

苹果新总部：乔布斯留给苹果的最后遗产

■ 郑峻

今天的 iPhone 8,或是 iPhone X 发布会,对苹果来说,是一个双重意义的里程碑。这不仅 是苹果核心产品 iPhone 上市十周年纪念,更是苹果新总部园区的首次亮相。这个太空飞船造型的新总部,也是苹果联合创始人、前 CEO 乔布斯留给苹果的最后遗产。

最好的致敬方式

苹果新总部园区同样位于硅谷 Cupertino 市,占地面积 72 万平方米,建筑面积 26 万平方米,包括了圆形主楼、研发大楼、停车楼、乔布斯剧院、健身中心等诸多建筑,有几个地下隧道进出园区。在园区中心,有一个大喷泉。建成之后,这里将可以容纳 1.3 万名员工,成为了硅谷最大的科技公司园区。

新 iPhone 的发布会,就会在乔布斯剧院召开。iPhone 上市十周年的发布会,在乔布斯命名的新总部剧院召开。显然这是对这位硅谷传奇人物最好的致敬。正是乔布斯的 i-Phone,开创了智能手机时代,也开创了苹果的辉煌十年。

不过,今年搬入新园区之后,原先的 Infinite Loop 总部以及其他诸多办公楼也会同时保留。此外,苹果目前还在 Cupertino,Sunnyvale,San Jose 圣何塞等周边地区租赁了十多座办公楼。因为,作为全球最大的上市公司和科技公司,苹果单是硅谷地区的员工总数就超过了 3 万人,而全球员工总数更是超过了 12 万人。在海外,苹果在爱尔兰、伦敦、以色列、北京、上海等地都有办公楼。

苹果目前的 Infinite Loop 总部建造于 1993 年,包括六座大楼,占地近 8 万平方米。不过,那个总部和乔布斯并没有太大关系,因为当时乔布斯还没有回归苹果。1985 年,乔布斯因为和苹果 CEO 约翰·斯库利(John Sculley)及苹果董事会发生矛盾,抛售了苹果股份出走创办了 NeXT,直到 1997 年才重新回归,拯救了陷入破产边缘的苹果,开创了一段外界最为熟知的消费电子行业传奇。值得一提的是,当时为了从事可乐挖来斯库利,乔布斯说出了那句著名的“你想卖一辈子糖水,还是和我一起改变世界。”

话题回到苹果。随着乔布斯先后带领苹果推出 iMac,iPod,MacBook,iPhone,iPad 等产品,苹果的业务急剧扩大,员工总数也在不断增长,现有的园区已经远远不能满足需求。因此,乔布斯开始为苹果筹备打造一个更大的总部。2006 年乔布斯宣布计划在 Cupertino 兴建新总部,地址就选在了原总部附近不到两



公里的一个园区。

硅谷旗帜的传承

具有象征意义的是,这里此前是惠普的园区,正好是硅谷此前的标志性企业。惠普于 1939 年在车库创办,是硅谷车库创业文化的起源,也是乔布斯少年时代的梦想之地。而苹果、谷歌都是创办于车库。乔布斯少年时代仰慕惠普,更曾经给惠普联合创始人写过信。从某种意义上来说,从惠普到苹果,这个新总部也象征着硅谷旗帜的一种传承。

不过,与英特尔等老牌公司在园区设立公司历史博物馆不同,已经有四十多年历史的苹果并不打算在园区设立博物馆。苹果负责营销的高级副总裁菲尔·席勒(Phil Schiller)表示,苹果专注于创造未来,而不是纪念过去。在新总部园区对面,苹果开设了一个苹果商店,用于接待来自世界各地的粉丝。

新园区是由英国建筑师事务所 Forster+Partners 设计的,主设计师是知名建筑师诺曼·福斯特(Norman Foster)。他从 2009 年开始设计苹果新总部主体建筑,最初并不是太空飞船的造型,但在乔布斯的建议下改成了

