

抓住智能化机遇实现“弯道超车”

——联想集团董事长杨元庆话“金砖”

■ 于佳欣

金砖合作“金色十年”，也是中国企业加快“走出去”的10年。中国企业缔造了属于自己的“金砖传奇”，联想就是其中一个。

淬炼十年，成色更足。金砖国家领导人厦门会晤期间，联想集团董事长兼CEO杨元庆接受了新华社记者专访，讲述了联想开启的互利共赢金砖故事和未来期待。

发展：从50亿美元到60亿美元 10年业绩增长超10倍

第一个“金色十年”，金砖力量迅速成长：金砖国家的经济总量占全球比重从12%上升到23%，对全球经济增长贡献超过50%，为世界经济增长做出更大贡献的同时，也给企业发展带来巨大机遇。

联想财报中关于金砖的一个数据引人注目：上个财年，联想总销售达到190亿美元，其中有60亿美元来自中国外的其他四个金砖国家，而10年前，这一数字仅为50多亿美元，可以说，10年间业绩增长超10倍。

杨元庆说，无论是联想的个人电脑、智能手机，还是服务器，在金砖国家市场都到了长足发展。

在俄罗斯，联想个人电脑排名第一；在印度，个人电脑和智能手机进入前三；在巴西，联想智能手机排名第二；在南非，联想个人电脑列第二位……

“得益于金砖市场，联想的业务蓬勃发展。



同时，我们的产品也为这些国家的消费者带来实惠。”杨元庆说。

比如，除硬件设备以外，联想一款名为“茄子快传”的应用产品在国外广受欢迎。这个近场传输的软件，让朋友、亲戚、家人坐在一起时，不需要网络就可以分享内容。现在全球用户已达10亿，仅印度用户就超过3亿，在俄罗斯和巴西累计超过5000万用户。

经验：面向全球化 立足本地化

杨元庆表示，联想这些年的发展，一直致力于把自己打造为一个既是全球化，又是本地化的一个平台。

在资源布局全球化方面，联想在印度和巴西均有工厂，分别生产个人电脑和智能手机。这四家工厂每年生产超过2800余万部智能设备，产值超过45亿美元，总计创造了超过2万人的就业机会。

此外，联想的研发也是全球布局。在金砖国家中，联想在印度、巴西都有研发驻地。比如印度在软件外包、软件开发方面是强项，联想就把软件服务的项目放在那。

“全球化为我们带来规模优势、品牌优势和市场优势，而本土化让我们更好地融入当地市场，利用当地政策和人才为企业服务。”杨元庆说。

对于如何更好地在当地开展业务，杨元庆表示，每个国家每个民族都有自己的文化特色，不能强求一致，而是要相互适应。”他说，联想把坦诚、尊重和妥协的三个原则运用于文化建设和决策，这是联想拓展海外市场成功的重要经验。

未来：分享“智能化”机遇 实现“弯道超车”

金砖国家市场未来潜力何在？杨元庆认为，智能化是技术创新的重点之一，抓住了这一机遇，既能让金砖国家在新一轮技术革命中实现“弯道超车”，也能给企业带来巨大发展机遇。

“金砖国家的人口红利还没有完全释放出来。”他说，金砖国家电脑、智能手机拥有率低，基础架构普及率低，信息技术渗透率低。同时，金砖国家对IT信息技术的重视和创新，将为企业带来机遇。

他表示，联想未来将加强在金砖市场的终端设备、数据中心架构、智能解决方案等方面的投入。

杨元庆指出，过去信息产品都是舶来品，现在中国在互联网领域已建立起自己的能力和品牌优势，涌现了一批知名的互联网企业。“我们要乐于把技术和发展经验分享给他们金砖国家，让彼此在互惠互利中实现共赢。”

“智能化将是未来技术创新的重点。在这方面，金砖国家既有市场，也有人才，把握好机遇，就可以做到跨越式发展，实现‘弯道超车’。”他说。



方巍：国美将通过资本布局进行智能硬件供应链整合

■ 贾丽

近期以来，京东、阿里等互联网巨头纷纷瞄准新零售展开整合，而国美等零售企业也早已围绕这一领域展开布局，一场围绕新零售的大战硝烟四起。

“在国美从成立到发展的这三十年来，经历了暴风，但国美用自己的零售体系和模式形成了核心能力。可以看到，零售业竞争非常激烈，但零售的本质没有发生变化。”近日，国美互联网CEO方巍表示。

他直言，新零售不是闹革命，零售的一切变革都是消费需求变化的产物。他透露，国美将通过资本布局进行智能硬件供应链整合，向智能制造延伸，加速打造自主品牌系列产品。

电商的加入，让零售之战从原本国美、苏宁两家零售巨头在线下的厮杀蔓延到线上，京东、天猫逐渐在这一战局中扮演重要角色。而随着阿里巴巴、京东、国美等企业围绕新零售备战，新零售战场硝烟四起。

