

霸王连年亏损 押宝新渠道前途未卜

本报记者 黄荣 北京报道

昔日日化行业的“霸王”霸王集团已经落寞。尽管年初随着成“duang”的效应霸王重新回到公众视野，但随着产销量下滑、市场占有率急速下滑，霸王已经连续5年连续五年亏损。

在巨大的亏损面前，霸王集团不得不找寻新的出路，近年来业绩喜人的直销行业似乎让霸王看到了希望。但频繁的人事变动，也为霸王集团的直销体系蒙上了阴影。

霸王集团发布的半年报是其当下困境最好的写照，今年上半年净利润亏损5162.6万元。公开数据显示，2010年净利润亏损1.18亿元，2012年霸王集团亏损额度高达6.18亿元，到2014年五年的时间里累计亏损15.48亿元。

霸王也意识到问题所在，在发布半年报时称亏损主要是由于生产和销售家庭个人护理产品持续经营业务销售收入下降，为改善业绩表现将推出新产品和发展新销售渠道。

霸王的亏损之路始于2010年7月。彼时有香港媒体《壹周刊》报道称霸王洗发水检测出含有“可能致癌”的二恶烷，后经监管部门再次检测，显示其二恶烷含量水平不会造成健康危害。但也正是从这一年开始，霸王集团连续亏损。

霸王集团公关总监汪亮也不回

新产品策略不佳

“凉茶业务被认为是霸王的最大败笔，副业分散了霸王对主营业务的资金和资源投入。”

亏损成为霸王集团挥之不去的阴影，作为国内本土洗发水领军企业的霸王一度是国内草本防脱领域产品营销能力最强的日化公司，霸王2009年的盈利曾高达3.64亿元。

推出多元化产品是其一大败笔。在2009年霸王集团登陆港交所募得资金16.66亿港元后，有了钱的霸王不满足于洗发水业务，2010年4月霸王集团推出凉茶业务，尽管刚开始势头不错，2011年霸王凉茶销售收入录得1.67亿元，但到2013

年则销售直线下降亏损严重。2013年7月，霸王的凉茶业务被叫停。

“凉茶业务被认为是霸王的最大败笔，霸王上市这几年间亏损严重跟他自己的经营有很大关系，凉茶等副业分散了霸王对主营业务的资金和资源投入。”于斐认为，从洗发水跨界做饮料这个跨度太大了，市场不接受，决策层的失误加速了霸王的没落。

尽管为了扭亏霸王推出系列新品，但消费者似乎并不买账。尤其是在霸王产品以及营销没有得到更新

并且产品缺乏创新的情况下，随着外国品牌的进入和其他本土品牌的崛起，霸王丢掉了中药防脱洗发水行业老大的位置。

目前，霸王在商超渠道的商品堆头、导购团队以及广告已经不多见了。当旗下商品火的时候，霸王自然能毫无顾忌地发展，但销量下滑也就不会大张旗鼓在商超渠道大肆扩张。

实际上，霸王在防脱发领域当

道来改善业绩、实现扭亏为盈。但中投顾问化工行业研究员李加楠在接受《中国经营报》记者采访时表示，霸王此举不免有病急乱投医之嫌，企业应在产品形象上多下功夫，而不是盲目地追求渠道的改变。

军直销行业也是希望能够提升业绩。”日化专家于斐对记者称。

早在2014年3月，霸王集团就被曝出将发展直销渠道。霸王集团相关负责人此前向媒体透露，霸王集团已正式向商务部申请直销牌照，并已交齐2000万元保证金。据悉，此前为了推进直销，霸王集团还推出“加盟直销赠送股票”。如果客户一次性消费20000元成为至尊卡会员后，即可获赠市值为4000元的霸王集团的股票。

