

同方创新在路上

——访同方股份有限公司总裁范新

□ 本报记者 陈和利

目前,中国经济发展进入新时期,尽快形成人人创新、万众创新的局面,关乎经济能否再上新台阶。创新是发展的动力源泉,创新的主体是企业。6月25日,以立足科技,发展科技产业,创建世界一流高科技企业为愿景的同方股份有限公司迎来了18岁生日,记者借此机会就企业创新这一话题采访了同方股份有限公司总裁范新。

科技成果对接还要企业自身硬

范新介绍,成立之初,清华大学对同方的要求是科技成果转化。当初同方是把清华的精细化工、计算机、软件、智能建筑等捆在一起,捆绑上市。初期同方的主业也比较多,最终主要集中在信息和节能环保两大领域。同方的发展战略史上有三个重要的时期,首先是“技术加资本”,强调在承担科技成果转化使命的同时,确立了信息与节能环保两个重要的战略方向,在初期实现了超常规的发展。2002年同方提出了“合作与发展”的战略路线,坚持发展自主创新的核心能力以及核心主干产业的布局,这时公司不仅坚守自身内生型发展,同时还广泛的在各个方面与社会开展合作。随着同方产业规模的不断壮大,“品牌化和国际化”成为第三个发展战略。

这些年,同方从清华大学培育出来的最典型的企业是同方威视。1996年1月,清华大学承担的国家“八五”科技攻关项目——大型集装箱检查系统通过了国家科委和国家教委的联合验收,我国成为继法、德、英之后世界上第四个拥有这一技术的国家。次年7月,刚刚成立并上市的清华同方承担了该项目的孵化工作,投资3000万元成立了威视的前身——“清华同方股份有限公司核技术公司”,该项目负责人及骨干以“带土移植”的方式进驻同方。大家一起,从技术做成产品,从产品做成系统,逐渐做大做强。如今,威视产品及服务已遍

布五大洲130多个国家和地区,涵盖民航、海关、城市轨道交通、铁路、港口和重点安防机构等行业,得到世界各国用户的广泛认可,在全球市场上占据重要地位。另外一个典型案例是同方国芯。今天的国芯是从清华大学微电子所的科研项目孵化发展而来的。概括而言,同方有的产业,清华大学基本上就有个对应的院系、研究所或研究室。同方产业孵化以及和高校的对接有自己独特的地方。目前世界上的科技成果转化为什么很低,同方在这方面进行了很多探索,产学研是同方非常典型的经验。但范新认为,产学研并不是一味的依赖于学校。企业光靠别人输入是不行的,一是别人的东西不一定适合自己,另外适合的东西没有能力也不可能对接,也不可能吸收消化和再造,所以自身能力要强。

企业跟高校的对接或者跟科研机构科研成果的对接,首先是人,另外是过程,还有就是相互的资源,除了形成对接还要形成优势互补。怎么解决人的问题,比如威视和国芯在同方产业化、科研负责人都是“带土移植”到同方的。再有就是过程,比如同方威视跟清华大学相关院系到现在还保持着一个持续合作开发的过程,有一些事情系里能做,有一些公司做,有一些事情是系里和公司成立的联合研究室在做,还有一些向系里采购。同方跟科研院系有很好的合作模式。要保证做事持续性,把教授的优势跟产业优势叠加,作到你中有我我中有你。

拥有自主核心技术才有底气

范新认为,中国的科技成果在产业化转化率是比较低的,这是国家一直很关心的问题。原因大概有几个方面,首先就是彼此的割裂比较多。因为研究和产业本身严格意义来说不是一回事。其次,企业要有较强的综合能力。教授研究出来

