

创新驱动发展

联想控股30年实现100万倍增值

□ 本报记者 刘燕

消费者耳熟能详的“联想”，它所蕴含的意义就不止是手机、电脑。

通过构建“科技+投资+产业”的创新商业模式，横跨实业与资本的多元化投资控股公司——联想控股股份有限公司（联想控股）打造出联想集团（Lenovo）、神州数码、君联资本、弘毅投资和融科智地等在多个行业内领先的企业，进入投资、房地产、现代服务、金融服务和现代农业等诸多领域，成为创新驱动发展最经典。

投资实业双轮驱动

柳传志在不惑之年拿着20万元投资，带领11名科技人员创业，30年间，联想控股已是有6.5万多名员工（含国际员工1万多人）、总资产超过2000亿元的国际化公司，2013年，联想控股综合营业额2440亿元，总资产2070亿元，实现了100万倍的增值。

采用母子公司的组织结构，联想控股业务布局包括战略投资和资产管理两大平台。资产管理平台，打造了以天使投资、股权投资、股权投资为核心的财务投资平台，形成了完整的投资产业链。

我国语音技术和市场的双料老大科大讯飞，2014年前9个月利润总额约2.35亿元，较上年增长38%。不知道有多少人知道，2001年时，这家中科大孵化的高科技企业年收入不足2500万元，靠借钱发工资。

让科大讯飞起死回生并能一飞冲天，不仅是联想控股旗下君联资本的全力支持，柳传志对科大讯飞创始人刘庆峰更是言传身教，这才有了科大讯飞的扭亏为盈，并于2008年5月成功上市，当年即实现利润7000多万。

科大讯飞只是众多与君联资本、弘毅投资一起“疯长”的企业之一，几年来，这两家掌管的资产分别由最初的2.8亿元、3.2亿元增加到200亿元、460亿元。

联想控股战略投资平台涉及IT、房地产、现代服务、金融服务、农业食品、化工新材料等6大领域。

2014年9月，我国最大的租车公司——神州租车在香港上市。短短数年内，神州租车的车队规模从一两千辆扩充到5万万辆，迅速拉近了与竞争对手的距离，联想控股在其上市中的作用功不可没。5年前，正是联想控股的战略投资，以“股权+债权”的形式向神州租车注入超过12亿元，为神州租车的发展注入了强劲动力。

而当联想进入农业时，很多人并不看好。柳传志说：“推动中国现代农业的发展，提供安全高品质的食品，是利国利民己的好事业。”2013年联想控股的现代农业品牌“佳沃”亮相，对佳沃，柳传志的态度是：“要有长期投资的心态，不着急赚钱，要把农业当工业一样用心认真做”，而据联想控股高级副总裁兼佳沃集团总裁陈绍鹏介绍，佳沃不仅使原有的农业高科技实现了产业化，还创造了一批农业技术新成果。佳沃已发明38项技术创新成果，其中10项获得国家专利授权。

让创新星火燎原

作为高科技成果产业化的先行者，柳传志深知：创业难，科技人员创业更难。7年前中科院和联想控股发起创办“联想之星”时，柳传志立下“不达目的誓不休”的誓言。

2008年，联想控股创办“联想之星创业CEO特训班”，柳传志等“联想之星”高管亲登讲堂授课，为缺乏创业经验的科技人员传道、授业、解惑。截至目前，“联想之星”已投入资金上亿元，先后开设7期“联想之星CEO特训班”，20多期CEO短训班，免



联想控股集团董事长柳传志是中国现代企业制度建设的拓荒者、思想家

费培训1370名创业CEO，对90多个科技创业项目进行了天使投资。

2010年，为进一步加大对科技创业者的扶持力度，联想之星成为联想控股的三大业务部门之一，联想控股出资4亿元成立天使基金，通过“投资+孵化”的双轮驱动模式，帮助科技型企业加速成长。