近日，阿里进行组织架构调整，重启网商大会，宣布整合阿里、蚂蚁金服、菜鸟等资源，加速新零售概念的渗透，打响零售新战役。

同时，国美也动作频频。方巍针对新零售再次发声，称零售不是闹革命，无论是第4次零售革命，还是第3次，零售的本质都是为消费者提供高品质的商品和服务。尤其是在消费升级的背景下，零售的一切变革都是消费需求变化的产物。

他认为：“目前零售的路径有很多，互联网的发展将原来很多零售场景打破，形成互联网技术重塑的新场景，但零售的本质没变。零售不是闹革命。”

“国美在去年提出6+1新零售策略，形成线上线下融合的新模式。我们看到，新零售的逻辑是用户新思维已经形成。国美已经从传统电器卖场加速转型为综合智能服务商。”方巍表示。

国美在将旗下众多实体店进行店面转型和变革后，今年5月份，国美电器更改为国美零售，正式由电器零售商转变为以“家”为主导的方案服务商和提供商。国美零售方面表示，当前集团的业务重点以及未来的发展方向是发展实体零售与互联网线上交易。

在开了全球首家VR影院后，国美又造起了家装体验店，在多元领域加速扩张。此前，国美宣布以2.16亿元领投标准化家装公司爱空间C轮融资，加速推进新零售转型。

方巍透露：“国美将通过资本布局进行智能硬件供应链整合，向智能制造延伸，打造自主品牌系列产品。”

卓维维：高通是智能出行的幕后英雄

■ 陈昕雨

回顾这五年，中国人的出行出现哪些新变化？9月4日，由新华访谈推出的《中国这五年》特别节目之出行篇在新华网演播厅举行，活动邀请百度地图、神州优车、摩拜单车、美国高通公司(Qualcomm)四家企业相关业务负责人，畅谈五年来大众出行出现的新变化、新体验，展望未来出行的美好前景和发展趋势。在活动现场，高通公司新兴业务中国市场负责人卓维维表示，5G时代的到来为大家带来更加智能的出行和更加美好的生活。而作为一家科技创新公司，高通在过去的30年中在研发方面投入了超过470亿美元。当前在智能制造、创新创业大潮下，高通愿做各种智能出行平台、解决方案和产品的幕后英雄和赋能者。她表示，通过技术创新，未来的出行将更精彩、更方便、更智能。

高通愿为智能出行领域 贡献技术成果

卓维维举例称，比如百度地图，它不仅只是一个应用，事实上，百度地图需要收集海量的数据，这样其路线才会非常精确，当路线在云端计算出来时，又需要以非常快的速度将之推送给最终使用者的手机上，这需要背后强大的计算技术和连接技术的支撑，比如高通骁龙平台。

再如，摩拜单车解决了最后一公里的问题，它有一个非常重要的需求，即非常精确地定位车辆位置，这样才能更好地服务消费者。高通的蜂窝物联网技术很好地解决了这一问题，可以让用户很快很精确地找到单车。

又如，在路上有很多专车在奔跑，用户需要这些专车，车在哪里？用户在哪里？如何把他们的供给和需求连接起来？高通基于5G的车联网解决方案很好地解决了这个问题。

“在智能出行领域，高通非常乐意做行业巨人们和新秀们的垫脚石，使高通的创新成果通过合作伙伴更好地服务大众，成为他们的幕后英雄”，卓维维称，我们非常荣幸能够分享积累的知识、技术和成果，与行业内的其他伙伴一起发展、创新、二次创新，做出完美的物联网解决方案，大家共同成长，“高通的生态系统是开放的，我们欢迎更多小伙伴的加入”。

用技术让“魔幻城市”的出行更精彩

近期，网上有一个很火的帖子刷爆了朋友圈，叫《8D魔幻的城市重庆 地图软件看了会流泪》。的确，在智能出行领域从来不可缺少棘手的难题，比如，像重庆这样地形路况极其复杂、道路层层叠叠、分支密布，如何为市民提供快速、科学的出行解决方案，考验着智能出行的平台及其背后的技术支持者。

对此，卓维维表示，高通可以通过技术的研发与创新，让重庆这样“魔幻城市”的出行变得更精彩、更方便。

她指出，智慧出行，仅依靠人的大脑是不够的。物联网的定义是物和物之间可以交流，可以对话。不仅如此，当把一颗芯片安置到物体中时，在一定程度之上就给了它“眼睛、嘴巴、耳朵”，这样物和物之间才会交流，交流的数据通过5G时代的技术飞快传输，传到云端，进行计算，计算的过程又给了物“大脑”，或者说给了它一颗“心”，让连接起来的物活

