

荣耀与全球分享中国开放式创新

□ 本报记者 刘燕



荣耀、同济大学、
米兰理工大学签约

赵明认为,对于华为来说,产品和服务是企业的核心,是“1”,互联网助力相当于10的N次方,但如果没“1”,后面多少个“0”都无意义,荣耀做“笨鸟”,就要把“1”做扎实,构建企业长远发展的能力。

益普索的调研显示,在中国,荣耀品牌满意度高达90%,领先于苹果的87%,全行业第一,在赵明看来,这个调查结果对他们是莫大的荣耀和鼓励。

奠定全球互联网手机品牌领导地位

小米推出互联网手机,成为手机界的标志性事件,在互联网手机的玩家中,荣耀是斜刺里杀出的黑马。2014年是荣耀爆发的一年,24亿美元的销售额,2000万部手机的出货量,这个出货量意味着什么?意味着每1.5秒就会卖出一台荣耀手机。

华为是技术创新的典范,小米是商业模式创新的榜样,技术创新与商业模式的创新,对不同企业带来了不一样的贡献。赵明说:“两种模式无优劣之分,商业模式的成败不一定要以技术创新为基础,但是两者却可以同时间采用。技术创新较强的企业可以尝试新的商业模式,而商业模式创新成功的企业,可以以市场领先反哺技术创新。”

作为传统模式创新的代表,华为的特点是对技术锲而不舍的追求,过去10年,华为研发投入累计超过1900亿元人民币。与小米的“粉丝经济”、“经济营销”最本质的差别是,经过几十年的积累,华为形成了以核心技术和标准专利为核心的竞争资源。

荣耀的快速发展,是华为品牌背书、芯片等优质资源倾斜以及互联网模式的综合作用,但也是荣耀视质量为“自尊心”,通过研发投入、严格的生产管控、严苛的质

量标准,严谨的测试与验证来保证产品质量的结果。

荣耀不久前销毁近2000万元手机的行动震动业界,赵明说:“荣耀必须坚守让品质为产品代言,如果说华为、荣耀的产品品质要赶超日本德国,必须要走这一步,这也是我们坚持笨鸟先飞的一个方面”。而据了解,之所以要销毁这批价值2000万元的手机,是因为运输途中极意外的轮胎起火,导致集装箱中部分手机有可能受影响,并不影响手机的使用。业内人士指出:“华为及荣耀已经通过其产品质量,赢得了超高口碑,这种口碑将带来持久收益,同时也树立了全球一流品质标准;其通过全球化的品牌运作和市场开拓,把代表中国的世界一流产品带到全球,树立中国产品的世界标准。”

今年2月,赵明成为荣耀新掌门人,标志着荣耀国际化拓展的全面铺开。在出任荣耀总裁前,赵明担任华为西欧地区部副总裁,海外布局对赵明来说应该是轻车熟路,华为内部人士也认为,赵明的海外经验会让今年攻坚海外的荣耀加分不少。华为终端负责人余承东在接受媒体采访时也承认,赵明的加入,会在原来的基础上将荣耀子品牌更快的推向全球。

保持独立,借势华为,走海外战略,是赵明履新后透露出的信息:“荣耀将获得华为内部的大力支持,荣耀将依托华为强大的研发平台和实力,强大的麒麟芯片,神秘的2012实验室,法国的美学设计中心,给荣耀的创新之路插上翅膀。”

摆在赵明面前的是更高的销售目标,2015年,华为荣耀的目标是4000万台销量,50亿美金销售额,其中,海外销售目标是实现4倍增长,由原来的150万台达到600万台。

《中国工业软件产品大全》发布

2015年第六届中国工业软件发展高层论坛上,工业软件联盟常务副秘书长杜京哲发布了《中国工业软件产品大全》2014版,该大全共收录产品研发类、生产管理类、生产控制类、协同平台类、嵌入式五个类别的工业软件产品4687款,按其应用领域分为制造业3305款,电力、燃气与水的生产和供应业664款,采矿业287款,建筑业83款,工业领域各行业通用软件348款,并依据《国民经济行业分类与代码》(GB/T4754—2002)的工业分类,将产品信息进行了44大类、102中类、535小类的细分与排序。同时,在工业软件联盟官方网站上线了该大全的电子版——工业软件超市,可随时更新软件产品信息供用户选择。