“我们投资的企业中，绝大多数在投资时没有任何收入，半数以上的公司尚未注册或者刚刚注册，部分公司员工不足5人，很多企业连一份正式的商业计划书都没有，是名副其实的‘种子企业’”。联想之星孵化器投资部副总经理周自强告诉记者，“除了对CEO免费培训，我们在他们创业之初就果断投资，并以‘联合创始人’的身份帮助他们定战略、找资源、找人才、找工作，提供全方位支持。”

2014年下半年，联想控股又提供了6亿元的二期基金，使天使基金的规模达到10亿元人民币，并在中关村创业大街设立了上千平方米的创业培训教室，开启为中小企业创新创业梦的新征途。

创新不仅仅是科技创业，柳传志表示：“创新的根本目的是发展生产力，市场是衡量创新成果的标准。”

华为十年研发投入累计达1880亿元

华为最新发布的年报显示，2014年华为全球销售收入预计为2870—2890亿元人民币，同比增长约20%；华为研发投入约395—405亿元人民币，比2013年增长约28%。过去10年，研发投入累计达到1880亿元人民币。

据了解，华为已经成功向3GPP提交546件LTE核心标准，占全球近25%。2014年，华为上榜汤森路透“2014年全球百强创新机构”，入列Interbrand“Top 100”全球最具价值品牌第94名，成为首次上榜的中国品牌。

受益于全球移动宽带(MBB)基础网建设起步、3G投资持续稳步上升和4G投资快速发展，2014年华为运营商网络业务收入比前一年增长约15%；与此同时，华为企业业务2014年收入比前一年增长约27%，服务超过100家世界500强企业，同时与SAP、Accenture等建立了战略合作关系，在云计算、大数据等领域进行联合创新；消费者业务受益于智能手机、新兴市场快速增长，华为2014年收入比前一年增长约32%。

2014年华为三大业务均保持增长，华为首席财务官孟晚舟说，2014年华为全球业务实现稳健增长的根本原因有两点：一是“以客户为中心，以奋斗者为本，长期坚持艰苦奋斗”的核心价值观建设，二是在不断在内部推进管理和组织变革，提高效率，激活组织。

孟晚舟分享了对未来ICT行业的看法。到2025年，全球联接数预计将超过1000亿，联接就像空气和水一样，它将融入到我们生活的每一个角落，无所不在。万物互联、大数据驱动智能化的新工业革命，驱动传统产业升级，重构新的工业文明和商业文明。产业创新焦点将从消费互联网向产业互联网迁移，未来将是一个更美好的全联接世界，万物互联、随时在线将成为新常态。华为将致力于帮助世界各地无数企业、城市、人群实现紧密联接，不断提升工作效率，帮助行业转型，为每位用户带来更好的体验，促进人们自由地沟通分享与思想交流，成为信息社会的使者。(安吉)

蚂蚁微贷“花呗”服务试运行

日前，蚂蚁微贷联合淘宝、天猫共同推出一项名为“花呗”的网购服务。通过这项服务，用户在淘宝天猫上购物时可以先“赊账”。数据显示，愿意尝鲜使用花呗的80后占比超过6成，而7成使用者来自男生。消费者在阿里巴巴集团旗下淘宝网、天猫商城购物下单后，可以选择使用花呗付款，在确认收货后的下个月10号再进行还款，期间不计利息。蚂蚁微贷会根据消费者的网购以及支付习惯等综合考虑，开出从1000—30000元不等消费贷款额度。还款之后，消费额度会自动收回。除去从下单到确认收货的时间外，还能最长享受到41天无息贷款期。而消费者超过期限未还清“赊账款”的话，则需按每天万分之五来缴纳费用。

目前“花呗”还处在试运营，并非所有用户都能在支付宝的账户开通到它。不过，未来天猫和淘宝的大部分商户或商品都将支持“花呗”服务。(陈杰)

顺丰优选年货大战打“定制牌”

