

鸿蒙出世剑指万亿市场 华为欲一统物联网领域

■ 赵鹏

安卓如日中天却无法走出手机圈，三星虽强也被日本上游企业轻易卡了脖子。9 日，华为正式面向全球发布开源系统鸿蒙 OS，欲以这一全场景操作系统大举进军物联网产业。从可穿戴设备、智慧屏电视再到电脑和 VR 眼镜，华为在遭受制裁后力图多路出击，以避免再遇瓶颈。

“未来 5 至 10 年，华为消费者业务的长期战略是全场景智慧生活。”华为消费者业务 CEO 余承东当日说。显然，华为未来的野心绝不止于手机，而是掘金更庞大的万亿级 5G 物联网领域。

鸿蒙欲通吃物联网设备

“鸿蒙就是开天辟地的意思。”在讲述现场，余承东的话，掷地有声。

伴随着 5G 时代的到来，华为当日在其全球开发者大会上发布了面向全场景的分布式操作系统——鸿蒙 OS。鸿蒙作为华为大举进军全场景体验时代的产物，将发挥其轻量化、小巧、功能强大的优势，率先应用在智能手表、智慧屏、车载设备、智能音箱等智能终端上。未来鸿蒙还会逐步应用在电脑、平板、AR、VR 等更多智能设备中，构建一个跨终端的融合共享生态，为消费者打造全场景智慧生活新体验。

余承东表示，每一类新形态终端的出现，都会伴随新操作系统的诞生。过去的 DOS、WINDOWS 和安卓正是这样的产物。早在 10 年前，华为也开始思考面对未来的全场景智慧时代——用户需要一个完全突破物理空间的跨硬件、跨平台、无缝的全新体验。

“鸿蒙应未来而生。”余承东说。在他看来，过去的操作系统都是为不同平台设计的，像手机、手表、电视等都各有操作系统。他表示，鸿蒙的出发点和安卓、iOS 都不一样，并不



局限于一种硬件，而是可以面向全场景的分布式操作系统，能够同时满足全场景流畅体验，以及一次开发实现多终端部署的要求。

鸿蒙是全球第一个基于微内核全场景分布式的操作系统，两年前华为开始正式开发鸿蒙系统，这一系统能将运行在不同硬件上，适配于未来的万物互联时代。

今后，鸿蒙不仅将让各种物联网设备的工作效率更高，还将打破设备之间的墙，实现跨终端的生态共享。

鸿蒙内核已在手机商用

余承东当日透露了一个秘密，虽然鸿蒙尚未整体亮相，但鸿蒙微内核其实早已经投入商用，在手机、平板上率先进行了使用。随后，更多的华为终端都采用了鸿蒙微内核，用来做人脸支付等高安全级别应用，并通过了实际检验。

虽然在这次鸿蒙正式商用产品的名单中，华为并未提及手机，不过余承东却剑指谷

歌，在演讲中多次对标安卓系统。

“安卓操作系统有 1 亿行代码，平常能用到的只有 8%，如此庞大和冗余的设计成了安卓手机跑得不顺畅的主因。”余承东说。

显然，无论什么操作系统，拖慢都令用户难以忍受。余承东则介绍，鸿蒙的微内核和全新引擎可使用应用响应时延降低 25.7%，通信效率较现有系统更能提升 5 倍。

当日华为也宣布，鸿蒙与安卓一样采取免费开源的方式。换言之，如果今后华为无法使用安卓了，鸿蒙将有望随时得到启用。

过去每个家电厂商都推自己的标准，所以无法互联互通，这也成了实现万物互联的短板。未来电视将怎么控制空调，手表又怎么调用手机设备，鸿蒙要怎么串起这些功能迥异、配置千差万别的物联网设备，余承东也给出了答案。

“手表上没有摄像头，用户可以调用手机的摄像头，大家觉得电脑的摄像头不好，也可以使用手机的摄像头。”余承东解释说，以后

特仑苏梦幻盖全新升级 高端乳业迎新一轮变革

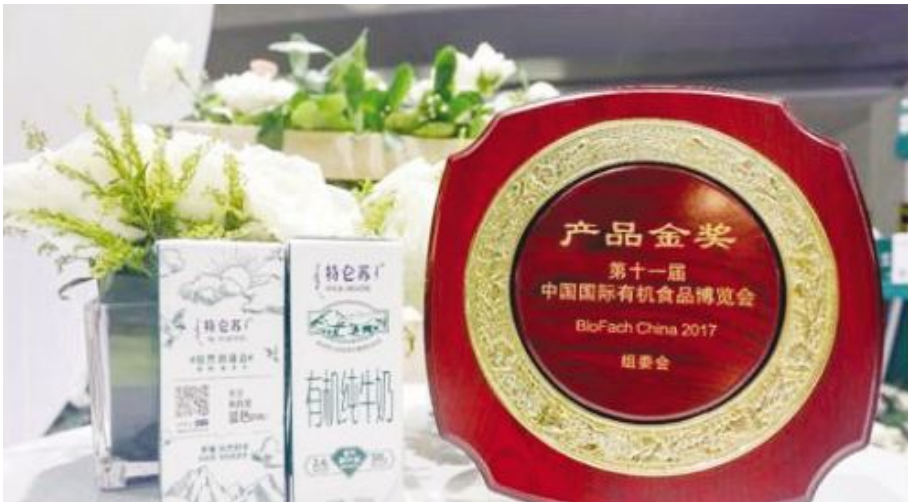
一杯牛奶，见证了中国居民消费升级的进程，中国经济发展水平快速提升的环境下，消费者对牛奶品质的要求也有了质的提升，消费者愈发重视健康、品质、环保等价值。特仑苏作为高端乳业品牌之一，针对消费理念、消费需求和消费动机的改变，以“更好”为核心不断进行创新与升级。