当前正出现以信息网络、智能制造为代表的新一轮技术创新浪潮,传统制造业将被更多地融入互联网技术、软件技术、自动化技术、现代管理技术,以及新的服务模式。

运营商提速降费进展缓慢

三大运营商公布“提速降费”方案已满月了,但这一具体举措并未过多落地,也没有具体落地时间表。虽然“提速降费”是众望所归,但三大运营商重视力度不够。其实,提速降费对于运营商早已不是技术难题,真正的考验在于利益取舍。

其实要做到真正的提速降费并不难,首先,运营商必须要提升以消费者为主的意识。其次,相关信息管理等部门还须进一步细化与完善政策和要求,给运营商“提速降费”制定与明确一些硬指标,督促运营商拿出一个时间表来,并同时加强管理和落实。

如果运营商的关注点不仅仅放在对自身收入影响方面,“提速降费”应该相对会容易很多。

国内首个数据经济研究中心成立

6月10日,阿里研究院宣布正式成立国内首个聚焦于数据经济领域的研究中心。当天,该数据经济研究中心发布了《从IT到DT》和《云计算开启信息经济2.0》两份报告,向外界清晰的描绘了DT时代的图景。

阿里巴巴集团副总裁兼阿里研究院院长高红冰表示,数据已经成为一种新的经济资产类别,就像货币和黄金一样。我们正在从IT(信息技术)时代进入到DT(数据技术)时代。阿里巴巴集团不仅在实现业务数据化,而且基于数据加速业务创新的步伐。阿里巴巴的数据能力也在帮助越来越多传统的用户实现数据化的转型。

按照规划,数据经济研究中心将进一步拓展数据经济领域的相关专家学者及研究团队,持续探索奠定数据经济的学术基础,从多角度探讨该领域的前沿问题,推动数据科学、经济、管理、社会、法律等多学科的交叉研究,共同开启数据经济的未来。

数据的沉淀、开放、分享与加速流动,将为经济和社会各方面带来前所未有的变革。

滴滴快的新一轮融资或达15亿美元

近日,有消息称滴滴快的正在进行新一轮约15亿美元的融资,如果这项融资完成,滴滴快的的估值将在120—150亿美元之间,这将使他们成为继小米之后的中国第一互联网创业公司。据悉,参与此轮融资的包括新投资者和既有投资者,估值则较两家公司今年2月合并时翻了一番。

值得注意的是滴滴快的在中国的主要竞争对手Uber此前也宣布以500亿美元的估值融资15亿美元,并计划在中国投入高达11亿美元撬开交通服务这个市场。据易观国际测算,中国专车行业目前由滴滴快的主导,市场份额达到78%,Uber在中国的市场份额约为11%。

滴滴快的与Uber在国内市场的竞争很快将进入白热化阶段了。

创新根植荣耀血脉中

“以创新来为发展赋能,是所有国家着力的方向,国家创新产业发展,需要所有企业的共同努力。”赵明表示,创新是企业的基石。创新,早已根植到荣耀的血脉里。

以“勇敢做自己”为品牌理念的荣耀(honor)是华为旗下面向年轻人的互联网手机品牌,拥有2000万以上的用户,其产品销往全球74个国家和地区,目前已初步奠定全球互联网手机领导品牌的地位。

在智能手机行业里,荣耀一直在追求更极致的创新,但赵明强调:“企业创新不能闭门造车,有朋友才有未来。”以开放的心态和所有的优质合作伙伴共同创造是荣耀坚持的方向。

荣耀这种开放式的创新是以技术为企业核心,整合全球优质资源共同创造,并输出给全球市场的创新。举例来说,荣耀有世界一流的麒麟芯片,独有的后置仿生平行双镜头技术,领先的4G、5G通信技术等等,而法国人对时尚美学的敏锐,意大利在艺术设计上的历史沉淀,俄罗斯人在算术方面的精通,印度在软件方面的特长,通过整合这些全球优势研发资源,可赋予手机更好的体验。

