

国美，错过了一个时代

黄光裕的归来，并未给国美带来惊喜。反而在经历了轮番的调整之后，国美似乎又陷入到了一场更大的危机之中。无论是有关裁员的风波，还是有关破产清算的传闻，几乎都是这样一种状态的直接体现。不管事实究竟如何，有一点可以确认的是，在肉眼可见的时间周期里，国美几乎无法为我们再度重演以往的荣耀。

对于国美的跌落尘埃，相信不同的人，总是会给出不同的答案。然而，如果一定要为国美的现状寻找一个注脚的话，用「国美，错过了一个时代」来形容，再合适不过了。或许，国美错过的，正是那样一个互联网玩家们风生水起的年代。当国美错过了这样一个时代，纵然是黄光裕归来，纵然是伤筋动骨自我改造，依然无法从根本上解决国美的顽疾的。

这不得不说是让人颇感惋惜的事情。

要知道，以往的国美，曾经是中国商业的典范，曾经是中国零售行业的龙头，而它的舵手黄光裕，更是曾经登上过中国首富的宝座。如果真如外界所传言的那样，国美黯然离场的话，多多少少是有些让人留恋与惋惜的。

然而，或许，这就是商业世界里的自然规律。

作为一家企业来讲，只有不断地拥抱大趋势，只有不断地对自身的经营模式进行改造，只有不断地顺应市场和用户的需求，它的存在才有意义，它的发展才有动力。否则，纵然是再辉煌的过去，纵然是再优秀的商界精英，依然无法摆脱被淘汰和洗牌的命运。

国美，成也零售，败也零售

提及国美，我们同样会将它和家电零售联系在一起。可以说，正是家电零售才让国美从小到大，从弱到强，直到成为家电零售行业的龙头。然而，我们同样要看到的是，国美的发展壮大是在传统零售模式之下实现的。也就是说，传统的零售模式，特别是以线下门店为主导的规模效益至上的零售模式，才让国美实现了大发展、大繁荣。

然而，我们同样要看到的是，当互联网时代来临，特别是互联网与零售行业的结合，传统零售的模式，开始发生了一场深刻而又彻底的变化。电商开始萌芽，并且发展壮大。对于零售行业来讲，越来越多的玩家们开始将零售的模式从线下迁移到了线上，越来越多的家电上游厂商开始选择自营的方式来销售商品，格力、TCL等诸多的家电企业几乎都有了自营的电商渠道。曾经，国美一家独揽的销售渠道，现在仅仅只是成为了一个可有可无的销售渠道而已。

尽管国美曾经尝试过朝着线上零售进行转型，拥抱互联网，但是，从实践的结果来看，这样一个转型，并不是特别成功。然而，国美并未真正意识到其中的真正原因，反而依然义无反顾地在传统零售的道路上固执

地前行着。尽管国美依然还可以凭借这种模式保持一定的发展，但是，同以往的辉煌相比，这样一种发展，显然是微不足道的。

复盘国美的发展，我们可以看出，零售曾经造就了今天的它，零售同样将今天的它带入了新的发展困境之中。事实上，黄光裕归来之后对于国美的改造是抓住了问题的关键的。国美之所以会陷入到困境之中，其中一个很重要的原因在于，零售模式的陈旧与传统。

于是，黄光裕通过社交新零售的方式，试图来改变国美传统的零售模式。然而，社交零售又是一个建立在强大的资本和流量优势的基础之上的，而当时当下的发展情况对于社交零售的发展又是不适合的。无论是资本红利，还是流量红利，早已不复存在。

于是，我们看到了国美在社交零售探索上的无疾而终，在多元化发展上的折戟沉沙。可以说，国美因零售而兴盛，因零售而衰落。这更多地为我们展现出来的是，一种大趋势之下的企业发展的变奏曲。事实上，任何一个企业都是大趋势之下的产物，它们的成功在于，抓住了时代发展的趋势和方向，它们满足了那样一个时代下的市场和用户的需求。否则的话，它们依然是会走向衰败的。

这是国美因零售而兴，因零售为败的内因所在。

国美的落后，起于互联网，终于互联网

我们所谈及的国美的辉煌，同样指代的是以往国美的辉煌，更为确切地说是，在互联网时代来临之前的辉煌。在这样一个时代，国美的确是可以凭借着遍地开花的门店渠道，的确是可以凭借着出色的价格优势，的确是可以凭借着完善的服务迅速占领市场的。然而，这样的辉煌，依然仅仅只是停留在互联网行业真正开始兴盛之前。等到互联网开始兴盛之后，国美的这样一种商业模式，便开始失去了它的优势。

很多人将国美的问题归结为黄光裕对于国美改造的不成功，甚至还有人将其归结为黄光裕对于国美改造的过于激进，事实上，笔者更多地认为，黄光裕对于国美的改造是在一定程度上延缓了国美的颓势的，是在一定程度上抵消了国美落后带来的影响。之所以会有这样的判断，其中一个很重要的原因在于，国美的落后，并非仅仅是从黄光裕归来之后才出现的。