了起来。

卓维维描绘一个在不久的将来有可能实现的场景，人们在车里安装芯片，车和车之间得以相互对话。比如，一辆专车可以告诉另外一辆专车，“我现在正处在一个非常拥堵的地段，你最好绕路而行。”车和车之间也可以对话，人可以告诉车，“我希望按照百度地图这样的路径到达目的地”。车也可以跟云对话，云会告诉车，“最快的行走路线应该是什么样的。”与此同时，从红绿灯以及其它公共服务设施上都可以收集交通相关数据、图片、语音，或是传感器、雷达收集的信息，这些信息可以与车对话，告诉车应如何规划路线。当这样的场景得以实现时，不需要人类的大脑，车辆会自动带人到达目的地，到那时，再错综复杂的路况都不必畏惧了。

黑科技令未来的出行更智能

提及未来出行方案，卓维维表示，黑科技可以解决当前出行遇到的各种难题，未来，出行将更加智能。

她称，试想这样一个场景，可以用无人机来代替人负责收集信息的基础性工作，高通的芯片可以支持很轻型的无人机，有很强的续航能力和很强的图形处理能力，人就不必走街串巷辛苦地收集数据和信息。

又如，很多人不得不赶路去开会、去采购，试想一位中国国航的采购人员，接到了波音公司的电话，向他推荐了新机型，采购人员可以用AR或VR技术支持头盔，完全可以戴上头盔，360度地观察飞机内部的构造、引擎的构造以及飞机的工作原理，他就不必千里迢迢赶路出差去现场。



● 高通公司新兴业务中国市场负责人卓维维

还可以设想一个场景，一个电力局的抄表员，在狂风暴雨的天气要到达一个小区抄几百个电表，智能电表可以定时把数据直接传输给抄表员，他完全不需要在极端天气出来现场抄表。

再假设，病人要赶路去看病，高通的医疗解决方案可以使病人在家把体征数据传输给医院的医生，医生就可以做出诊断。

卓维维称，“当科技有了更多的创新和发展时，就可以避免不得不赶路的情况。相反，当我们在路上的时候，一定是心旷神怡的，可以享受路上的愉悦。未来，我们的生活会被人工智能所包围，包括出行。随着5G时代的到来，移动芯片计算和连接能力的提高，我们完全可以想象不久的将来会有一个人工智能虚拟助手一直陪伴我们左右，帮助我们科学地规划和安排各种行程，这种情形一定会发生在我们未来的生活中。”

程维金砖晒“国际化成绩单”：两年投资全球七大移动出行平台

金砖国家领导人第九次会晤9月3日至5日在厦门举行，2017年金砖国家工商论坛也同期举办。这是有史以来规模最大的一次金砖国家工商论坛，多位金砖国家元首出席，79家世界500强企业、115家中国500强企业参加，工商界聚集了超过600家企业的近1100名代表。国际工商界表达出与中国加深合作的强烈愿望。

作为全球最大的一站式出行平台，滴滴出行的创始人兼CEO程维受邀出席此次论坛，代表中国互联网企业发言。程维说，中国共享交通的发展在很多领域，在全球都是领先的，未来十年，中国会是共享经济的引领者，也将是世界交通变革的中心，滴滴也会把国际化当成下一步发展最重要的战略。

滴滴程维 在金砖国家工商论坛发言

9月3日，程维聆听了现场习近平主席的演讲。主席演讲中提到要积极推动互联网+、数字经济，特别提到了共享经济，这让作为年轻的共享交通、共享出行创业者的程维深受鼓舞。“互联网时代价值观之一就是共享，所以我为在中国有这样一个共享经济的土壤，感到倍受鼓舞。”

作为一个成立仅有五年的企业，滴滴近年来多次参加这样的国际性盛会，如2015年西雅图中美互联网论坛、乌镇世界互联网大会、2016年的博鳌亚洲论坛，以及今年的“一

带一路”国际合作高峰论坛、G20杭州峰会，已经成为中国互联网企业的杰出代表。在快速发展的互联网领域，为什么是滴滴代表互联网企业代表中国？

这首先得从滴滴的属性说起。很多人都知道，滴滴最重要的属性就是共享，这在滴滴内部已经被定义为未来发展重要战略和核心价值之一。程维和他的团队都认为，仅仅通过技术来固定数量的出租车和乘客的信息更加对称，通过网约车增加运力，都无法彻底解决城市出行的潮汐问题，只有鼓励更多社会存量汽车被共享出来，才是唯一出路。

如果说在过去两三百年的工业时代，最重要的是拥有。所有家庭都希望拥有越来越多的商品，这种拥有的欲望拉动了整个社会化的分工和大生产，促进了经济发展。那在未来，共享经济则是更加高效、可持续的发展模式。根据CB Insights发布的榜单，全球最具价值的科技创业公司排名前五的有三家共享经济企业，包括滴滴、Uber以及Airbnb。