的东西虽好,但在产业中实现不了也不行,所以企业要有一定的自主核心的技术,综合能力,包括思想能力,比如跟教授沟通要早一点,别等教授们研究成果出来了再开始。

在创新方面,一方面是同方自己鼓励企业创新,作为同方这样的公司一定要通过创新,哪怕是跟学校、跟社会合作也要通过自主核心技术。如果说一件事情没有自主核心技术,同方肯定不会干。范新的观点是有了自己的东西才能显现出来竞争优势,才能对它未来的发展心中有底,否则的话就是无水之源。在同方这样一个孵化创新的平台上,也在对创新的方式、模式和内容进行一些调整和改变,比如同方有座楼是一个面向社会的也包含面向自己产业的创新孵化器,甚至同方员工如有想法,其创新项目将优先得到公司两支基金的支持。在全民的创新创业方面同方能做的事情一个是围绕本产业做什么,另外一个就是围绕同方为社会提供服务做什么,比如孵化器更多是服务。还有就是同方可能更多的去扮演孵化培育之后在加速器阶段的角色。

在谈到同方未来一年的产业布局和发展战略时,范新介绍说,我们认为还是顺着既定的战略去走,现在国家在大力推动信息安全及自主安全可控,信息安全已经成为一个很重要的方面。在信息安全产业板块,同方要着力发展全国产的硬件设备,比如计算机、台式机、笔记本、服务器等,从芯片、外设、中间件等都是这样。另外,在智慧城市、数字城市、城市能源方面也是要积极推进。当然,智慧城市目前发展的没有那么快,但它代表了一个未来的方向。同方在这方面有很好的基础,现在也在跟很多城市签订一些协议,然后进行顶层规划、分步实施、分步建设,包括采用一些类似PPP的方式。再有就是节能环保领域,同方在这方面计划投入更大力量。

奇酷科技新手机即将发布

6月27日,周鸿祎向奇酷科技公司全体员工发出内部邮件,肯定了公司半年来的业绩,并任命了三位高管。邮件中同时透露,奇酷新手机即将发布。

邮件中提到,任命李旺担任奇酷科技总裁,潘志勇担任奇酷科技首席商业官(CBO),祝芳浩担任奇酷科技首席技术官(CTO)。

周鸿祎在邮件中表示,奇酷科技业务半年来进展非常顺利,已经进入高速运转期。奇酷科技的磨合并产生强大战斗力的速度远远超出预期。

除了任命高管之外,周鸿祎强调新公司重视互联网平等精神,内部充分讨论,互相PK和支持,力求做出真正受用户喜欢的产品。对目前的进展,周鸿祎非常满意,并感谢同学们夜以继日的辛勤工作。

邮件中同时透露,奇酷科技第一款手机产品将很快发布。(向阳)

博通扩大在华战略合作

6月25日,美国博通公司与包括华三通信、浪潮和四达时代在内的多家中国企业签署了一系列合作谅解备忘录。博通公司将借此不断扩大在华战略合作,并进一步拓展其在家庭娱乐和数字家庭领域的业务。

在签署的合作谅解备忘录中,博通与华三通信合作,将推动云端与互联网服务的融合,优化当前和未来平台架构的互动操作和性能。与浪潮集团合作,推动中国超高清机顶盒产品的持续创新,促进4K超高清机顶盒产品在中国持续发展,共同打造全新的DCCS15.0超高清机顶盒。博通与四达时代合作,共同开发设计面向非洲市场的机顶盒产品,开发一系列低成本机顶盒和高端超高清家庭网关。

博通公司全球销售执行副总裁Michael Hurlston表示,中国电子市场正完成从全球制造基地向设计开发领导者的转型。

快速的市场增加将有利于博通的战略推动,与本地区多家领先企业合作,将有利于博通公司未来的创新发展。(科研)

“六云智能系统”发布

日前,实体经济移动互联网服务平台发布暨云路通“六云智能系统”行动计划全国巡展启动大会在京举行。

以网合集团为代表的信息科技先导企业推出的核心产品“六云智能系统”是包含云路由、云存储、云物联、云视频、云推广和云媒体六大智能模块:系统硬件组成是智慧平台的基础,能够智能管理接入用户数据特征、个体属性,衔接智能APP实现远程商业管理,从而精准定位营销与大数据云商服务;通过系统中各子模块的无缝链接,完成大数据的采集、分析和利用,实现庞大的数据库管理。同时还能通过“六云智能系统”的云推广和云媒体功能,推行行业应用的升级版O2O商业模式,实现不同行业、领域商家企业数据接入通道所附带的页面推广资源、通道合流资源等合作的共赢与互惠,也让更多的农产品产销的异业联盟梦想真正变成了现实。

