

CEO 直播带货,他们都是“全面性”人才?

最近互联网最热的话题之一就是罗永浩直播带货了,作为早已成名的网络红人,罗永浩在抖音 App 上演了个人生涯的第一场直播秀。一向热爱情怀的罗大师,自然不会为了钱才去直播的,但当他在将近五千万粉丝面前,连续展示中性笔、奶茶、小龙虾、手机之类的产品时,钱还是跟雪花一样地飘进了直播间,最终销售额达到1.7亿元,刷新了由李佳琦保持的单品直播记录。再度把网红这个行业推向舆论风口:“网红是低层次职位,CEO们随时可以取而代之?”事实上,在罗永浩之前,早就有很多CEO和明星们纷纷走入直播间,销售自家的产品,他们或沉稳干练、霸气十足,又或者在新鲜的环境里,显得有点局促、声音微微颤抖,但总的来说,自始至终都带着耀眼的光环。

老罗打破了李佳琦的单品销售纪录,算是给CEO争回一点面子,但此前马云和李佳琦现场对决,则是彻底输了,销售成绩仅仅是李佳琦的十分之一。CEO vs 网红,这场较量的核心看点其实根本不是销售业绩以及观看人数的比拼,而是两种职业文化的较量:“如果CEO们能走入直播间,能用更深刻的思想来影响年轻人,意义远比带货要大。”

自降身价,CEO们为什么会走入直播间?

虽然直播带货总给人很赚钱的感觉,但也仅仅是少数几个顶尖人物而已,在李佳琦、薇娅之外,更多的网络红人也仅仅是“温饱”水平。加之,从业人数众多、竞争激烈,粉丝们又非常健忘,网红们需要持续保持流量,单日要保证足够的直播时间,凌晨2点下班是常有的事儿,即便是大咖李佳琦等人,也不能轻易休假,甚至要经常“带病直播”,他们深知直播行业的残酷,可能仅仅是一周没有露面,粉丝就移情别恋,况且,社会舆论也并不看好网红直播,把他们视作“被榨干思想”的小儿科。

相比之下,CEO们则是人生赢家、财务自由的代名词,还有一股子审美感和高贵味

儿。享受着充裕的物质供应和精神供应,理应不会跑来做“网红带货”之类的前线销售工作,但现代CEO之所以伟大,正在于他们会积极面对困难,把自己变成“百变星君”,随时随地学习,以保证自己的“全面性”技能。现在,疫情在全球范围内肆虐,线下销售非常艰难,CEO们面对如此窘境,自然也要放下身段走上前线。如高端护肤品品牌林清轩CEO孙来春坦言:“销售压力很大,如果不改变现状,公司只能维持62天。”好在,孙来春走进直播间,仅用一天时间就创造了4个线下门店一个月的总销量;还有,餐饮行业在本次疫情期间,算是遭遇到100%的重创,这使得麻辣空间清油火锅CEO肖守建决定亲自直播油菜花田吃火锅,半小时内就吸引了5万人观看,然后,他们纷纷订购外卖,商家第一天送火锅和底料去顾客家里,然后,第二天再去收回,如此操作基本能撑过寒冬季节;此外,酒店行业也是非常地惨,出差、旅游、聚会等活动纷纷取消,谁也不愿去酒店过夜,更不会和陌生的女生接触。于是,一些酒店CEO们纷纷开始直播模式,旨在让消费者再次体验到:“好酒店能带来奢华、尊崇,希望在疫情结束之后,迎来报复性“开房”。”

移动互联网放大了每一个普通人的能力,如自媒体、直播带货、说车、读书栏目等等,都是新兴的工作机会,流量长期地累积起来,让很多人收入不菲,甚至实现财务自由。在正常时间,CEO们自然不需要这些流量,但在困难时期,金字塔顶端也会考虑来移动互联网上镀镀金,如今CEO们纷纷走入直播间,会在短时间内形成鲜明的“人设”,而且相比于纯粹的网红带货,CEO们有更多的定价权。可以随心所欲地向粉丝们发福利,这些人的奋斗史、精英策略以及所掌握的资源,都会吸引到汹涌的流量,久而久之,就会借助于企业平台培育起CEO们个人的品牌形象,价值连城。

百变星君,CEO们都是“全面平均性”



人才?

现在,国内最具有审美性的CEO(或者叫企业家、老板什么的)非马云莫属,他创建了阿里巴巴,并从中创造了巨额的财富,同时,满怀情怀地讲:创建阿里巴巴,目的是帮助中小企业、中小店主们发展,培养出更多的京东商城,重构中国的消费体系。同时,马云给人的感觉就是“全才”,他在很多领域都发表过精彩、犀利的见解,包括商业、管理、技术、教育、电影、婚恋、音乐、足球等等,而且都是一针见血地正中要害,这使得其积累起大量的粉丝,开直播绝对火爆。

在马云之外的各路CEO们,也大都具有“平均性”人才的特质,尤其是这段时间,CEO直播带货的成绩,更在很大程度上说明:企业更需要平均性、全面性人才来充当领导者,如此特质,不仅能帮助其处理日常的企业运作,还能在关键时刻挽救企业:

企业本身就是社会中最具复杂性的机构,尤其是对于巨头企业来说,对社会的影

响非常重要,比如去年曾经被热议的996文化,这其实跟CEO的发展策略有很大关系,他们必须是强大的心理学家,深刻地洞察人性,才能把如此文化推行下去。同时,他们又必须是教育学家、职业规划师,才能把员工培训得好,而等到员工出现吃喝拉撒的问题时,CEO又必须变身“生活家”。最起码,他们需要懂得“后勤部门”的运转规律。企业要获得长足发展,需要搞定客户以及管理者,CEO们需要掌握英文、欧美文化,以最大限度地抢来订单。而在设立厂房、招募人力时,CEO又必须能同地方管理者、政策制定者们搞好关系,同这些比起来,网络带货直播中的“现学现卖”,只是一件小事情。但长期来看,对树立年轻人新的价值偶像方面,却有着非常大的推动作用,笔者希望更多的CEO走进直播间,让年轻人看到更深刻的、更有价值、更健康的直播。

(科技新发现 康斯坦丁/文)

华尔街“看空”iPhone 销量,苹果开始“甩卖”iPhone11?