随着春节临近，年货市场日渐火爆，在传统商超年货市场还在筹备阶段之时，电商的“年货大战”已经打响。日前，垂直电商顺丰优选打出“定制牌”，并在食品这个年货主要品类中抢占“鲜”和“洋”味。

“优质的进口食品、特色化的定制商品，越来越受到中国消费者的青睐，我们希望将这两类商品结合，丰富百姓的春节餐桌。”顺丰优选相关负责人表示。同时，水果、鸡蛋等不易运输的年货主力生鲜食品，以往受制于冷链宅配制约而一直没有成为电商年货的主角，而借助顺丰年前推出的“冷运”服务，这些商品也将入局顺丰优选定制化年货名单。

顺丰优选在年货季，进口食品整体备货量为平时的3-4倍，其中生鲜、酒水饮料的备货量为平日的5-6倍。生鲜提货券、水果提货券的顺丰优选也加大了进口占比。顺丰优选相关负责人表示，在2015年，顺丰优选将继续定制化战略，挑选实力品牌为合作伙伴，深入供应链上游，将更多差异化的优质商品带给消费者。(杰闻)

微博跨年刷新发送峰值

在刚刚过去的元旦跨年夜，微博再次刷新发送峰值，第一分钟共发出867408条微博，相比2014年同期高出59110条。与此同时，微博掀起红包热潮，当晚22位明星和名人发出价值380万元的现金红包，其中178万由超过2万名粉丝和企业用户赞助，总计351万网友抽中红包。

这是微博首次发起大规模现金红包活动，在网友的热情参与下，当晚微博红包活动页面获得了2000万次左右的曝光，红包微博的曝光量则高达4.1亿。据了解，微博红包的安全稳定由支付宝钱包护航。除网友送红包之外，微博在红包玩法上实现重大创新，支持粉丝为明星红包充值，目前已有超过2万网友和企业以这种特殊的方式表达了对所关注明星、偶像的支持。除了新年红包，三台同步上演的跨年演唱会也引发了微博网友热议，当晚微博上关于跨年的话题讨论量暴涨至2602万，与三家卫视跨年演唱会相关微博话题的阅读总量高达28.5亿次。(杰闻)

AT&T推出简化物联网解决方案开发新工具

AT&T推出新工具，旨在进一步简化IoT解决方案开发，发展支持M2X Data Service的生态合作体系，这是其首个面向开发人员的物联网(IoT)管理服务，也是一套新的设计工具，旨在帮助企业开发人员更轻松地创建新的IoT解决方案。

企业客户现在可以购买M2X数据服务商业计划。该数据服务是一个运营级云数据存储服务，支持轻松地通过联网设备采集、分析和共享按照时间序列的数据。

AT&T移动工业物联网副总裁Mike Troiano表示：“在工业物联网世界，只有当您能够有效存储、分析和利用所传输的数据时，将终端设备和机器联网才有价值。我们的M2X数据服务帮助各种规模的企业管理并且更好地利用通过联网设备收集的数据。”

自去年推出测试版后，很多公司已开始系统集成使用M2X数据服务。

爱立信创新服务框架与M2X数据服务进行整合，爱立信与AT&T携手致力于未来将爱立信的VEN(虚拟企业网)解决方案与AT&T的新一代物联网服务融合；三星与AT&T正为M2X数据服务打造一个TiZen设备库，让开发人员能够轻松地存储和使用通过三星Gear S Watch应用及其他基于TiZen的可穿戴设备收集的时间序列数据。

AT&T是M2M通信领域的全球领导者。截至2014年第三季度，AT&T的网络承载着1800万个互联设备，并认证了2200种互联设备。(安吉)

秒赚可实现移动互联网零成本创业

年末岁初，移动广告市场迎来实力派挑战者，苹果宣布将全面进军移动广告市场，欲拿走全球半数份额。业内认为，大部分广告平台要根据浏览历史和购买习惯推测用户特征，从而进行广告推送，而苹果拥有大量一手专有数据，此类数据通过用户注册予以确认，可以让广告定位更加精准，而售价也更高。

