

## 雷军：小米手机一年销售额突破100亿



仅仅用了一年时间，雷军和小米就实现了一个“神话”

[导读]100亿让雷军走上了风口浪尖。以进军3G手机市场为起点，华为和酷派手机销售收入达到百亿都花了6年时间；京东商城销售额过百亿，同样用了6年；百度达到这个量级则用了10年时间。

2012年11月15日，晚上10点半，望京西路卷石天地大厦12层，雷军在他的办公室刚刚接受完《创业邦》的采访和拍照，要立即赶赴另一个会议室。那里有金山过来的同事，等他开今天最后一个会。

在我们采访之前，雷军从某个大会上“溜出来”，利用晚饭时间见了两拨人。他看上去要比半年前虚胖一点，双眼充满血丝。他说创办小米之后，参加的会议明显多了。“以前单独做天使，是别人求你多；现在创业，是求别人的地方多，有些应酬不能不去。”

树大招风。在过去的一年中，有三个数字与雷军紧密相关：6、40、100。先是小米夏天那次沸沸扬扬的融资，估值达40亿美元，创下了今年中国企业的融资之最；接着是11月21日，雷军投资的YY登陆纳斯达克，市值约6亿美元；接受《创业邦》专访当晚，雷

军首次向媒体透露，到11月底，小米过去一个财年的销售额突破100亿人民币。

上述任何一个数字，如果只发生在某一个创业者或者投资人身上，都足以成就一段佳话，但它们偏偏在同一年砸到同一个人身上。用一个麻将术语，这叫“杠上开花”。

前两个数字在私募和公众市场都有人背书，无需质疑。关键是100亿。一家成立不到两年、产品卖了只有一年的创业公司，瞬间就进入百亿俱乐部，在中国过去30年的商业史上，恐怕只有两类公司达到过这种奇迹：一是某些呼风唤雨的垄断企业，二是此起彼伏的传销企业。

尽管政府部门很看重这个潜在的利税大户，尽管它的口碑营销引发了口水争议，但毫无疑问，小米不是上述任何一种模式。问题是，你又很难找到一个可资参考的对象来定义小米和雷军。

正因为如此，100亿才走上了风口浪尖。以进军3G手机市场为起点，华为和酷派手机销售收入达到百