

前程无忧“借鸡下蛋”的发展隐患MBA考试 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

[https://www.100test.com/kao\\_ti2020/530/2021\\_2022\\_\\_E5\\_89\\_8D\\_E7\\_A8\\_8B\\_E6\\_97\\_A0\\_E5\\_c70\\_530500.htm](https://www.100test.com/kao_ti2020/530/2021_2022__E5_89_8D_E7_A8_8B_E6_97_A0_E5_c70_530500.htm) 前程无忧作为中国网络招聘的一面旗帜，虽然其成立的时间相对中国人才热线等一些招聘网站要晚，但前程无忧借报纸之力，力推前程周刊，并凭借其率先独创的报纸网络的经营策略，让前程无忧在网络招聘领域后来居上，无论是在知名度、营业额，总体上遥遥领先其他招聘网站，虽然在局部市场上，落后一些本土强势网站，（如在深圳市场上，前程无忧无论是发布的招聘信息，还是简历库或者是招聘效率和求职成功率，与中国人才热线都有一定的差距），但伴随着市场的逐步发展，“借鸡生蛋”的劣势也将逐步凸现，前程无忧的市场隐患将会越来越大。因为“借鸡生蛋”虽然可以成为一种快速成长或者推广手段，但如果作为企业主赢利点，短期内或许可以，但长期必定会埋下巨大隐患。从前程无忧公布的2006年度财报可以看出，报纸广告销售占3.9亿，占其7亿总销售额的一半以上，而作为一个专业在线招聘网站，其主营业务（网络招聘）才2.2亿，占总销售额一半都不到，俨然“借鸡生蛋”报纸策略已经成为了其主赢利点，这不得不让人担心，如果有一天鸡飞了怎么办，或者是鸡飞不动了，前程无忧该何去何从。鸡因利而飞只有永远的利益，没有永远的朋友，同理“鸡也会因利而飞”。2006年，前程无忧因不能接受南方都市报广告费用的暴涨而与南方都市报低调分手，无奈之下，前程无忧旗下的前程周刊只能退而求其次下嫁广州青年报，征战市场。从广州这一点可以推算到面，任何借来的平台只能

依靠一时，绝对不能依赖一世，除非你能满足其不断增长的粮食，否则分手只是时间问题，而如果不断满足其需求，又只能落个为他人做嫁衣，赔本赚吆喝。因为南方都市报可以很轻易的向前程无忧涨价，首先前程周刊虽然能为南方都市报带来一定的广告销售，但占整体广告销售比重较小，这样可以减轻其谈判心理压力，因为纵使前程周刊下嫁他家，对南方都市报也产生不了重要影响；其次前程周刊并非是广告的直接消费者，而是间接消费者，类似与传统媒介代理公司，这样不会直接影响其正常广告销售。从以上分析可以看出，虽然南都可以理直气壮的向前程无忧涨价，但前程无忧又不能将增加的广告成本，随意的增加到企业客户，首先当网络招聘群雄逐鹿、掠夺市场过程中，都在大打价格战，如果前程无忧逆市而上，必定会丧失市场竞争力；其次企业购买前程无忧会员更多是看重网络招聘，而不是报纸招聘广告，如果要等报纸招聘广告，必定会选择当地主流媒体，广州企业肯定首选广州日报，深圳客户肯定会选深圳特区报，而不是前程周刊；最后前程无忧涨价必定会牵一发而动全身，影响其整体销售，因为前程无忧所面对是直接消费者，如果整体涨价的话，必定会引起企业HR的广泛质疑，就象在快速消费品领域，无论原材料怎么涨价，终端销售价基本都差不多，即使终端零售涨价，基本也是行业性的整体涨价，假如单个品牌企业如果擅自涨价，必定会直接销量整体下滑。市场因“鸡飞”而滑落 通过数年苦心经营，好不容易与南方都市报共同将前程周刊共同做大、做强，被广大企业HR和求职者所接受、认同，但这份前程周刊的品牌认同感将伴随着平台的更换，大大降低，从而直接影响其市场销售。 100Test

下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问  
[www.100test.com](http://www.100test.com)