

全球用户超4亿,海外用户过1亿,使用UC浏览器每月访问的页面数超2000亿;近三年直接经济效益9.2亿元,带动产业链新增产值累计超50亿元,为用户节省流量费用数十亿元;以UC优视为代表的新一代领军企业,推动着移动互联网产业成为我国经济转型升级的新引擎。

# 梦想“网”住一半地球人

## ——UC优视创新案例解析

文·本报记者 刘燕

这是中国第一家在移动浏览器领域拥有核心技术及完整知识产权的公司,也是中国第一家成功拓展海外市场的互联网企业,它曾一度被认为是落后的产物,却

找到了合适的办法让自己在激烈的竞争中脱颖而出,坚信在全球拥有10亿用户的目标不只是一个梦想,让那些习惯从硅谷模式寻找信心的人找不到参照。

### 关键技术创新能力不缺失

中国最大的手机应用技术研发团队在UC优视(以下简称UC),超过2000人的员工中产品研发人员比例超过80%。同时期创业的公司大多数都倒下了,而UC的战斗力依然旺盛,在研发上的持续投入为它提供了基础保障。

5亿手机网民已成为中国互联网发展和普及的主要推动力,但苹果、谷歌、微软三大国外厂商形成了基于操作系统模式的产业垄断。移动浏览器是移动互联网产业的基础软件平台,突破移动浏览器关键技术、建立基于Web的开放应用生态环境,可以有效降低对移动操作系统的依赖,保障我国移动互联网信息安全和产业安全,是国家科技重大专项多个课题重点的支持方向。

2004年8月,UC在全球首次将服务器、客户端混合计算的云端架构(简称“云端架构”)应用到手机浏览器,帮助用户第一次实现了手机上网。

2011年6月,UC发布了自主研发的全新手机浏览器内核——U3,成为中国首个拥有完整内核能力的浏览器企业,确保了产业关键环节核心技术自主可控,改变了我国没有浏览器内核自主研发能力的历史。U3内核同时兼顾高速、安全、智能及可扩展性,在还原桌面全页面浏览效果的前提下,将页面流量大幅压缩最高达90%,使UC浏览器成为全球唯一能同时实现“云加速”和完整HTML解析的移动浏览器。

2013年7月,UC优视发布“UC+开放平台”战略,在UC浏览器U3内核的强大性能基础之上,打造UC网页应用中心、UC插件平台两大开放平台,标志着UC的移动互联网生态系统建设日趋完善,成为国内最大的“轻应用”开放平台。

UC是中国第一家在移动浏览器领域拥有核心技术及完整知识产权的企业,申请专利377项,其中PCT国际专利58项;授权专利94项,其中国际授权5项;软件著作权15项。先后获周光召基金会技术创新奖、中国通信学会科学技术一等奖、工信部信息产业重大技术发明、广东省科学技术一等奖、中国专利优秀奖等荣誉。

### 产业链重要位置必争取

UC优视董事长兼总裁俞永福号召移动互联网企业抱团出海时最常用这样的表述:“当下正是中国互联网企业有史以来最好的出海窗口期。互联网最适合全球化,一点接入服务全球,想象空间巨大。”

事实上,2009年决定开拓海外市场时,俞永福并没有顾虑,这份顾虑不仅来自同时兼顾海外国内两个市场的资源压力,也看不到国内互联网公司海外拓展的成功案例。

如今,UC海外浏览器用户过亿,服务于150个以上的国家和地区。2013年的7月,UC在全球第二人口大国印度的市场份额突破了30%,成为当地第一大移动浏览器。这是第一家源自中国的互联网企业在一个海外重要市场取得了第一,在那里没有多少人知道腾讯、百度、阿里巴巴,但知道“UC”这个品牌。

很多人认为UC的成功源于起步早,用户的品牌依赖度高,“UC最成功的地方是它塞班时代延续下来的商业模式”,这是广大“站长”们对UC的评价。

每个浏览器都有一个导航站,别的浏览器的导航位置商业化探索不多,但UC上导航站的每一个位置几乎都是经过异常成熟的市场定价体系,要么卖出去了要么换流量换出去了。用户量越多,广告位置越有效,UC自己卖广告就可以卖个好价钱。

UC不仅是精明的商人,它建立起的平等、诚信的合作氛围,团结了众多的合作者,很多小网站与UC建立起合作关系后,就再也离不开,被绑架得心甘情愿。相比之下,某些大企业的浏览器业务的“海量体系”则因“太强势、太官僚”而局限在很小的范围之内,造血功能无法与UC相提并论。

在推广UC浏览器的同时,通过收购,UC在2008年开始尝试游戏业务,到2011年对外宣布时,已经在运作数单月过百万级收入的手游,2012年UC九游与合作伙伴的分成就达一亿元,在九游平台上月收入达到百万元级别的游戏超过20款,而这仅仅是个开始。2013年,UC又收购了被认为最有“苹果潜力”的PP助手,它的重要价值体现在游戏渠道上。PP助手的联运游戏月均营收约4000万元,年营收约5亿元。