国际巨头来袭，业内巨头将如何应对？秒赚APP被认为是目前苹果移动广告最有力的竞争者，依靠精准广告推送，秒赚目前吸引了10万多商户投放广告，2014年完成广告交易额近20亿，这几乎相当于一运营良好的省级电视台一年的广告份额。

重庆秒赚科技有限公司董事长马昭德表示，秒赚之所以吸引商家，谜底在于大数据精准推送。秒赚可以通过参数设定为商家精选目标人群，比如通过性别、年龄、收入、职业、喜好筛选目标用户；利用手机的GPS进行精准投放区域的设定；限定单个手机用户收看广告次数、每天收看次数等，从而排除非目标客户收看广告，减少广告费浪费。此外，秒赚实行按用户实际收看效果计费，并允许商家用商品冲抵广告费。这意味着，在秒赚平台，广告主不用预先支付广告费，而是自行设定目标人群，待目标用户真正收看广告后，才拿商品来兑换给消费，以此冲抵广告费。“秒赚广告在每个广告页面里都植入了商家的商品销售信息，用户看了商家的广告资讯，可以直接下单，完成商品交易，为商家开通了一个直购产品的通道，从而提升产品销售量”，马昭德介绍。在这样的广告投放过程中，商家可以清晰地掌握广告投放数据，为大数据营销打下基础。

马昭德介绍，秒赚还打造了一个自动化赚钱平台，中国每年广告市场总额1万亿，秒赚计划带领用户一起“打劫”1000亿，把其中900亿分给用户。秒赚广告以颠覆性的创新打破广告模式，直接将广告中间环节去掉，把广告费直接分配给受众用户。在秒赚平台用户每看一条图文广告扣除商家0.1元，其中7分钱直接分配给看广告的用户，其中3分钱分配给组织看广告的用户群。每个用户每天看广告可以赚5—12元，分享推荐粉丝看广告每天最高赚1万元。粉丝可以通过秒赚系统分享推荐粉丝看广告，从而实现移动互联网零成本创业梦想。

业内预计，尽管国际巨头虎视眈眈，但目前国内广告投入总额和手机广告所占份额仍然严重不匹配，随着手机流量使用的增加和商家在线广告投入的持续增长，秒赚这样“做广告不花钱，看广告能赚钱”的模式更符合移动营销需求，或将成为最大赢家。(陈杰)

阿里通信推购物送话费活动

1月8日，阿里通信官方APP新开通“购物送”频道，用户在此频道购物，可获得阿里通信170号码的话费。

“购物送”内的商品来自淘宝、天猫平台，价格与日常购物价格相同。“购物送”含“BIG送”“亲选”和“我的”三个子频道。BIG送每日精选8款热门商品销售，同时预告次日上架商品。返话费金额标注在商品上，且力度相对较大；相比BIG送，“亲选”内的商品种类更多样化，涵盖零食、流行男装、数码配件、手机、户外用品、运动健身、居家日用、汽车用品8个热门市场40—80款商品，用户可搜索想要的商品获得不同程度的话费赠送。

以阿里通信为代表的虚拟运营商开创了非常多跨界的玩法，打造语音、短信、上网均流量计费的方式，防骚扰神器亲心小号等多款新产品。据悉，这是阿里通信首次将电商业务接入到通信平台。之后，阿里通信将开通更多会员权益，帮助用户赚取或节省话费，让用户可以不花钱打电话。(杰闻)

中科曙光  
Sugon

股票代码: 603019

无论何时何地  
您的每一张机票订单最终都会反馈到  
中国航信的处理系统  
曙光服务器助力中国航信  
打造稳定、方便、效率的处理系统  
让您专注旅行的精彩

曙光服务器采用英特尔®至强™处理器  
英特尔®助力中国云计算  
欢迎致电销售代表010-56308000  
英特尔、英特尔标识、至强和Xeon Inside是英特尔公司在美国和其他国家的商标。