记者在霸王集团直销网站上看到，家用电器及保健品等非日化产品已经开始逐步替代霸王洗发液、沐浴露等主流产品成为直销的重要部分，因为这些品类远比日化产品利润更丰厚。

但据媒体报道，霸王集团的直销团队一直处于变动之中。此前曾担任直销企业美罗国际常务副总

时也是背水一战，成功仅是偶然。当积累了一定的资金和团队后涉足其他产品如霸王凉茶、追风，远远比做洗发水更有优势，但却遭遇溃败。

“这让人不得不质疑霸王仅是赶上防脱发这个品类爆发，只是市场推着往前走，而并非是自身企业把市场做得很大，当遇到事故后霸王销售在急剧下滑，侧面也说明其管理团队和营销水平并非霸王崛起



如今，霸王在商超渠道的商品堆头、导购团队以及广告已经不多见了。

本报资料室 / 图

裁的田晓春和先后担任过安利(中国)副总裁、天狮执行总裁、康宝莱中国区总裁的钱港基均与霸王集团有过直销层面的接触，但最终都离开，随后曾经组建过昆明彩南玛咖的杨剑负责直销业务，目前该项目负责人又变成曾担任隆力奇直销部中国区总经理的谢桂冬。

频繁的人事变动，也为霸王集团的直销体系蒙上了阴影。直至今日，霸王的直销业务仍未对外正式公布，汪亮也对记者称直销目前正在筹备中，未来具体会怎么做并不清楚。只是，尽管霸王集团已向商务部递交了直销牌照申请，但能否获得牌照就不得而知了。

尽管市场上有许多微商的负面报道，但随着微商的发展，行业逐渐规范，并朝着线上线下融通的方向发展。谷俊认为，“微商对霸王而言或是一个好的平台，霸王自然也不会放弃。”

公开资料显示，负责上述微商城运营的公司为广州亲友团科技旗下的控股子公司，成立于

左右开弓引质疑

霸王直销领域还没取得成绩，又要进军微商领域，左右开弓。在李加楠看来，霸王未来的前景并不明朗。

如今处于困境中的霸王正迫切寻求改变，在“赌”上了股票、“押”宝直销后的霸王近期又瞄上了微商，如今来看也是想找一条出路吧。

汪亮对记者称，霸王无论是现在做微商还是筹备直销，都是对新的渠道形势下的一种尝试，这种尝试既来自于市场环境的变化，也来自于自身转型变革的需要。

这与霸王在传统渠道受到冲击不无关系。在传统渠道霸王的发展需要靠广告和渠道维护，成本比较高，如今在家乐福、沃尔玛霸王货品上架数量少，未被摆放到“黄金位置”，就连推销员也少见。

尽管市场上有许多微商的负面报道，但随着微商的发展，行业逐渐规范，并朝着线上线下融通的方向发展。谷俊认为，“微商对霸王而言或是一个好的平台，霸王自然也不会放弃。”

公开资料显示，负责上述微商城运营的公司为广州亲友团科技旗下的控股子公司，成立于

2015年6月30日。汪亮表示微商会先用一套新产品尝试，如果运行得好未来会考虑自建平台。但谷俊表示，这个平台最终能不能做好，还得看其能否达到影响力，未来究竟如何尚未可知。

霸王在直销领域还没取得成绩，又要进军微商领域，左右开弓。在李加楠看来，霸王未来的前景并不明朗。“霸王应该把重心放在提高产品质量和改善产品形象上，霸王集团的日化主业还需要聚焦和优化，而不是靠寻求新的销售渠道来改善业绩表现。”

不过，汪亮并不认同这种说法，“聚焦和优化是在产品品类上，而开拓新渠道是结合近年来的渠道变革和市场变化，两者不矛盾。”

“代言小霸王，小霸王倒闭了；代言爱多VCD，爱多老总坐牢了；代言汾酒可乐，汾酒可乐没了。”这是网友对著名影星成龙的代言经历的调侃，有人笑称这是一种“成龙魔咒”，曾经打破过这个魔咒的霸王，在今天还能再一次打破这个魔咒吗？

共同关注食品安全 助力实现创业梦想

2015 麦德龙杯创业明星赛 30 强诞生(下)

文 / 燕芳

2015 年是国家食品安全年，全新修订的《食品安全法》即将于10月1日施行，食品全程追溯已成为大势所趋。在食品流转中，配送环节是保证食品安全的关键一环，而冷链则是生鲜食品从源头运往门店过程中的一条“生命线”。对于中小型餐厅经营者来说，选择优质的原料供应商、确保食品安全卫生则是其成功经营的基石。

