

## 一周·人物

## 百事那位超级强势的女CEO离职了!

出生于印度的百事公司的第一位女性领导人 Indra Nooyi, 在让公司收入增长81%后, 决定辞职, 去做一些不一样的事情。

《华尔街日报》报道, Nooyi在一次采访中表示, 她在一年前就让百事公司董事会开始为她的离职做打算。

现年62岁的 Indra Nooyi, 宣布将于10月离任百事可乐公司CEO一职, 并于2019年初辞去董事长职务。

1994年加入百事的 Indra Nooyi 是百事可乐第一位美国之外出生的首席执行官, 也是百事公司首位女性首席执行官, 已担任该职位12年。

《华尔街日报》引用的数据称, 标准普尔500公司的CEO平均任期为5年, 所以Nooyi在任的时间已经长于这一平均数的两倍。

Indra Nooyi 在执掌百事期间, 不仅见证了食品行业的变迁, 还抵御了一名激进投资者试图分拆公司的尝试。

Indra 在任职期间面临的挑战之一便是把顾客的口味向更健康的零食方向上做调整, 她推动百事将业务远远扩大到可乐之外, 进入鹰嘴豆泥、康普茶等更加健康的产品市场。

FactSet 数据表示, 自诺伊2006年10月担任CEO以来, 百事可乐股票累计上涨了79%。

同时期标准普尔500指数上涨了112%, 而可口可乐上涨了108%。

2017年, 百事公司总营收为578亿美元, 显著跑赢了可口可乐公司的收入352亿美元。

最新财报显示, 今年二季度百事营收160.9亿美元, 每股收益1.61美元; 同期的可口可乐公司营收“仅”为89亿美元, 每股收益为61美分。

在过去五年中, 百事可乐的股东总回报率为62%, 标准普尔500指数和其竞争对手可口可乐的回报率分别为69%和36%。

此外, 在苏打饮料发展陷入困境时, 百事可乐仍然实现了20倍的预期收益。Indra 在2017年获得的年薪收入为3100万美元。

百事公司表示, 除去诺伊离职外, 百事公司的其他高层领导团队将保持不变。

此次百事的CEO交接, 正值美国苏打水和零食市场形势变化之际, 百事核心业务苏打水部门(包含可乐)的市场份额正在萎缩, 碳酸品类饮料不敌大健康型饮料, 销量持续下滑。

业内人士表示, 造成两大巨头业绩下滑的主要原因是碳酸饮料品类的下滑, 可乐市场的萎缩在不断加剧。

据《北京商报》

蔡文胜：  
美图全面开启社交布局

8月8日, 美图公司在北京发布其“美和社交”战略——利用影像类App为流量抓手, 以美图秀秀和美拍为先锋产品开展社交布局, 从而推进商业化。这标志着美图全面社交化之路正式开启。

美图公司董事长蔡文胜在开场致辞中提到, “在第一个10年, 美图抓住了移动互联网高速增长的红利, 发展为覆盖影像处理、短视频社区、电商、智能硬件等多产品业态, 拥有近5亿月活跃用户”, 如何用“美”的基因创造更大价值成为美图接下来的布局重点。

从2008年电脑版上线, 到2011年上线移动端, 美图秀秀诞生至今已有10年。通过从影像类App到电商、硬件的多重产品布局, 美图秀秀和美拍等产品将完成从工具产品到社交产品的进化, 打通用户需求的最后一环。

据美图公司创始人兼CEO吴欣鸿介绍, 瞄准下一个10年的“美和社交”战略将继续深化相机入口布局, 在巩固影像产品的用户优势和技术优势的同时, 利用影像类App为流量抓手, 以美图秀秀和美拍为先锋产品开展社交布局。社交布局将在美图战略模型中扮演重要角色, 通过社交化运营与用户发生强互动, 不仅能够显著提升用户黏性和流量价值, 也有利于积累用户数据, 实现广告的精准分发。这也是美图宣布进军社交以来的首次清晰战略表达。

主管美图商业化的美图首席运营官程昱在发布会上也表示, 由于美图平台的优质女性用户与国内外顶级消费品牌目标用户高度重合, 美图已经与这些品牌达成深度合作, 未来社交在进一步提升美图整体品牌和用户结构的同时, 盘活和打通美图商业化模式。

除了全力推进互联网营收, 美图还将通过自建、战略合作或投资的方式, 提供产品和服务, 打造“美丽生态圈”。据介绍, 美图已经有智能硬件、电商平台、增值服务等, 在用户产品和商业产品的联动中, 数据将始终贯穿其中。

商业化动作之一就是广告。美图预计, 广告业务将成为该公司“未来稳定的主要变现来源”。美图秀秀和美拍的社交转型“使美图广告业务在体量和玩法上有了更多的可能性”。

美图公司预计, 该公司2018年的广告收入将在2017年约3亿元人民币的基础上增长2倍以上。

商业化动作之二是大数据。这些经过整合的用户端和广告端大数据, 贯穿了从“相机”入口, 到社交层面, 再到广告变现的各个层面, 它将在广告、智能硬件、电商及增值服务等多个距离商业化更近的业务上得到广泛应用。

据澎湃