在开放的同时,荣耀认为创新要以人为本,更关注广大的年轻互联网用户。对此,赵明说:“我们需要知道他们的所思所想,他们的喜好。所以,我们喜欢并坚持与年轻人平等对话。”据了解,在包括自己的网站及全球各种社交平台上,荣耀不仅开放征集互联网用户对产品的意见建议,这些用户更可参与荣耀的产品设计,甚至生产过程、发布过程、销售过程、服务过程等荣耀都让用户参与,在深入彼此了解的同时,激活年轻人更多的潜力,“让年轻人与企业共同成长”。据赵明介绍,在印度,荣耀设立了基金:每出售一台荣耀6plus和一台荣耀4x手机,就有0.1美元进入基金,用于奖励那些在ICT技术方面有创造性的年轻人。

与目标用户的深度沟通与彼此帮扶,从荣耀的角度讲,是为了给用户一个极致的产品体验。赵明坦承:“其实做一款手机的门槛并不高,但没有技术积累、品质保证,无法给消费者带来极致体验的企业,不能走得长远。”

没有任何一个企业走得长远,为此,荣耀以“笨鸟”的方式专注于产品品质和消费者体验。“创新是一个甘苦兼具的积累过程,要更专注,不走机会主义。”

互联网信贷消费领域还有机会

□ 陈杰

互联网金融的火爆也带动了互联网信贷消费的快速发展,虽然当初巨头们设想的“网络信用卡”因某些原因“胎死腹中”,但用于自身平台的阿里“花呗”和“京东白条”已经成为互联网消费金融领域的大佬,而趣分期、分期乐、99分期这些垂直的校园分期平台也快速成长起来了。一时间,互联网消费金融领域已然成为电商、创业团队以及风投们的香饽饽。大佬云集加之新手不断涌入,互联网信贷消费领域的竞争也日趋激烈。

综合类电商平台如阿里巴巴、京东等大佬在消费信贷方面已然自给自足,暂未对外扩张便是互联网信贷消费行业的机会所在。“垂直类的电商目前重点主要放在自身业务上,没有精力或者说还没有实力去自建支付以及信贷消费平台,这便是我们第三方互联网金融公司的机会所在。”立志要做消费金融平台的创业公司“闪钱包”CTO陈栋坚定地这么认为。

“闪钱包”成立于去年11月份,目前已获得500万

美元天使轮融资,于今年1月推出了网络消费金融平台闪白条,已有用户20多万,并与国内知名的去哪儿网、天天网、美丽说、淘世界、银泰网、星美汇、健一网、360影视、贝贝网、万集客等电商平台合作推出了在线授信即购即买服务,其服务形式和“京东白条”以及阿里“花呗”很像,都是针对网购的消费分期信贷服务。但不同于“京东白条”和“花呗”只服务京东或阿里自身电商平台上的消费,闪白条在做的是一个平台级的消费金融产品,即用户在其合作的电商消费时都可以使用,而不是局限在某一个电商的消费。当然,如果仅仅只是跟大佬们打差异化服务,在竞争如此之激烈的互联网信贷消费领域肯定不足以支撑一个初创企业的成功,用户体验和风险控制才是闪白条的致胜法宝。

稍微体验一下业内现有的互联网消费金融类产品就不难发现,现在很少有支付或白条应用在使用时需要用户从电商商品页面跳转到他们的页面才能完成购物,而跳转的过程中很容易造成用户流失。而闪白条

为了解决这个问题会和合作电商平台达成协议,在用户注册电商平台时就告知用户自动注册闪白条,避免用户之后购物过程中需要跳转重新注册的麻烦。而在风险控制上,“闪白条”基于大数据技术与风控技术,会根据用户的购物记录、社交账号信息、个人信息、注册行为和银行卡流水等数据为电商平台用户进行用户画像与风险评估,以此来确定授信给用户的额度,从而最大程度上的控制风险发生概率。

当然,诸如闪钱包这类以服务电商平台的第三方互联网金融公司,在这个阿里和京东已占电商领域市场份额半壁江山的领域想要存活也并非易事,需要足够的初劲来攻克垂直电商这一电商领域潜力还算巨大的长尾市场,只要有信心去挖掘那些中小型垂直电商的需求并能够很好地服务他们,开辟出互联网信贷消费金融的一片蓝海也不是没有可能。