现在的类似圆形 Home 的设计。

2011 年 6 月 7 日,乔布斯在主持了最后一次 WWDC 发布会之后次日,参加了 Cupertino 市政厅听证会,就新总部园区的具体规划和社区回报等问题回答了议员疑问,这也是他逝世前最后一次出席公众活动。当年 8 月,病重的乔布斯正式将 CEO 职位交给库克,自己转任执行董事长。10 月 5 日,乔布斯在家中病逝。

巨大的玻璃幕墙

新总部 2013 年完成审批工作,原定在 2015 年底完工,然后推迟到 2016 年底,现在预计要到今年年中了,有 3500 名工人进行施工。整个项目造价也不断增加,最后预计 50 亿美元,堪称全球最豪华的办公园区。2015 年对施工极其严格的苹果更换了施工方,原先的施工方因此损失了 8 亿美元营收,可以想象这个超级项目的豪华之处。

新大楼的顶部完全覆盖着太阳能面板,这将是全球最大的太阳能面板建筑,用电基本可以自给自足,100%使用可再生资源,不需要 Cupertino 当地的电。因为加州的阳光非常

充足,尤其是每年 4 月到 10 月的旱季,几乎完全没有降雨。而新型通风设备的采用也减少了中央空调的使用,预计这里一年四分之三的时间都不需要开空调。

巨大的 Home 键建筑直径约 1.6 公里,通体覆盖着 3000 片巨大的曲面玻璃幕墙。这些全球最大的定制曲面玻璃,都是从德国进口。因为加州是地震活跃地区,这里的建筑通常都不会很高,苹果总部也只有四层。

除了这个巨大的飞船大楼,园区的其他大楼也相当奢侈。2.78 万平方米的研发大楼在旁边,健身中心就有 9000 多平方米,造价 7500 万美元。圆形的地下剧院可以容纳 1000 个座位,以后苹果完全可以在自己总部开大型发布会。停车场可以容纳 1.4 万辆车,园区内还提供了 1000 辆免费自行车。

老乔童年的杏树

可以说,新总部园区是乔布斯留给苹果的最后遗产。新总部设计的背后是乔布斯的设想与理念——打造全球最好的办公园区。据福斯特介绍,乔布斯曾经对他说,不要把自己当作建筑师事务所的客户,而要当作一起设计的团队成员。乔布斯要求整个圆形建筑无缝连接,内部木材也要采用最好的枫木。

乔布斯希望新总部体现出加州的自然地貌,展现“将加州带回 Cupertino”的理念。其中部分设计元素来自于斯坦福大学校园。有趣的是,苹果 Mac os 近年来也开始采用加州自然景观命名,例如湾区的冲浪胜地 Mavericks,优胜美地国家公园以及 Sierra Nevada 山脉。

在记者的现场探营中,我们看到新总部四周都是人造的山坡,种植着茂密的树木。而新总部的主体建筑和乔布斯剧院,则被人造山坡遮掩着,只是偶尔露出几个角落。这也象征了苹果著名的保密文化。这家全球最大的科技公司,永远被一层神秘的面纱笼罩着。

为了体现科技与自然的和谐,苹果新园区 80%的面积都是绿地,一共要栽植 7000 棵树。不过大部分树木,尤其是园区中心的树木,只能从外部移植过来,苹果为此专门请了斯坦福大学的专家来负责移植。记者在现场看到,新园区已经种植了大量的杏树。这也是乔布斯的意思。因为在他年幼的时候,Cupertino 地区本就是大量的果园。新园区果树的果实也将直接供应给苹果园区食堂。

虽然乔布斯已经逝去,看不到新园区的落成,也看不到 iPhone 十周年的庆典,但这座全球最好的科技公司,是他留给苹果的最后遗产。而苹果能否延续辉煌,继续引领消费电子的未来,也取决于他们能否传承乔布斯的精神。

打造智能硬件免费时代 斐讯引领“普惠科技”新潮流

每一次产业革命背后,都有着一场科技革命作为支撑。而每一次科技革命的到来,每一项科技成果的诞生,都为人们的生活方式带来前所未有的改变。

如今,“智能时代”悄然来临,越来越多的智能产品开始出现在消费者眼前。然而,科技创新高昂的研发及生产成本,似乎注定一些智能产品难以在社会各阶层和群体中迅速普及。如何巧妙地运用互联网思维,寻找到有效降低智能产品的获得成本,让这些产品更好、更多、更快得到普及的商业模式,就成为推动“普惠科技”发展的关键所在。

