺货的商品应从首页显著位置撤下来,从这可以看出两个问题:一是供货问题,同种商品在天猫、京东等其他电商处是有货的;二是价格问题,其他电商要便宜100元到50元不等。

证券时报记者了解到,飞虎乐购的战线不断收缩,许多地区的自提点被裁撤。作为重点区域的深圳,原先的6个自提点现已收缩到2个。记者在飞虎乐购龙华仓看到,物流还在正常运转。扩张初期,飞虎乐购在全国多个城市设点,员工最多时900多人,去年



翟超/制图

夏天裁减300人,现在仍在减员。

这家富士康旗下曾被寄予厚望的电子商务网站,每况愈下,内部人士自嘲“半死不活,濒临倒闭”。

低价策略未能实现

按富士康总裁郭台铭的设想,富士康产生了大量的电子产品,作为厂家应该能获得比其他商家更低的批发价。但是,王龙在运营中发现,和公司计划最大的不同首先在于价格策略受挫。

事实上,对于富士康生产的电子产品,飞虎乐购并没有价格优势,甚至还更贵。品牌手机商不会因为是富士康代工而给予更低价格,那样销售体系就乱了。”王龙说。

飞虎乐购没能拿到产品的一线代理,只是二线代理,价格没有优势,经常比淘宝、天猫、京东要贵。同时飞虎乐购配送体系也未能跟上网络购物时代。

后来连内部职工的生意都争取不过来了。”富士康两个员工同日在京东和飞虎乐购下单,京东的更早送到,价格还更低。

应届毕业生进富士康普干班的,可以调到其他事业群。我这种社会招聘来的,好的选择是跳槽到其他公司。”作为飞虎乐购裁员后所剩不多的骨干之一,王龙说,不少人在2011年12月杜家滨离职后便考虑个人去向。对于目前的月营业额,飞虎乐购人士不愿向证券时报记者透露,仅称“有点低”。

内部理念不和频发争斗

这些受挫的关键最终又归结到人才。刘工参与了飞虎乐购的运营,直到半年前离职加入另一家电商任高级商务经理。

价格落败也是采买团队的无

能。”刘工吐槽说,采买作为关键岗位,飞虎乐购没能招聘到能力强的人。飞虎乐购各条线的人才和管理能力,与国内目前主流电商有鲜明落差——薪水也有相当的落差。

内部矛盾多,理不顺。”刘工说,飞虎乐购内部两派人马泾渭分明,富士康系统内调的、社会招聘的,风格和思维有着明显差异。飞虎乐购现任负责人是刘工的上司田志尧,当时田志尧与上司杜家滨理念不同,杜家滨又与其上司郭台铭理念不同。

郭台铭的设想是飞虎乐购只卖3C产品(计算机、通讯、消费电子),杜家滨则想做综合性网购平台,把产品线增加到家电、日用品等领域。最后不管是3C还是其他商品,都没能在竞争中获得优势,杜家滨黯然去职。

田志尧原在富士康负责郑州物流项目,由于和杜家滨理念不同,2011年7月获得郭台铭的同意,带团队独立出来办B2C网站,重点服务富士康员工。这引发公司内部疑虑:在已有B2C网站飞虎乐购的情况下,新办一个定位相似的电商,而且也是想做富士康员工的网购业务,过于重叠了。

几个月后,杜家滨辞任董事长,新B2C网站也没上线,田志尧回到飞虎乐购任副总,刘工随之回归。之后,郭台铭调另一事业群负责人接手杜家滨未果,田志尧成为负责人。刘工也因为与田志尧理念不同而辞职。

飞虎乐购的失败,在内部员工看来,是不按互联网的规则办事的结果。管理上,办互联网企业但按工厂方式管理,同时沿用富士康的风格,中高层是清一色的台湾人,大多数调自富士康各事业群,部分来自外企。

郭台铭喜欢用台湾人高管,不管是杜家滨还是田志尧,而高管也都喜欢用自己人。其中,关键又在于富士康是制造企业,内部缺乏商业人才、互联网人才。

缺乏专业人才是另一大后果是管理混乱。飞虎乐购平时促销不多,富士康公司嘉年华时搞大促销效果不错,但往外拿货不登记,卖剩多少则拿回去,于是曾发生数十万货物不翼而飞的事情。这样的管理问题让刘工等在其他公司有成熟工作经验的人,感到难以理解。

回归内部网抑或关闭

就飞虎乐购、万马奔腾的消息,富士康新闻发言人刘坤表示对零售业务的外界传闻不发表评论。

内部人士表示,飞虎乐购的出路是三条,一是出售,二是关闭,三是回归到测试初期的富士康集团内部购物网站。该人士表示,虽然外界关于出售的小道传闻不准确,但飞虎乐购最终会在后两条路中选一条。

据悉,电商的兼并价格很大程度视市场份额、商业模式、资产而定。飞虎乐购严重依赖富士康,仓储、车队、技术支持等资源都是富士康的,属于飞虎乐购的主要资产是库存商品。

回归内部销售,能减少开支,能否再度实现盈利难说,但有止血效果。目前网站半死不活,继续投钱已无意义。”上述内部人士说。

当初内部测试盈利,吸引富士康员工购买的一大原因,是“员工内部价”,凭工牌工号购买有折扣。对外正式上线后,这个优惠价取消了。时过境迁,经历这两年电商激烈竞争,网购价格拼得厉害,没能拿到一线代理价的飞虎乐购,能否赢回内部市场仍是未知数。

别看在alexa上流量排到4000名外,富士康内部还是很多员工上这个网的,只是没有独立IP地址难体现在流量数据上。”飞虎乐购人士说,还有机会回到原点再出发。

(应采访对象要求,富士康员工部分为化名)

万马奔腾:下一个万得城?