如果我们一定要为国美的落后找到一个时间点的话，笔者认为，国美的落后，其实是从互联网时代来临之际便已经开始了。然而，如果从互联网开始兴起之时，我们就开始对国美进行大刀阔斧的改造，如果从互联网开始兴起之时，我们就开始对国美的商业模式进行改造，如果从互联网兴起之时，我们就开始让国美大力拥抱互联网的话，那么，或许，国美可以实现一次华丽转身。

然而，遗憾的是，国美并未真正把握住



这一波的互联网红利。

等到国美真正开始拥抱互联网，真正开始用互联网的模式来对传统的零售逻辑进行深度改造的时候，所谓的互联网红利，其实已经被消耗殆尽。事实上，并不仅仅只是国美这样的传统玩家，纵然是那些在互联网时代享受了巨大的发展红利的玩家们，现在依然正在遭遇着越来越多的困难，依然正在面临着这样那样的危机。在这样一种情况下，国美再去重做十几年前本该去做的事情的时候，其实已经注定了会是一场失败的试验。

因此，国美的落后是从互联网开始，又是从互联网结束的。认识到了这一点，我们才会明白，真正导致国美出现在发展困境的根本原因，并非是黄光裕对于国美改造的不成功，而是在于国美整整错过了一个时代，更为确切地说，国美错过了互联网发展的黄金十年。

国美的未来，在于数字化

在互联网业已退潮的大背景下，依然试图通过拥抱互联网的方式来获得新的发展红利，是无论如何都无法获得发展的。这才是国美之所以会陷入今天的发展困境的关键所在，这才是黄光裕对于国美的改造并不成功的关键所在。事实上，对于国美来讲，它真正应当做的，或许正是现在以大型的电商平台和传统零售门店为代表的玩家们正在积极探索的数字化零售新模式。

是的，一场以数字化为主导的新发展模式的探索，正在互联网玩家和传统玩家们的身上上演着。

在这样一场全新的探索当中，我们看到的是，零售行业本身正在发生一场深刻而又彻底的变化。无论是零售的内在元素、零售的场景、零售的角色和地位，还是零售本身的模式，几乎都在发生一场深刻而又彻底的

改变。对于国美来讲，它其实应当在发挥自身在线下渠道优势的基础上，不断地拥抱数字化的浪潮，不断地用数字化的模式和方法来寻找改造自身的方式和方法。

对于国美来讲，拥抱数字化，或许才是最应该全力关注的重要方面。同时，国美还应当尽可能多地放弃以往以规模和效率为主导的发展模式，尽可能多地通过缩减开支，尽可能多地缩减规模来保存实力，不断地为拥抱数字化来积蓄能力。

然而，我们同样要看到的是，数字化的转型过程，并非像传统模式和互联网模式那样可以在很短的时间内获得效果，它需要的是国美持续不断地投入，持续不断地改造自身，只有这样，国美才能把握好这样一波的数字发展的红利。

因此，对于国美来讲，活下去，并且可以为自身保留一部分的实力来拥抱数字化，或许才是当务之急。

黄光裕的归来，并未给国美带来新的起色，甚至在他归来之后，国美反而陷入到了一场更大的危机里。事实上，这样一场危机在黄光裕归来之前就已经存在了，只不过那个时候没有被放大得这么明显而已。分析这样一场危机背后的缘由，我们可以非常明显地看出，零售、互联网等字眼在其中所扮演的关键作用。

总体来看，真正导致国美这样一场危机的关键原因在于，它错过了一个时代，更为确切地说，它错过了互联网发展的黄金十年。然而，这并不代表国美已经没有未来。如果国美能够找到一个平衡点，维持自身的发展，并且在此基础上不断地通过拥抱数字化来寻找新的发展方向。那么，或许，国美，就不会成为下一个苏宁。



川陕名吃

地址 (DC店和Rockville店)
2700 New York Ave. NE,
Washington, DC 20002
316 N. Washington St.,
Rockville, MD, 20850

营业时间
周日至周四: 11am-10pm
周五、周六: 11am-11pm

电话: (202)636-3588 (DC)
(202)534-1620 (DC)
(301)-875-5144 (MD)

* 从马里兰大学沿1号路南下，从乔治城和乔治华盛顿大学沿New York Ave东行，均约15分钟车程。店内有大型KTV包厢享受美食，纵情欢歌。

肉夹馍



凉皮



羊肉泡馍



夫妻肺片



地道陕西名吃，聘请原陕西文、八沟国宾馆主厨师傅和赵师傅及其团队主理厨艺；同时聘有精通川菜、粤菜和各类家常菜的驻店厨师；新的经营理念，为您提供一流的服务。店内设**钓鱼台豪华包厢**（最多容纳60人）及**大型宴会厅**（可容纳300人以上），酒水齐全，卡拉OK助兴。环境优雅，空间宽敞，自拥上百停车位，可承接各类公司、社团和私人大型宴会。餐厅地处华盛顿近郊，交通便利，诚挚恭迎大华府地区各界人士前来品尝指导。

董事长: **柳奇** 敬呈



钓鱼台豪华包厢

长期诚聘英文好且业务熟练的收银员和大堂经理，有意者请电洽。