9 月 12 日,上海斐讯数据通信技术有限公司(以下简称斐讯)联合华夏万家、每日经济新闻在成都举办了一场主题为“新金融助力普惠科技发展”的论坛,各企业领导、高校学者、业界精英一同受邀出席,深入探讨了“科技金融”、“普惠科技”,以及“新金融如何与普惠科技联动发展”等话题。

“普惠金融”是近几年的热门话题,也是新金融发展的重要方向之一。而“普惠科技”仍是一个新概念。其实在某种程度上讲,科技本身就自带“普惠”基因——一项科学技术、一种科技产品发展成熟的过程,实际就是它

走出实验室,逐渐在更多领域、更人群中普及的过程。而此次论坛上所提及“普惠科技”的实质,就是要像普惠金融那样,立足于“机会平等要求”和“商业可持续原则”,尽最大可能降低科技成果、科技产品的获得成本,让科技服务能够更快、更多、更好地在社会各阶层和群体中得到普及。

作为此次论坛的主办方,斐讯早在 2016 年就就已践行起“普惠科技”的理念,引入作为第三方的新金融平台,达成厂商、消费者和新金融平台三方的利益平衡。立足智能科技领域,积极探索科技与新金融的协作共赢点,

已成为推动“普惠科技”发展的先行者和实践者。

成为智慧生活的引领者”——这是立足于智能科技的斐讯长期以来的发展愿景。目前,斐讯已布局以 Smart Home、Smart Data、Smart Life 三块业务为主的“金三角战略”,以智能硬件为基础,大数据打通终端和个人的闭环,提供精确服务,最终实现智能生活。斐讯创始人、CEO 顾国平表示,目前斐讯正在积极进行“智慧家庭”战略的转型升级,加速“智慧家庭”战略的全面布局,逐步实现“智慧社群”、“智慧生活”的建设。(王峰)

A 股公司万亿资金“屯兵”理财市场

■ 张晓琪

Choice 数据显示,今年以来 974 家 A 股公司购买了理财产品,规模相当于去年全年的 127.5%。披露理财产品到期收益统计的 413 家公司中,38 家公司理财产品到期收益高于上半年净利润。

某上市公司高管指出,上市公司理财资金规模显著增长与实体萎靡、传统行业不景气有关。此外,银行对公贷款和理财产品收益率“双高”助推上市公司理财资金规模爆发式增长。业内人士指出,银行贷款给上市公司时经常会变相销售理财产品,即提高贷款额度,并要求公司将超出部分购买理财产品,以覆盖利率上升增加的借贷成本,同时满足银行相应的业务指标。

爆发式增长

据 Choice 统计,截至 9 月 10 日,今年以来已有 974 家 A 股公司参与购买理财产品,累计规模 9863 亿元;去年全年有 774 家上市公司参与购买理财产品,累计规模 7733 亿元。换言之,今年以来已有超过 29%的 A 股公司购买了理财产品,且购买规模相当于去年全年的 127.5%。

Choice 数据显示,近年来,上市公司购买理财产品热情高涨。2011 年,全部 A 股公司购买理财产品的金额仅为 27.5 亿元,2012 年上涨至 124 亿元,2013 年暴增至 1349 亿元,2014 年达 3473 亿元,2015 年进一步上涨至 5281 亿元,2016 年年底已攀升至 7733 亿元。数据显示,年初以来,购买理财产品最多的 A 股公司为中国神华,3 次共买入 310 亿



元;其后的新湖中宝累计购买 72 次,合计买入 175 亿元;温氏股份累计购买 57 次,共计买入 164.5 亿元。新湖中宝、温氏股份去年也位列排行榜前三。

从所属行业来看,制造业公司表现突出。在今年所有购买理财产品的 974 家 A 股公司中,692 家属于制造业,占比 71%,随后是信息软件业的 4.8%和批发零售业的 7.1%。经统计,制造业 A 股公司合计买入 6244 亿元理财产品,相当于买入总额的三分之二。