作为全球现代商对商批发业领导者，麦德龙为餐厅经营者提供一站式高效专业采购解决方案和优质创新的增值服务，包括标准化商品品类、全国范围内稳定的商品供应和透明便捷的下单结算模式，坚持生鲜产品冷链运送，确保食品全程新鲜。

为避免食物交叉污染，麦德龙采用分色管理的方式，为不同种类的商品搭配相对应的色系，比如绿色代表蔬果类，蓝色代表水产品，

而所有与肉类相关的，从刀具、容器到员工的工作围裙都是红色的。这是麦德龙为保证食品安全所遵循的 HACCP(危害分析和关键控制点)标准体系中的一部分，该标准于1959年由一家食品公司与美国国家航空和宇航局(NASA)共同开发的，初衷是为宇航员提供百分之百安全的食品。遵循这一标准体系，意味着商场的食品卫生标准达到了国际水平。

麦德龙将 HACCP 标准应用

于收货、储存及加工过程中的人员和操作等方面保证食品品质。在收货和储存过程中，针对肉类、果蔬、鱼类等不同商品，麦德龙分别设立独立收货区域以及储存仓库，确保每一种食品的安全卫生。在加工处理前，依照 HACCP 标准，所有工作人员规范洗手消毒、佩戴专业口罩以及发罩。这一系列严谨的操作流程，层层把关，让 HACCP 真正贯彻始终。

由于食品安全问题一直是餐

饮业备受瞩目的焦点，作为高度关注食品安全的领军企业，麦德龙借“2015 麦德龙杯创业明星”大赛重点聚焦餐饮行业，旨在招募和扶持中小型企业创业者，帮助其实现创业梦想。同时，麦德龙也和所有参赛者携手，共同关注食品安全问题，力图打造一个相互激励、交流、互动的沟通平台，赢得消费者的信任。这既是麦德龙的初心，也是所有参赛者创业的初心。据麦德龙透露，“2015 麦德龙杯创业明星”大赛

启动后，迅速收到了来自全国范围内大量的创业计划和参赛申请。经过海选后，初赛 30 强已经诞生，目前，30 强的全部参赛创业计划均在麦德龙中国官网公示。投票也正在如火如荼地进行中。

本刊分两期与大家分享这 30 个精彩的创业故事片段，感兴趣的读者可以登录麦德龙官方网站(www.metro.cn)了解更多创业故事，为你心中的餐饮“创业明星”投上一票。

小麦哥有大美味

从切配洗碗工到管理层，杭州的陈东领已在餐饮行业浸淫数十年。为了实现自小的创业梦，他毅然辞职开办了“小麦哥”小吃连锁餐厅。小麦哥的大美味在于，其面皮严循传统手工制作工艺，而馅料却极尽创新，脑洞大开，再辅以秘制调料，形成独特口味。目前小麦哥在杭州已有4家分店。

手工艺品与面食之美

喝着新鲜豚骨熬制的高汤，吃着资深师傅手工擀制的面，欣赏着陶艺、木茶具、雕塑和布艺等手工艺品，看中了艺术品还能当场淘回家，面条与工艺品在同一个空间里创造出多种可能。美食与艺术的创意结合，始终保持前行的姿势，这便是李斌的小亚细亚餐厅。

用实验室标准定义咖喱美味

来自异域的调味料咖喱在一千个人手里就有一千种味道。毕业于浙大生物化学系的李玮发挥所学专业所长，通过实验测试，研究不同配比产生的味道变化，精确找到咖喱的美味值，其咖喱饭小店已在杭州同类餐厅中口味排名领先。

纪念爸爸的味道

童年的美味始终是每个人记忆里怀念的味道。曾先后学习了西点烘焙和中式面点制作方法的梁海棠，计划在上海开一家中西合璧、富有新意又不失传统味道的卷饼小吃店，秉承其父对美食的热爱之情，用食物来传递幸福，让所有食客的生活都能更加幸福。

新川系引领 复古风”