1月11日,UC联合创始人何小鹏又宣布UC将推出电视和PC浏览器,成为第一家进军电视浏览器的厂商。

UC已站在产业链条上的重要位置,它是国内少数除了BAT(百度、阿里、腾讯)之外拥有上亿活跃用户的应用之一;是国内最重要的第三方移动应用分发渠道之一;在炙手可热的手机游戏市场拥有覆盖大量开发者的成熟分发能力;在应用商店模式弊端越来越显现,轻应用及Web App逐渐成为主流的趋势下,UC已耕耘多年。



CFP供图

### 成就伟大公司梦想不放弃

“UC浏览器过去曾经重要过,但今天它的重要性已经被替代了。”这句话并非全无道理,在塞班时代UC几乎是手机用户上网的唯一选择,如今,大量App可以满足他们的不同需求。人们质疑UC的存在价值,更多的是在争论移动浏览器未来的地位。

“倒浏览器派”坚定地认为,手机本身就是入口,手机之上不再有其他入口,移动浏览器的用户会被本地App大量分流,浏览器将被大多数用户抛弃;“挺浏览器派”认为,一定是用浏览器的时间多,因为应用商店只是用户短暂停留,用户粘性偏低,浏览器更易捆绑高价值、商业性强的服务。

俞永福说:“在手机上搜索的需求只会更旺盛,屏幕越大,网络越好,我们的活跃度提高得越多。”俞永福的理由基于硬件的不断增强及网络的快速改善。

在浏览器价值之争正热时,中国移动互联网进入资本角力最白热化的一年,起始于百度收购UC的绯闻,资本整合的目的是“抢滩”移动互联网,而UC在产业链中的价值更加凸显。不仅百度,早在几年前腾讯就与UC有过接触。

触,俞永福“可以投资,但不能再做手机浏览器”的条件显然无法让“企鹅”接受,不仅彻底堵死了合作的可能性,也让彼此成为业内最热闹的竞争者。

被收购意味着获得大笔现金,也意味着自己的梦想破灭,而变成实现巨大梦想的工具,这是想要有所作为的创始人的普遍纠结。“当年谷歌20亿美元要卖掉也就卖掉了,腾讯几千万人民币要卖也就卖掉了。如果他们不坚持到最后,现在的互联网世界,不知道是谁的天下。”俞永福说,“UC的梦想是帮助一半地球人上网,UC要成为一家有主人、有灵魂的伟大的公司,我们是‘非卖品’。”

俞永福加入UC前,曾在联想投资担任副总裁,主要负责电信、新媒体、互联网、移动互联网的投资项目,六年投资人经历,看了500多家创业公司,让俞永福较一般创业者具有更好的格局视野及与资本的沟通能力。

俞永福2006年底由联想投资空降到UC时,何小鹏和梁捷带领的团队只有十几个人,资金紧张,融资计划被国内几乎所有顶级VC拒绝,如今,UC可能是非上市公司里最有钱的几个互联网企业之一。

### 创新者说



## 创新者去哪儿? “人工智能”或许是个方向

UC优视董事长兼总裁 俞永福

创业者或创新者,首先要知道移动互联网给我们的生活带来的改变究竟是什么。

PC互联网时代有“在线”和“非在线”两种使用场景,移动互联网带来的第一个改变是“永远在线”。我们要思考的,一天24小时里有哪些需求是用户的痛点但还没有得到满足?

PC互联网实现了产品的信息化,电子商务的蓬勃发展就是最好的例证,如今,没有什么是在网上买不到的。但互联网发展了十年却有一件事没有解决好,那就是服务的信息化,如果有一天所有的产品、服务都可以被数字化描述,一个人就可以在家里做完所有的事情。

上述两个方面对于用户来讲,都是生活方式质的改变,也是未来我们要寻找的机会。而寻找机会,就必须考虑到整个行业格局的变化。

IT产业每十年会有一次大的变迁,前两个十年,IBM是硬件的王者,微软是软件的王者;第三个十年,全球的王者是谷歌等互联网公司,中国则诞生了腾讯、百度、阿里、360;如今,是移动互联网的十年,但2020年以后,第五个十年关键词是什么?我们应该去想想。

在每一个十年里,又有三场最重要的产业风暴或发展阶段。

2013年,移动互联网迎来了第一次风暴,核心词是“抢滩”。

互联网的十年形成了很多“大陆板块”,欧洲大陆、美洲大陆等。上面有几个大地主,比如腾讯、百度、阿里巴巴、360。到了移动互联网,人们发现有比陆地更大的机会,那就是“海洋板块”,原来的大地主们,遇到了巨大的挑战和压力。2013年,这些巨头创造了很多收购兼并的纪录,带来了整整一年的“抢滩”风暴。

第二次风暴的核心是“变现”,2014年到2016年,所有重要的市场行为将围绕变现展开。而变现行为将以三个纬度展开:企业付费,广告;用户付费,增值服务;低买高卖,电子商务。事实上,这场风暴已经在一些领域开始出现苗头,比如,2013年中国的移动游戏市场突

破百亿。

“变现”之后将进入第三个风暴——规模效应,届时移动互联网将成为相对成熟的市场,领先者要追求更大的规模和控制力。

在这些外部元素之外,创业者的机会在哪里?