2017 年上半年披露到到期收益统计的 413 家公司中,38 家公司理财产品到期收益高于净利润,其中 ST 明科、贤丰控股、*ST 佳电等 7 家公司依靠投资理财产品“扭亏为盈”。如 ST 明科上半年实现净利润 1481.03 万元,而其理财收益高达 3115.75 万元,相当于净利润的两倍还多。

主业萎靡 银行刺激

“上市公司购买理财产品不是‘禁地’,募投项目的开展一般有缓冲期,导致资金暂时无法投入使用,或者有时候根据业务结算周期,公司收到客户结算款但还没跟供应商结算,手上有余钱……都可能导致上市公司出

现闲置资金,适时理财有利于提高资金使用效率,增加收益。”一位上市公司高管指出。

该高管告诉记者,上市公司用于投资理财资金主要包括自有闲置和暂时没有明确用途的超募资金。

“投向方面,十几天、三个月左右的短期理财和半年至一年较长期的理财产品都是主流,前者利率在 3%-4%左右,后者大概在 5%左右。”

某装饰行业公司董秘表示,资金使用出现“断层”促使公司购买理财产品由来已久,今年上半年公司理财资金爆发增长更多与实体萎靡、传统行业不景气有关。一些传统制造业、产能过剩的行业,公司辛辛苦苦干一年赚的钱可能还不够上理财收益的零头,甚至出现亏损。这种情况下大手笔进行理财投资能够有效提升净利润、美化报表。

“有些传统企业 IPO 募投的钱还没投出去,项目前景急转直下。我认识的一家纺织公司就是理财大户,当初上市募资的钱原本计划投资建设五百家门店。等了几年,线下门店却受到电商严重冲击,继续建设肯定是要亏的,主业增长空间也有限,只好先买些理财产品当作权宜之计。”该董秘透露。

某投行人士告诉记者,今年以来银行理财收益率持续攀升一定程度激发上市公司的投资热情,很多情况下,银行甚至在贷款之余变相销售理财产品。

“银行目前存款规模增长乏力,各银行揽储竞争激烈,不惜推出高收益理财产品吸引客户,负债端成本的抬升导致资产端收益率不断上行。这就会导致一方面负债端银行理财产品收益率持续攀升,另一方面资产端对

公借贷的利率也相应提高。”该投行人士解释道,“对银行来说,上市公司是相对比较优质的客户群体,为了留住客户,银行给上市公司发放流动性贷款的时候往往会搭配销售理财产品,以便于理财产品的收益能够覆盖贷款利率上升增加的成本。”

警惕“脱实向虚”

深圳某私募基金机构负责人指出,购买理财产品是上市公司灵活经营的一种方式,借助理财产品降低资金的闲置损失。投资受阻情况下,利用短期理财产品降低资金使用成本,适当时机再进行投资开发,提高公司资金使用效率,对公司的发展还是有利的。

“但如果公司置主业而不顾‘钟情’于理财,或长期主业停滞不前,不利用闲置资金进行业务改进、寻求突破,而将理财作为公司业绩支撑会进一步导致大量资金‘脱实向虚’,并未投入到实体经济发展中,”该负责人指出,“甚至有不少上市公司一边募集资金,一边用闲置资金购买理财产品,存在相当大的资金浪费。”

“如果用闲置募资金购买理财产品需要提交董事会审议,用自有资金则不需要,这也会促使上市公司‘边融资、边理财,’”一位上市公司证代告诉记者。

业内人士指出,上市公司应警惕长期依靠理财产品拉动利润的行为。一来,募集资金投向理财产品违背投资者的初衷,最终将遭遇投资者“用脚投票”;二来,虽然理财产品难以打破刚性兑付,整体风险性较小,但目前仍有不少理财资金通过多层嵌套,投入高风险领域,仍存在一定亏损风险。



雷军：小米 10 月中旬提前完成 1000 亿“小目标”