证券时报记者 罗峰

万得城关闭的消息传出后,近期又传出富士康旗下另一实体店项目万马奔腾电器超市可能关闭的传闻。有媒体报道,山东收到的消息是总部已经关闭万马奔腾店,店主可以自行处理店面”。

证券时报记者联系上山东省的万马奔腾电器超市一些店主。山东昌乐县万马奔腾店主张海说大多数店生意一般,但还没听说山东省内大面积关店的事情。张海坦言,他的店情况好些,主要是经营两年多,积累了一批本地客户。

不过张海计划在周边县市发展连锁加盟的设想早就落空了,县城竞争也很激烈,而从总部获得的支援不够。他的店是富士康第一批万马奔腾“归乡店”,这批约30家。当时,富士康挑选了一批工龄超过5年的资深员工,提供30万元的贷款,员工自筹9万元回乡开办万马奔腾家电连锁店。

事实上,富士康并不直接提供现金,这些贷款基本是折合成货款,货品、物流也由富士康通路事业群旗下的万马奔腾商贸有限公司提供。这是富士康铺开零售渠道、建立商业物流的一次尝试。

富士康原计划2011年投资3亿元,支持员工返乡开设1000家店。郭台铭还一度展望到2014年店数要突破万家。万马奔腾计划开展后便遭遇各种不适,其总部把加盟店的标准降低,首单提货金额超过5万元便可展开洽谈,但未能找到准确的市场定位以及低估了三线以下城市、县城和农村的竞争激烈程度,该计划逐步放缓。万马奔腾的新浪官方微博2012年5月停止了更

新,官网亦于当月开通便未再更新,同时停止的,还有其扩张计划。

深圳龙华富士康有三个万马奔腾店面,其中南门的龙华店为第一家开业的样本店。

近日记者采访时注意到,富士康西二门店以及南大门的龙华店,从下午5点到晚上8点,店里几无顾客光临。设在南门赛博数码广场内的万马奔腾店,受卖场购物氛围影响略好些,但也很少有顾客。从店面商品看,以手机、相机为主,也摆过电饭煲等一些家电产品,但撤消了,仅剩空货架。从价格看,店门口摆放的大促销手机广告,因缺乏价格优势,难吸引顾客。

据店员及富士康员工说,2010年开张时,向集团员工实行内部优惠价,与普通价格相差数十元,那时生意好些。现在也没取消内部价,但实际上和市场价差不多,品种选择较少,加上购物氛围未营造好,现在富士康员工消费不多。多位富士康员工说,找逛街的感觉、买山寨机会去华强北,买品牌手机会去专卖店,价格相比万马奔腾还能便宜一些。

更大的冲击来自电商。一位员工说:价格便宜还是贵,拿着手机型号上淘宝一查就心里有底了。”实体店的价格无法和电商抗衡。

富士康厂区周边缺乏商业配套,当地万马奔腾主要消费者是厂区员工,如果不能获得员工青睐,将变萧条。分析人士称,深圳万马奔腾店建在富士康房产上,虽运营不顺,尚可维持。其他地方的万马奔腾店运营成本较大,店面存续难度较大。

飞虎乐购、万马奔腾计划的停滞,意味着富士康整个商业布局新思路将放弃或修正,仅剩十年余前收购的赛博还能正常运作。

深圳大学当代金融研究所所长国世平: 富士康可尝试技术品牌路线

证券时报记者 罗峰

深圳大学当代金融研究所所长国世平是较早建议富士康把部分制造业转移到深圳以外地区的学者。当时郭台铭表示富士康“不会离开深圳”,但后来他把生产线迁到四川等地。

“这是必然的。作为代工企业,富士康的价格线相对稳定,成本线却不断上升,成本线和价格线之间的利润空间越来越薄。不能提高代工价,就得降低成本线。把工厂迁到人力成本、制造成本更低的地区。”国世平说。

这是制造业本身的改变,更大的改变则需要改变利润结构。产业的微笑曲线上,两端的研发与品牌销售都能获取高附加值,而中间的制造环节利润最低。国世平认为,如果下游走商业渠道路线受阻,富士康只能尝试向上游研发设计延伸。

国世平说,以前富士康、华为

都差不多,都是以代工起家。以前华为做交换机,体积小,根本和富士康不在一个级别;但华为不断升级,自主研发,走上了做自有品牌的道路,现在成为了参与全球竞争的中国企业巨头。虽然富士康以100多万人的企业规模成为全球最大的代工企业,但它没有自己的品牌。

代工行业的特征是到一定阶段后利润越做越薄。富士康是全球最大电子代工企业,但议价能力不明显,随着成本上升,净利润率已经从十年前6%萎缩到2%。

“郭台铭用代工的思维走商业路线,开店、做电商失败是正常的。”国世平说,郭台铭多年制造业生涯,对利润率很敏感,一个项目进展不顺利就容易触发止损策略,无法熬过商业项目和电商的市场培育期。代工的无法套用,在电商上,电商竞争极其激烈,而且做电商成功者往往是资本运作高手。富士康基础强大,技术研发或有作为。



飞虎乐购货仓大幅缩减,但深圳龙华仓作为重点货仓仍在运转。 罗峰/摄