程维在金砖国家工商论坛上表示，中国的共享经济是全球共享经济发展中心，我们身边越来越多的东西开始被共享，这是共享时代。你可以通过新媒体分享自己的观点，把车上闲置的座位分享出去，共享自己闲置的房间，孩子、家人都热衷于把不用的闲置物品、二手物品共享出去，共享单车变成新四大发明之一。

而作为具有全球影响力的合作平台，金

砖合作承载着新兴市场国家和发展中国家乃至整个国际社会的期望。新兴市场国家和发展中国家同样渴望团结合作、互利共赢，因为大家都面临着发展经济、加强合作的重要任务，需要共同探索经济创新增长之道。滴滴在中国淬炼出的技术和经验，将为别的市场带来价值，而滴滴早已开始了在这些市场进行布局。

滴滴国际化布局版图

在巴西，滴滴投资了当地最大本地移动出行服务商99，成为99战略投资者，加入其董事会。这个投资不止是在资本层面外，滴滴还将为99提供技术、产品、运营经验、业务规划等战略支持，助力99在巴西及拉美市场推进积极的扩张战略。

在印度，滴滴在2015年9月参与了印度最大的打车软件服务商Ola。随后Ola进入快速发展阶段，目前的投资方包括Falcon Edge Capital、老虎环球基金、软银集团、DST Global等多家知名投资机构。

在南非，滴滴投资的Taxify在包括当地在内的波罗的海三国、匈牙利、尼日利亚等18个国家拓展业务，拥有250万用户，是欧洲和非洲地区成长最快的移动出行企业。

加上新加坡的Grab、美国的Uber和Lyft、中东非地区的Careem，在过去两年的时间里，滴滴投资了全球七大移动出行服务平台，合作网络已触达北美、东南亚、南亚、南

美1000多个城市，覆盖了全球六成人口。除了资金，滴滴还给当地带去了先进的理念和技术，以及潜在的大量就业机会。

以巴西为例，滴滴在投资之后派出了“远征军”漂洋过海，帮助99提升实力。用程维的话说，“之前我们要把中国的商品运到巴西去，需要万吨巨轮；现在滴滴工程师在巴西和99团队埋头工作了一段时间，对99的技术和运营效率改进已经很明显，既服务了当地用户，也帮助了当地产业升级。”这些成功的经验让程维和他的团队看到，国际化的机遇远远大于挑战。

Taxify和Grab的创始人亦表示，滴滴的支持恰逢“我们准备进一步发展壮大的关键时刻”，期待“滴滴出行为我们带来至关重要的人工智能技术、知识和视野”。滴滴上个月宣布投资Taxify切入欧盟市场；而Grab则是滴滴的老朋友，滴滴国际化第一站就是2015年8月投资Grab，今年7月又宣布联合领投其新一轮融资，创造了东南亚单轮融资规模的纪录。

科技合作是滴滴国际化的重要内容，涵盖了智能交通、移动出行技术和产品开发等各个方面。目前，滴滴已在国内20多个城市展开智慧交通合作，内容涵盖了红绿灯大数据优化、潮汐车道设计等方面，且已引起了新加坡、巴西、韩国和美国的同行和城市管理者的关注。滴滴不断将合作拓展到了网约车之外，冀望通过合作激励科技创新，助推地区交通产业向前突破，

释放本地区互联网经济潜力。

“投资+科技”的合作方式需要有深厚的技术支持。今年3月，滴滴在硅谷成立了美国研究院，以吸引更多顶尖科研人才、推动全球交通产业升级。滴滴在国内的智慧交通和大数据团队也正吸引着更多海外人才加盟。5月，滴滴在完成超55亿美元新一轮融资时，明确表示将支持全球化战略的推进和前沿技术领域的投资。

此外，滴滴还积极支持投资所在国企业助力当地经济发展，而这也正“移植”了滴滴在国内发展的模式。2016年，共有1750万名司机在滴滴平台获得灵活就业和收入机会，其中238.4万名来自煤炭、钢铁等去产能行业。在海外，滴滴的合作伙伴也逐渐成为当地就业和传统交通产业升级的新支柱。以Grab为例，目前就为包括出租车司机在内的110万名司机提供收入来源。

程维也感慨，新经济走出去还是有很多不一样的，出海速度比之前要快很多。因为新经济的格局未成，没有存量，所以现在大家更多的不是所谓零和博弈，而是面对未来的合作共赢。过去两年的时间，滴滴投资了全球前七大移动出行平台。滴滴的思路不是以竞争为导向的国际化，而是以合作为导向。滴滴希望借力出海，将中国企业在互联网科技上的能力和经验进一步推广到国际市场，为当地经济社会的长远发展作出积极贡献。

(据每日经济新闻)