

【案例 2-2】小米公司的成本领先战略

2010 年成立的小米公司，是一家专注于智能电子产品研发和智能家居生态链建设的全球化互联网创新型科技企业，也是全球第四家能够自主研发手机芯片的科技公司。小米公司作为中国当代年轻的互联网高科技企业，正是凭借成本领先战略在行业中开辟了一片蓝海，成了行业中的领先企业。

首先，产品高质低价成为其特色。小米公司一直坚持做品质过硬的产品，且承诺硬件综合净利润率不超过 5%。这种保证产品高质低价的做法赢得了众多消费者的认可，打造了质优价廉的国民好口碑。同时，小米公司基于安卓系统进行深度研发的操作系统 MIUI，可以为消费者提供个性化需求定制，这也是小米区别于其他品牌的核心技术，深受小米发烧友的喜爱。其次，生产环节外包。当今创新型科技企业面临着快速变化、难以预测的商业环境，如果自己建设生产线，资金专用性过高，沉没成本过大。于是，小米把硬件生产环节承包给世界顶尖的生产工厂。这就减少了建设生产线的制造费用和产品的研发费用，同时也提高了小米产品的质量，保持了小米公司销售收入快速增长的优势。再次，营销成本低。小米公司过去长期采用网络直销的方式提供产品，通过小米官网、微博、网络社区、饥饿营销等模式销售产品，省略了中间经销商的环节，节省了大量的门店租金，节省的资金既有利于小米提高产品的品质，又使小米以较低的营销成本获得了更大的收益。小米的饥饿营销也以较低的宣传成本吸引了大量的消费者，创造了低价格、高品质的优势，树立了小米的品牌形象。

资料来源：唐宇琴，《小米公司成本领先战略研究》，《广西质量监督导报》，2020 年第 8 期，第 118-119 页，内容有改动。