■IT江湖

招股书显示:联想控股预计全球发售约3.53亿股,最终发售数量视超额配股权行使与否而定;其中包括约1765万股香港发售股份(可予调整)及约3.35亿股国际发售股份(可予调整及视超额配股权行使与否而定),定价区间为每股39.8港元至43港元。

联想控股目前的股份结构中,有20.4%属于创业员工,受惠人数达到600人,有8.17%归属核心团队。其中柳传志持股约为2.83%,朱立南持股2%,宁旻持股1.5%,陈绍鹏与唐旭东均持股0.83%。以发售后的总股本24亿股、股价43港元计,联想控股市值超过1000亿港元,联想控股上市,将批量制造亿万富豪。(刘燕)

为了配合此次公益行动,360公司和化学工业出版社共同编写并出版了一套《芝麻的安全360》儿童读本。据了解,2014年11月3日“守护宝贝”公益活动正式启动,活动发起方360公司搭建了守护宝贝平台,向全国发布儿童失踪信息、征集线索,以帮助警方在“黄金24小时”内迅速破案。

一直努力守护儿童安全的360公司,同样在近日推出了第三代具有防儿童走失功能的360儿童智能手表。除了在对2代已有的四重定位、录音、一键报警等功能进行全面提升之外,此次还专门增加了双向通话功能,家长可以直接通过手表与孩子进行通话,待机时间也增加到5天之久,为家长和警方的寻找赢得更多的时间。(向阳)

联想控股赴港上市路演

6月15日,联想控股在香港公布其首次全球发售的招股说明书,预计挂牌时间为6月29日。

就在联想PC业务蒸蒸日上之时,柳传志将联想拆分为联想集团和神州数码,交由杨元庆与郭为领军,自己退至母公司联想控股,操盘布局投资业务,先后成立了联想投资(后更名君联资本)、融科智地和弘毅资本等公司。目前联想控股的战略投资业务包括IT、金融服

务、现代服务、农业与食品、房地产以及化工与能源材料六大板块。由联想控股作为资本后盾,全力支撑各大业务板块的纵向开拓。

在当时一片整合上市的宏观背景之下,联想的拆分很有些与大潮流背道而驰的味道。但如今,杨元庆、朱立南、赵今欢、陈绍鹏,这批独当一面的联想人,无一不是柳传志借由拆分机会孵化而成的新生代领袖。

芝麻,将带着少年儿童安全教育读本——《芝麻的安全360》,在全国100所小学内开展儿童安全教育公益课堂,帮助孩子们建立无死角的危险免疫系统。

在安全课堂上,芝麻除了向同学们传授防拐、防骗等陷阱之外,还将覆盖包括家庭日常用火用电、户外交通安全、野外生存等一系列自我保护技能。让孩子们尽早的学会自己来躲避危险,帮助他们建立一套危险“免疫系统”。

“守护宝贝”安全课堂进校园

“大千世界无奇不有,人贩子可都是伪装大师……”6月15日,“守护宝贝”公益课堂安全大使、央视主持人芝麻走进北京东城区府学小学,给孩子们上了一堂别开生面的安全教育课,形象的解读让孩子们很快就get到防骗、防走失的技能。

“守护宝贝”公益活动由人民日报新媒体、360公司等多方发起。今年出任该公益活动安全大使的央视主持人

马云为在美中小企业打开中国电商市场

继去年IPO路演之后,“阿里巴旋风”再度登陆美国。近日,阿里巴巴集团董事局执行主席马云应邀开启为期三天的美国之旅,让在美中小企业家期待不已。

日前出版的《华尔街日报》刊登了题为《中国将成为美国中小企业的下一个希望》的马云署名文章。马云强调,阿里巴巴将会致力于为企业打开中国市场,让即便是最小的企业,也能触及消费者。

阿里巴巴在美国市场的战略是要帮助尽可能多的美国创业者,帮他们把产品卖到中国。马云表示,当前中国的中产阶层人数和美国人口数量相当,预计7年以后将翻番。今天的中国和十年前完全不同,第一波全球化浪潮创造了中国工薪阶层,其后的增长创造了一个中产阶层。“这是一个巨大的新消费阶层,有着足够的可支配收入,但是他们的钱花在哪里,是阿里巴巴在美国市场战略要考虑的。”