首先,互联网越来越成熟,中国有四座大山(BAT3),全球有四座高峰(苹果、谷歌、Facebook、亚马逊),此时再想成就一个非常庞大的平台级企业,难度很大,最后能胜出的企业都是“漏网之鱼”,他们抓住了巨头们没有看上的,或犹豫着的机会,如果当年的BAT能看清免费安全市场,绝对不可能让360做大,如果巨头们能在2004年或2009年之前对移动浏览器有更准确和清晰的判断,UC就面临更大的挑战。

3Q大战、3B大战……与此同时,巨头们加紧收购兼并,做大量的军火储备,这是产业链的机会,是创业者的另类机会。当战争爆发时,没有能力做主角,就做“军火商”吧,为“战争”输送武器弹药,让“大机会变小,小机会变大”。

我们不希望整个产业最后变成四座大山之外,只剩下少数几家苦苦搏杀,过去几年UC也投入资金和流量支持很多创业者成为产业的“变量”,在国内和海外加大了针对移动互联网布局的战略投资,目前为止投资并购的企业超过30家。

还有一个机会就是“忘掉中国”,也就是我最近两年一直在强调的全球化。

过去,业内一直有个错误的观点:互联网是本地化的服务,不适合国际化。事实上,美国前十大的互联网公司,没有一家本土用户超过25%,也就是说,有75%以上都来自于美国以外的全球市场。互联网是最适合国际化的业务,因为一点接入,覆盖全球,用户根本不关心你的背景。

2020年开始的下一个周期的关键词是什么?我认为将是“人工智能”,这将是第五次IT浪潮,也是创业者及创新者应该关注的方向。

### 专家连线



## 国际化和技术创新是UC的关键词

中国互联网络信息中心互联网发展研究部副主任 刘鑫

据CNNIC最新数据,截止到2013年12月底,我国手机网民规模达5亿人,但操作系统依然被谷歌、苹果、微软等大型国际公司牢牢把握,这在一定程度上降低了我国在移动安全领域的掌控能力。与此同时,在移动App领域,无论是数量还是质量,我国均表现出良好的发展态势,尤其是浏览器、即时通信、安全等软件,在模式和市场地位上均领先于国外产品,而这些软件的发展在一定程度上弥补了我国在操作系统上的缺陷。

从整体中国移动互联网发展看,虽然移动App数量激增,但手机浏览器依然是用户上网的主要入口。据CNNIC 2013年手机浏览器报告显示,到2013年底,手机浏览器用户规模约4.10亿,在手机网民中的渗透率达到80.5%,是我国移动互联网最主要的使用工具之一,其中UC占据了浏览器主流市场地位。从这些数据可以看出,浏览器的入口价值依然没有变。这不仅因为浏览器的基础工具属性,更在于手机浏览器厂商的不断突破和创新。

作为本土最早一批进入移动互联网创业的公司,UC优视在移动浏览器这一基础软件层面,在

国际化和技术创新两个方面,都获得了突出成就,其建立的Web开放应用生态环境,对我国移动信息安全和产业安全将起到很大促进作用。

从移动互联网发展趋势分析,随着用户对移动互联网使用逐步加深,他们在产品选择以及产品使用方面更为理智,我国移动互联网市场已经结束了“圈地抢滩”的竞争阶段,手机浏览器厂商也在稳步拓展用户量的基础上探索和建立起成熟的商业模式。客观地说,中国的互联网,尤其是移动互联网的发展已经走在世界的前列。反观海外市场,尤其是印度、俄罗斯、印尼、巴西等新兴市场的移动互联网应用渗透率还不高,为中国企业开拓蓝海市场创造了良机。

“走出去”是中国互联网走向强大的必经之路。在国内移动互联网产品国际化拓展上,UC浏览器走在了中国互联网企业的前列,“代表中国移动互联网企业走出去”了。

自2004年创立至今,过去十年UC优视的关键词是技术创新和国际化,作为一家国内少有的兼具自主知识产权、国内外市场领先的中国互联网公司,期待UC优视未来十年能够给产业更多惊喜。



UC的梦想是帮助一半地球人上网,在国内移动互联网产品国际化拓展上,UC浏览器走在了中国互联网企业的前列,“代表中国移动互联网企业走出去”了。

责任编辑

段佳 胡唯元 林莉君 王婷婷

# 两会特别策划

LIANGHUITEBIECEHUA

产业骄子

说创新

全国政协十二届二次会议 十二届全国人大二次会议