以数字化的视角来看,“六云智能系统”每个云路由由智能节点设备多点相互之间数据流、信息流、应用流、服务流的交换和价值传递体系在逻辑层面打造出未来数字化城市功能轮廓——虚拟城市综合服务体。(张国芳)

世纪佳缘注册用户数突破1.5亿

6月25日,婚恋交友运营平台世纪佳缘宣布,截至2015年6月24日,世纪佳缘注册用户数突破1.5亿,其中包含世纪佳缘网、爱真心和求爱网三个平台的合计注册量,其中世纪佳缘网注册用户为1.34亿。

据了解,2015年以来,在世纪佳缘新增用户中,90后用户占比达到46%,在1.5亿的注册用户中占比达到26%。据艾媒数据显示,世纪佳缘在中国互联网婚恋交友行业一直稳居第一,不仅在用户注册量、活跃用户数以及用户黏性、覆盖人数等方面均居首位,世纪佳缘App的下载量和知名度更是遥遥领先。

“不断增长的用户注册量表明我们的战略具有长期可持续性,这是婚恋网站的生存之本。”世纪佳缘首席执行官吴琳光表示,“特别是2014年底我们推出了新版APP,加码布局移动端,进一步促进了用户的增长。”截至2015年3月31日,世纪佳缘的移动端登录次数占比达到67%,为提高用户留存率和用户黏性做出了重要贡献。

同时,世纪佳缘最新公布财报显示,2015年第一季度,世纪佳缘实现净收入人民币1.694亿元,同比增长26.1%,这是世纪佳缘自上市以来连续第16个季度净收入保持同两位位数或以上的增长。(陈杰)

百度糯米发布“会员+”战略

3年追投200亿元欲颠覆产业格局

6月30日,百度糯米正式发布“会员+”O2O生态战略,百度董事长兼CEO李彦宏宣布将在3年内对糯米业务追加投资200亿元人民币,释放出颠覆产业格局的强势信号。

李彦宏表示,移动时代,百度正通过技术产品和生态布局实现索引真实世界,连接人和服务。百度糯米作为连接本地生活服务的重要平台,近一年来取得了高速发展。未来3年内,百度将向糯米业务增加投入200亿元,进一步扩展糯米用户,完善商户生态建设,全面提升用户体验,使糯米业务在短期内实现突破性增长。

百度副总裁、百度糯米总经理曾良表示,区别于传统团购平台用户忠诚度低、损伤消费者体验、恶性竞争三大硬伤,百度糯米“会员+”机制具备为商家带客、为消费者升级体验,与商家共建良性生态三大优势。

百度糯米“会员+”战略体现在产品端有两大特点:第一,在百度糯米客户端首页设置精选品牌专区,帮助商户搭建自我营销平台。精选品牌专区不是简单的团单展示,而是对接商户CRM管理系统,给用户管理和产品开发提供了更高的自由度。基于“会员+”系统,百度将联合商户,开发出种类丰富的店铺页聚合、储值卡、到店付和帮连等方式,打通百度糯米会员体系与商户CRM管理系统,利用大数据和用户行为数据为商家管理和营销提供精准决策依据,不断提高客户留存率和消费频次。第二,建立百度糯米VIP机制,用户在消费累积达到一



定金额后,自动成为VIP会员,可在精选品牌专区享受上折再减,为商家多入口、多场景引流新用户,并提升糯米平台整体的用户粘性。

对商家而言,传统团购模式下,用户主要是价格敏感型消费,对商家的忠诚度非常低,久而久之,商家离用户越来越远。同时,由于商家在团购用户上获得的利润微薄,他们往往倾向于在服务中歧视团购用户,使团购用户的消费体验受损。在生态关系上,传统的团购模式已陷入低价竞争的恶性循环,商家和平台互相羁绊、争利博弈,平台进入补贴怪圈。百度糯米“会员+”机制与商户共享客户信息,帮助商户建立自己的线上会员体系,培养忠实用户。商户在这一友好模式的激励下,将通过自身力量主动推广“会员+”,实现