“我们希望尽可能帮助美国创业者,中小企业和所有规模的公司向中国消费阶层出售商品。”阿里巴巴集团副总裁Jennifer Kuperman表示,“阿里巴巴的全球化雄心在于,让中国消费者获得他们想要的美国商品,同时,创造就业也会增加美国对中国的出口。”(陈杰)

趋势科技发布安全移动办公软件

随着BYOD的普及,越来越多的全球范围内的企业级用户都开始着重发展基于云计算的移动应用战略,“云办公”和“移动办公”正在取代传统的PC应用。为了帮助企业用户将移动设备全面融入现代商业活动,确保员工安全、便捷、高效、合规且跨平台地访问企业数据 and 应用程序,趋势科技近日推出了全新的安全移动办公软件(SMW)。

作为一款专门针对移动办公的APP安全发布平台,SMW以区别于传统移动设备帮助用户有效防御移动威胁带来的数据风险,并且能够同时支持Android、iOS、Windows手机、平板电脑等多种设备。趋势科技(中国区)高级产品经理刘政平表示:“SMW有别于传统移动设备管理(MDM)粗暴的管理方法,超越了VDI虚拟化桌面程序的应用范围,实现了更高效、更安全的移动化管理。其原因在于采用了Virtual mobile infrastructure虚拟移动架构,这项全新的技术能够在服务器中建立虚拟安卓系统,可以在安卓、苹果、微软等移动终端系统实现桌面化的远程访问,在低成本、高安全的云端存储和管理移动应用数据,消除BYOD安全风险。”

据了解,SMW虚拟移动基础架构的先进性可以在安全、管理、部署、维护等多个维度表现出来,而基于安卓虚拟机的开发、集中配置和发布,不仅可以在几秒钟内完成应用发布,更可以调用本地的各类传感器,有利于APP发挥其移动场景中所需的定位、拍照等功能,让用户用户充分享受APP带来的移动体验,彻底打消安全顾虑。(陈杰)

调课师创京东股权众筹最快纪录

作为首批上线京东股权众筹平台的项目之一,调课师上线仅3小时就完成了1300万融资目标,创造了当时京东股权众筹平台最快纪录。

据了解,调课师创立之初就是想要解决用户的痛点:好吃又便宜,购买方式方便。他们采用了“预订+自提”的方式,让消费者通过调课师微信服务号进行购买,同时调课师推出“0.99拼单”、“今日提”、“产地预订”、“农庄采摘”等服务。通过公开“成本价+服务费”的方式,公开透明让消费者放心购买。线下实体店每天还会推出限时特价水果,深得“大妈”们口碑。中国一家大超级的消费潜力,掌握着家庭财政大权。调课师正是看到水果消费这样的特点就提出了“做中国大妈的水果O2O”的口号,把大妈当作目标用户,但不一定是消费用户,他们还提出“孩子定,大妈提”的消费方式。通过水果用家庭社交的方式把孩子和爸妈联系起来,通过购买水果的方式变成维系情感的方式。

调课师是一家互联网创业公司,但调课师更重视线下。在调课师创始人肖洪涛看来,很多人是被电商洗脑了,所以才动不动就想在线上卖给全国,而他们还相信O2O的根始终在线下。对于一家创业公司来说,线下一发展意味着需要更多的资金。京东的股权众筹是采取“领投+跟投”的模式,领投者对项目方向和价值的判断相当重要。而调课师能够在3小时募集1500万元,得到了投资人、创业者和媒体的高度关注,获得了除了资金之外的品牌溢价,在业界看来,这种溢价很难用钱来衡量。

肖洪涛透露,调课师已经准备登录新三板。新三板相较于A股允许高管出售100%的股权激励。而调课师一直想把自己演变成一家大众型公司,通过尝试众筹的方式,让更多的人成为公司的股东,然后再登陆新三板,可以让投资者更好的退出,这是对“众创”模式最好的诠释。在肖洪涛看来,登录新三板后,调课师要在透明的模式下,可以让所有人用最好的方式吃到最喜欢的水果,同时让部分懂你的人能够尝到应有的甜头。(陈杰)