沿用了川菜的古法制作工艺，采用巴蜀烹饪中常见的器皿——黑砂锅烹调，配合现代化技术，李小华的创业川菜店更大化保留传统巴蜀口味，又开创性地研制出川菜新品，用古老和现代的碰撞让正宗的川北小吃登堂入室，让现代人也能感受到古老的巴蜀饮食文化。

小面时代

重庆小面热因益非而起，刘燕霄也因此将创业项目锁定于重庆面馆。为此，她在重庆居住了一个月，将那里有名的面店几乎吃了个遍并详尽记录，汇总后分析到底哪一种口味更容易被南京各年龄段顾客所接受。遵循“小门店、小目标、大市场”的面馆开业不久就已迎来明星光顾。

致每一位拼搏中的创业者

2015 麦德龙杯 创业明星大赛

数十小时慢熬好汤

看到市面上太多麻辣火锅使用廉价的香精，陆志在成都开出麻辣烫店时就决定不惜成本精选昂贵的传统香料。所有锅底严格按传统制作工艺用数十小时熬制；肉料处理也只选用纯正的四川香料，经一整夜腌制而成。店内还设置反馈箱，根据顾客意见调整口味并改善服务。

私人订制健康养生餐

来自苏州的马静平日里就爱研读《本草纲目》等养生书籍，她的养生粥、羹和茶都采用天然



养生材料和花草，依据食材性味而配置。店内更有专业营养师坐镇，开发私人订制专属养生菜单，令食客既能体会到舌尖上的享受，又能吃出健康。

足球迷烧烤盛宴

作为铁杆足球迷，苗博以其钟爱的毅腾队为主题，在哈尔滨开出了一家足球队主题烧烤吧。店中所有布置、陈设都与足球有关，菜品也以足球术语为名，这里除了提供独创美味烧烤，还播放比赛影像、组织球迷活动，传播哈尔滨特色足球文化，成为球迷欢聚优选。

餐饮世家传承

张天翔出身于餐饮世家，从爷爷奶奶那辈起就是开饭店酒店的，而他也如父母一样选择继承家业，继续投身于餐饮行业。家中长辈无疑可以为他提供很多支持和便利，但他的目标却不仅仅是传承，更想打造自己的专属品牌，让家族事业更上一层楼。

为书生做 稚嫩美食”

在五星级大酒店有着多年管理从业经历的谭思达在受邀回母校演讲时，萌发了为学弟学妹做实事、改善生活的念头。于是，“东门咖啡吧”诞生了。这里不仅为学生提供价廉物美的粤菜和甜点，解决吃饭难的问题，还提供音响、投影等设备，令学生们可以尽情在此聚餐聚会。

美食主持人的朴素之选

肖桐是郑州一美食节目的主持人，有时还会客串美食节目评审，对美食有着执着又独到的理解。他的年代主题面馆主打河南手擀面和豫菜，面粉由纯天然无公害小麦制成，烹制坚持少油少盐原则，汤底中添加秘制香料，无论是装修布置还是菜肴都让人回想那朴素实在的年代。

包子铺有料又时尚

为了爱，也为了家庭，曾是蓝领的徐全龙在阜阳创业开起包子铺。不仅其装修风格时尚吸睛，包子馅料也别具一番时尚味道。经历了无数次失败后，他终于研究出了许多种营养搭配且味道独特的馅料。用安全放心的馅料做好吃的包子，用更周到的服务回馈客户。

原盅炖汤，原始好味

使用新鲜食材和优质药材，然后隔水密封地盅炖制，这样的原盅炖汤便是杨郎在上海创业餐厅的特色。有数年快餐行业工作经验的他，坚决摒弃快餐类食品中常见的油炸、高盐、高糖等特点，用原汁原味、货真价实的食物，为工作紧张的现代人提供健康美味。

分享家的味道

由于父辈是开馄饨店的，这种实惠的小吃便是杨小年记忆里的味道。如今，他也秉承着以人本、薄利多销的思想创业开店，提供小馄饨、锅贴、红烧卤蛋等地方小吃，与大家共同分享这种家的味道，做本分生意。他还希望能把自家店铺打造成“老字号”。 GG