工商总局与360共建全国电商监管系统

6月30日,国家工商总局、北京市工商局与360公司在京签署《全国第三方网络商品交易平台监管系统》协议。根据协议内容,在国家工商行政管理总局网络商品交易监督管理局和北京市工商行政管理局的委托下,360将着手研究建设“全国第三方网络交易平台监管系统”。

据悉,该系统将汇集国内所有网络商品交易平台和经营者的相关数据,成为该领域内首个最大、最完备的监管平台。通过360的领先技术和大数据优势,实现全国范围内的工商管理联动,旨在从根本上解决过往交易中频繁出现的假冒伪

劣商品,先提价再降价等虚假促销和购物欺诈等问题。

作为我国市场监督管理及相关行政执法工作的主管职能部门,国家工商机构将2015年确认为“网络市场监管规范化建设年”。其中,“以管网网”是其健全完善网络市场监管规则的一个重要举措。此次工商机构选择360作为“全国第三方网络交易平台监管系统”的合作伙伴,主要是基于360的技术实力和服务能力。

作为全球最早开展反诈骗服务的互联网安全厂商,360通过云安全技术平均每天为全国网民查

大众点评与百盛达成战略合作

6月30日,大众点评与百盛商业集团(简称百盛)在上海正式宣布达成战略合作。未来,大众点评将为百盛遍布中国33个城市地59家分店全面提供O2O解决方案,加速百盛线下实体店向O2O的商业模式转型。同时,此次合作还将为大众点评超过2亿的月活跃用户提供更加丰富的应用场景。

大众点评CEO张涛表示:“大众点评是国内领先的本地生活信息及交易平台,而百盛是目前中国最大的时尚百货集团之一,此次战略合作,是双方发挥线上、线下优势,对面向未来的购物中心O2O模式的一次全新探索。”

百盛商业集团CEO张瑞雄表示:“百盛即将要打造的,是中国领先的时尚生活概念零售集

团!此次与大众点评的战略合作,是互联网与传统零售巨头的优势结合。它可以为百盛带来一年至少50%的会员增长;也是百盛运用其丰富的跨国集团资源,推动大众点评积极拓展其国内和国外的市场战略。同时,百盛的线下购物场景结合大众点评的线上互动平台,能够为消费者提供更加多样化、全方位的购物互动体验。”

据悉,大众点评将为百盛提供包括移动官网、情景感知、O2O引流、团购、预约排队、线上支付、会员回馈体系和大数据等诸多行业创新产品在的一整套O2O解决方案,引导大众点评用户从以吃喝玩乐为主的消费场景延伸到购物等更加多元化的场景。(向阳)

商家与平台互惠共赢的局面。

据悉,百度糯米今年已经在餐饮和电影两个重点品类,逐步试水“会员+”战略,推出储值卡和优质院线联名会员卡。

北京著名粤菜馆“老广酒楼”联合百度糯米推出储值卡后,仅一家店内试运营四个月内就带来了百万元的新增流水。老广酒楼总经理张滨表示,“相比以往团购只带来单次消费的弊端,百度糯米储值卡将普通团购用户变了经常来消费的老用户,给我们带来了大量的线上会员”。

在此前的“五一小长假”期间,百度糯米与大地院线、星美院线、17.5院线联合推出10万张百度糯米影院联名会员卡,迅速售罄。星美院线总裁赵健表示,百度糯米联名会员卡,改变了电影在线选座市场的体验同质化弊端,帮助院线真正增值了电影会员,又提升了用户观影粘性及影院增值服务。

受各种利好因素影响,百度糯米预计,按销售收入计算,百度糯米将在2015年内登上本地生活服务市场三强之一的位置。

3年200亿的巨大投入,彰显了百度糯米一定要把本地生活服务做成的决心,而百度糯米首创的“会员+”战略真正做到了商户、用户、平台三方利益协同,是一种充分符合O2O场景模式和未来趋势的创新。“中国互联网络信息中心(CNNIC)分析师高爽认为,随着200亿资金持续投入带来的全面资源优势,百度糯米将高速增长,对当前生活服务市场格局形成巨大冲击和颠覆。(向阳)