众所周知,这场新冠病毒对全球的经济影响都是巨大的,各行各业都受到了不同程度的影响,尤其是电子消费品市场的影响更大。近日,据外媒报道,新冠病毒在全球爆发,经济可能会出现史无前例的大衰退,华尔街分析师认为苹果股价将会进一步下跌。如今苹果公司的市值已经跌破万亿美元,跌去了大约5000亿美元,对于苹果的影响自然是不言而喻的。

下调股价,经济影响下,苹果不会独善其身

来自摩根士丹利的分析师在自己的报告中表示,将苹果公司的目标价从328美元降到298美元。这也是摩根士丹利分析师今年第三次下调苹果销售、利润预期。当然,分析师也表示,一旦新冠病毒

引发的衰退结束,苹果将会反弹。“苹果客户保持率处在行业领先地位,资产负债表稳固,即使衰退延长,相比竞争对手,苹果也可以在投资方面保持稳定,所以苹果最有机会恢复到之前的长期营收和利润增长轨道。”

这是苹果的优势所在,毕竟市场影响力和口碑还在。不过,由于苹果公司一直没有推出5G版的iPhone,用户拥有手机的时间将延长,升级时间推迟,iPhone的更换周期将会超过4年。而产能的影响,也会让苹果公司的新品得不到及时的供应,这样会影响本身的消费和市场份额的增长。

华尔街还有分析师表示,“新冠病毒的影响正在从供应链向需求端扩散,由于iPhone、iPad销量将

会下降,我们调低中期预期。”硬件销售将会受到冲击,不过分析师认为,服务业可能会成为亮点。苹果公司的Apple Music、Apple TV+、iCloud、App Store或将迎来机会。尤其是新品5G版的iPhone是不是可以如期推出将变得很关键,由于供应链受到病毒影响,苹果公司如果在秋天推出新品,产能可能跟不上。所以苹果5G iPhone可能会推迟到假日季节上市,甚至有可能推到2021年。如果按最糟糕的情况预测,供应商可能到了6月份还无法全力生产,5G iPhone有可能要等到2020年年底才能上市。

iPhone11降价“求生”,苹果开始抢夺市场?

一度时间苹果公司在其官方旗舰店限制用户一次性购买多部

iPhone产品,原因是产能得不到及时的供应,一些零售商也开始囤货,应对未来可能无法满足的供应链需求。不过,我们看到很多竞争对手都发布了自己的最新5G产品,包括华为、三星、荣耀、小米、OPPO等等手机厂商都是动作频频,唯有苹果公司一直“按兵不动”,其实并不是苹果不想动,而是产能受到新冠病毒的影响深远,短时间内苹果还不能做到游刃有余。不过,即使现有的库存,或许是受到竞争对手新品的不断涌现,我们看到一些平台开始对iPhone11进行降价“促销”了。在国内市场,苏宁手机官微发文称,启动iPhone 11系列手机全线降价活动,活动中的机型最高降价力度达到1600元。据官方发布的信息来看,iPhone 11系列的几款机型都有不同的降价幅度。iPhone 11 Pro Max各个版本都有1600元的降价,仅7999元就能入手;iPhone 11 Pro几款机型均降价1200元,64GB版本到手价7499元;iPhone 11三款手机也都降价500元,64GB到手价4999元。

不过这个价格还是不菲,尤其是Pro版本的价格不便宜,要知道现在竞争对手的新品都没有这个价格,至于64GB的iPhone11还需要5000元,这个价格已经开始买到今年春季竞争对手发布的5G旗舰版手机了。

“廉价版”的iPhone9消息满天飞,谁在期待?

众所周知,按照苹果春季的“常规”,今年3、4月份会推出一款廉价版的iPhone产品,此前市场不

断曝光的是iPhone9(又名iPhone SE2),但是消息满天飞,此前预计的发布会也被取消,而且iPhone9变得遥遥无期,很多消息显示是产能跟不上,苹果今年春季是很难发布iPhone9了。

不过还有各种坊间消息称,iPhone9很快就要来了。各种小道消息显示,新款iPhone SE已经开始进入相应的报关手续,完成这些操作后,部分将运输到海外市场,而部分将被运往上海,以便于在国内上架开卖。据悉这次苹果公司不会有发布会,直接上架官方商城,其在中国的售价预计是2999元起步。当然这些都还是传闻。

坊间的消息是,4G版的iPhone9是2999元起(64GB),其中128GB和256GB的售价可能是3499元和3999元。此前,郭明錤预测,新款iPhone SE将成为苹果2020年重要的成长驱动,郭明錤预测,目前使用iPhone 6系列的用户仍约有1亿人,因iOS 13不支持iPhone 6系列,故既有iPhone 6系列用户有换机需求,而iPhone9无疑是一个比较便宜的选择。

不过,也有分析师表示,疫情严重影响了全球经济,由于人力、运输、供应链等成本都已经上升,iPhone的售价势必会水涨船高,这将让越来越多的用户换不起iPhone新机,即便苹果将成本转嫁给上游,但以他们现在的价格体系,能接受的用户可能也要比以前缩减很多。这或许也是华尔街“看空”iPhone销量的原因所在。

小刀马