■ 蔡辉

11 日下午,小米新品发布会一口气发布了第二代全面屏手机小米 Mix2、小米 Note3 两款手机,以及小米笔记本 Pro。去年的这时候,小米手机销量跌出世界前五,核心供应资源一直短缺,小米董事长雷军在发布会上感慨,“这一年小米没被杀黑。”

今年,小米终于强势反弹。7 月份雷军内部信透露,二季度小米手机出货量 2316 万台,环比增长 70%,创小米 7 年来最高单月纪录。今年初,雷军甚至给小米定下了 7000 万台出货量与 1000 亿收入的目标。发布会后,意气风发的雷军自信地表示,1000 亿绝对是小目标,“预计今年 10 月中旬就提前完成了,所以今天可能是我们今年最后一场发布会了。”

9 月实现 1000 万台交付量

“去年米黑们拿销量跌出前五黑了我们一年,”采访中,雷军用憋了一年的气“怒”了米黑。“跌出前五也是世界第六啊,中国有几个世界第六的公司?我现在又回到前五了,这也没什么好吹牛的。”

不过,“这是一个高度依赖全球供应链的产业,当你销量下滑就会‘墙倒众人推’,供应链要么缺货要么提价”,雷军也强调了手机行业反弹之难,好在小米拥有米粉的忠实力挺,让他们最终赢得了供应链的认可。

复盘去年小米遭遇的滑坡,雷军说:“小米前六年尝试了一种管理的革命,去 KPI、去管理、去 idle,大家把所有精力放在研发创新以及用户互动上。”雷军用古龙小说《三少爷的剑》比喻说,这个状态叫“无剑无我”。跟传统企业严密的管理机制比,它最大程度释放了创新力,令小米前六年爆发式增长。

“但这种模式对人的要求很高,起码要技术牛、责任心强、自我驱动以及先进的分配机制。当我们达到 1.5 万人的企业规模,你很难要求所有人都满足这些需求,所以我们去年开始推精细化管理。”雷军透露,去年 5 月开始,他亲自抓供应链,这也是内部机制改变最显著的地方。“创新、质量、交付,我亲自牵头,专项督导这三个环节,其中最核心的是交付,”雷军说,一台手机 1300 个零部件,没有精细化管理是不可能的。

在发布会上,雷军自嘲“社会我雷哥,人狠货不多”,坦言也只有苹果、三星能做到千万级的交付量,而小米不是有心搞“饥饿营销”。“尽管前有苹果产能爬坡影响供应,后有国庆长假影响销量,但我们有 90%概率这个月完成 1000 万台交付量,这对小米将是里程碑式的意义”。

商务时尚 + 新零售

内部机制的改变是“润物无声”的,外界用户看到的则是小米形象的变化。从去年底开始,小米开始投线下广告,找代言人、铺县城零售网点,似乎变得跟他当年颠覆的“传统企业”一样了。

但雷军强调了小米模式的不同。“我们进县城,也是直接跟门店合作,而不是传统的省代、市代层层下发,所以县城门店买到的小米跟我们电商可以做到同价”,雷军说,以前零售商会觉得我们不重视他们,但明天我们有 200 家连锁零售商跟线上同步开售小米 Note3,这也是有史以来第一次有 400 多家渠道伙伴一起参与。

雷军说,小米线下布局思路基本完成,虽然现在线上线下销售结构还没改变,但明年就会看到线下放量,“这个模式先从河南试点,一定要做到当地第一”。

而新零售的另一面则是代言模式,比如请吴亦凡代言,强调美颜自拍功能。雷军说这也是对女性用户亲近的考虑。“小米最初的发烧友基本都是工科男,所以过去两年小米遇到的问题:一个是线上走到线下,一个是吸引女性用户”。

但当记者问到,吴亦凡这种女性向代言是否引起忠实米粉的反感?雷军回答说,小米现在两条腿走路:一是商务时尚,比如 Mix 2;一个是新零售,比如 Note3,而 Mix 2 就不会强调吴亦凡的代言。“Mix 2 面向发烧友与商务人群,他们对价格不敏感,但要求现货,店里买得到,而且更需要成熟的技术方案”。