杀木马病毒2.25亿次、拦截钓鱼网站6600万次、提示诈骗电话1611万次、识别诈骗短信1300万条。除了为网民提供免费安全服务之外,自2012年起,360还开始为用户提供一系列独具特色的赔付式安全服务,包括网购先赔、手机先赔和搜索全赔等。

此外,360安全浏览器创新研发的比价系统,不仅可以比较同一商品在不同电商平台的价格,帮助消费者有效避免价格欺诈;同时,还可比较同一商品在同一电商平台的历史价格,帮助消费者识破商家“先提价,后降价”的猫腻。

通过此次合作,工商机构与360公司将优势互补、跨界合作、强强联手,以系统建设为引擎,引领全国工商系统网络安全改革,以服务监管为手段,吸引社会资源构建社会共治格局,以信用体系为目标,创造网购消费诚信环境。(向阳)

大众点评全新开发的情景感知功能,首次在与百盛合作中上线使用。情景感知可以精准定位进入百盛商圈的用户,并在打开大众点评App时,首页自动出现百盛购物中心入口。这一功能将帮助商场将线下的人流数字化,更好地追踪顾客的行动轨迹和购物偏好,为精准营销和优化运营提供支撑。

大众点评垂直业务副总裁姜晓博介绍:“根据大众点评的数据分析,在同一个商圈进行餐饮消费的用户中,有56%会进行购物消费,用户的重合度非常高。大众点评从去年开通购物频道,为用户提供更加丰富的购物体验。”大众点评购物频道目前已覆盖全国174个城市,收录的商场数量达2759个,覆盖近40万用户。7月份,上海淮海百盛旗舰店将会作为双方合作的首个试点,进行情景感知的打造,消费者到店后打开大众点评手机客户端,就会收到精准的百盛门店信息推送。(向阳)

阿里巴巴跨境电商版图初成

6月24日,继5月宣布启动首个国家馆韩国馆之后,阿里巴巴集团旗下聚划算平台和天猫国际联合开启“地球村”模式。美国、英国、法国、西班牙、瑞士、澳大利亚、新西兰、新加坡、泰国、马来西亚、土耳其十一国国家馆在天猫国际亮相。同日,阿里巴巴聚划算平台全面启动与20国国家大使馆合作进程,更多海外特色商品有望在聚划算实现首发。

据悉,世界国家馆项目在阿里巴巴集团内部代号为“baba去哪儿”计划,此次十一国国家馆在天猫国际正式开业是该计划的第二期,距离2015年5月18日阿里巴巴集团董事局主席马云与韩国副总理崔英焕在韩共同宣布韩国馆开幕仅一个多月的时间。当时马云明确表示,阿里巴巴将与各国政府合作开启更多“国家馆”,帮助海外优质品牌,尤其更多中小企业进入中国市场,服务中国消费者。

阿里巴巴中国零售事业群总裁张建锋在此次合作仪式上表示:“在中国,电商的渗透率只有约50%,而在韩国和美国,这个数字可以达到90%,可以看出,中国电商还有非常大的增长潜力,未来几年也将保持高速增长。同时,中国日益壮大的中产阶级消费能力强劲,对优质产品的需求旺盛,海外优质产品在中国具有非常广阔的市场前景。”

张剑锋同时表示,天猫、聚划算等平台为国外企业提供的不仅是销售渠道,同时也是中小企业以低成本进入中国市场的途径。此前,马云也曾表示,阿里的美国战略是要帮助尽可能多的美国创业者、中小企业家进入中国市场。

聚划算与20国国家大使馆合作以及天猫国际陆续开设更多国家馆等系列动作标志着阿里巴巴跨境进口版图初步形成。(陈杰)

龙安联盟亮相中科曙光技术创新大会

近日,在“2015中科曙光技术创新大会”上,国内唯一一家由企业自主研发的安全可靠信息系统应用推广联盟龙安联盟亮相,并推出首款安全可靠产品“龙安联盟自主可控一体机”。

龙安联盟是由神州信息与曙光共同发起,并联合龙芯、东方通、神州通用、中标软件等国内IT产业链骨干企业成立的紧密的合作组织。神州数码信息服务股份有限公司副总裁厉军表示:“当前我国安全可靠信息系统应用推广主要面临三个挑战——如何解决从安全好用得到系统好用、从单一项目好用到规模化推广好用、从上线好用到持续升级好用。”基于这样的思考,龙安联盟成立以来始终致力于以应用为牵引,组织产业链上下游企业、特别是基础软硬件厂商进行协同研发,适度适配。在过去一年中,龙安联盟针对系统的稳定性、应用系统的性能和易用性做了大量的尝试和实践。在稳定性得到提升的同时,应用系统的性能和易用性得以明显改善,测试数据已经达到较高的性能水平。

作为本次大会发布的自主可控重量级产品之一,“龙安联盟自主可控一体机”是联盟通过统一版本管理将适配、调优的成果进行固化,在形成一体化解决方案基础上形成的“应用定义、软硬结合、深度优化”的具备标准化基础软硬件功能的一体机产品。未来,龙安联盟将对推出的一体机实行统一品牌、统一价格体系、统一出货质量认证保证以及统一售后服务响应支持。(陈杰)

P2P租车叫板传统租车模式

宝驾租车日前在北上广深四地联动发起“1元租车”补贴大战。一时间,P2P租车吸引了大量的关注,其风头和行业关注度也超过了一些传统的租车企业。

分布网点更密、租车更便捷是P2P租车企业天生的优势,而以宝驾租车为代表的P2P租车企业模式是整合闲置私家车资源,通过出租的方式让私家车主受益,因此车队数量无疑要远大于传统租车公司。这也是包括宝驾租车在内的P2P租车企业为何在短短一两年之内就能拥有数百万辆挂车牌的原因所在。在汽车共享模式下,基于LBS,租客不用走很远的路去传统租车公司门店,在本社区甚至是自家楼下就可以租到满意的车辆。从这点来看,在企业车辆增长规模及便捷性方面,P2P租车行业胜利于传统租赁公司。此外,P2P的租赁价格普遍较传统租车公司便宜近一半,这是P2P租车行业的另一大优势,而这个优势则是第一个优势的延伸。

当然,依靠其资产运作及价格优势,P2P租车企业现在做得风生水起,但传统租赁企业并非没有还手之力。中国道路运输协会高级工程师张一兵表示,传统汽车租赁公司亦有自身的优势。比如租客的信任度、企业的品牌影响力、多年的汽车租赁经验等,这些都是刚刚起步的P2P租车企业所无法企及的高度所在。

传统汽车租赁企业由于有实体店的存在,会给租车用户一种信任感,规模越大的公司越是如此。另外由于其车辆属于自营,所以不存在P2P企业车辆丢失失主索赔的问题。相对于刚入行的P2P企业而言,各地的传统汽车租赁公司有着长时间的行业经验,对于各种事件的发生及事后处理有成熟的运作经验。这些优势是P2P租车企业短期内所无法消除的。

“另外随着互联网+概念的盛行,一些传统汽车租赁巨头也有着向互联网端发展的实力与机遇。在目前P2P行业还没有进入一家独大的时期内,不排除进入搅局的可能性。而他们一旦进入,凭借他们雄厚的资金实力与运作经验,必定会引起腥风血雨。”张一兵如此表示。

P2P租车企业与传统汽车租赁行业各有优劣,那么谁将会被取代?张一兵认为,中国汽车租赁市场目前还处于跑马圈地阶段,还没有哪家企业在市场占有率上占有压倒性优势。现在来谈取代的问题为时尚早。

这种观点也得到了不少企业的认同。宝驾租车CEO李如彬认为,国内P2P租车企业的首要任务是获得私家车主资源,中国有1.4亿辆机动车,其中有8000万辆私家车。而各大P2P租车公司车源加起来占比不到1%,离满足市场需求还有很长距离要走。现在谈取代谁为时尚早,当务之急是共同把蛋糕做大,在拓展车源的同时培育市场。

P2P企业在努力的壮大,传统租车行业也在做着自身的变革。整个租车行业还处于群雄争霸阶段,在租车行业尚未产生垄断性企业之前,谈二者之争还显得太早,这时候还是看谁跑得更快再说吧。(陈杰)