高端品质的再定义

中国乳业发展现状报告中提到，在消费升级环境下，大众对于与生活关联的细化需求在乳业市场已逐步苏醒。这就对乳业品牌提出了更高的要求——保证产品高品质的同时，还要有不断创新的理念。

牛奶的高端品质被定义为，要有专属牧场，要有优质奶牛，要有高标准的原料甄选和生产工艺，要有高比例的优质乳蛋白，提升营养水平。此后，随着大众需求的不断细化，特仑苏又将牛奶品质进一步升级与创新，相继推出低脂奶、有机奶、谷粒牛奶、嗨 MILK 牛奶、M-PLUS 高蛋白牛奶等，满足不同细分人群需求。

2016 年，特仑苏进行全面品质升级，限定专属牧场，以更严苛要求，孕育出更高的专属标准：每 100 毫升牛奶含 3.6 克优质乳蛋白，120 毫克原生高钙，再次定义“更高”标准。随着特仑苏品质的不断升级，行业对高端奶的定义标准越来越高，越来越细化。



牛奶饮用方式的颠覆

高端牛奶品牌，要坚守“匠心”精神，不只体现在工艺品质上，更体现在每一个产品细节的不断创新中。特仑苏首先颠覆的是牛奶饮用方式。从 2018 年开始，特仑苏就开启了梦幻盖之路，率先将有机奶进行了梦幻盖升级，优先抢占消费者对于梦幻盖品类的认知。梦幻盖升级开启了牛奶从吸到喝的全新饮用体验，不仅颠覆了牛奶行业传统的吸管饮用形式，打破了开启后不易携带的局限性；还解决了牛奶开启后无法密封造成的浪费。这样

即使一次性无法饮用完毕也可以密封，便捷携带，随时随地饮用“营养”，为消费者提供了更多元化的饮用体验。

2019 年，特仑苏迅速布局，于 7 月完成纯牛奶、嗨 MILK 0 脂肪牛奶、M-PLUS 高蛋白牛奶等产品的梦幻盖包装升级上市。通过细分且全面的产品线布局将梦幻饮用体验从日常营养需求场景扩散至品质、减脂、运动等多元化、更细化的营养需求场景，开启全新营养时代。

在特仑苏全新升级下，牛奶不仅成为高营养的饮品，更被赋予了“简单”、“自由”的生活方

一个账户共享互用，多终端共享外设，这就是未来鸿蒙所要实现的跨终端融合共享生态。

此外余承东表示，鸿蒙商用的首款产品将是 10 日发布的荣耀智慧屏产品。

5G 将造就华为新上升期

未来，通话也将不再局限于手机之间。为了整体布局物联网领域，当日华为还推出了 EMUI10 手机操作系统，下一代 Mate 手机将首发搭载。

今后，手机和大屏、音箱、手表、无人机等各种物联网设备之间，都可以进行语音和视频通话，甚至是通话间的随时切换。这意味着通话将不再是手机的专利。

华为方面表示，EMUI10 也用上了鸿蒙中的分布式技术，这使得其可以智能化调用多个终端设备，实现全场景的智慧体验。

同日，华为还发布了基于达芬奇架构的全新麒麟芯片 NPU 处理器，采用更加绿色节能的立体运算单元，其能在提供更澎湃算力的同时，实现更佳能效，目前完全领先于全世界。

余承东当日还披露，过去 8 年华为消费者业务实现了 68 倍增长，成为全球前三大智能终端供应商之一。去年华为智能终端发货量超 2 亿台。今年在中美贸易摩擦的情况下仍保持了 24% 的增速，发货量超过 1.2 亿台，特别是智能手机、智能 PC 和可穿戴设备都实现了大规模增长。

目前华为手机在国内的市场份额超过 30%，每卖出台手机，就有一台来自华为或荣耀。华为手机的全球市场份额已上升到 17.6%，与第一名非常接近。

此前中国信通院方面曾表示，预计 2020 至 2025 年间，5G 商用将直接带动国内信息消费 8.2 万亿元，其中智能手机、可穿戴设备等终端产品的升级换代将释放至少 4.3 万亿元的消费空间。对于这片蓝海市场，华为显然已经志在必得。

式形态，这又为高端品质增加了新一层内涵。

牛奶品质标准的全方位升级

在产品品质不断升级的基础上，特仑苏将品质的理念进行了全方位的扩展。2019 年年初，特仑苏同时启用陈道明、靳东、张钧甯、邓伦四位明星代言，将受众扩展至更加多元化的细分人群，让不同年龄代际、生活圈层的特仑苏消费群体，都能够追求更好的自我成长，实践自身的价值。

在代言人的基础上，特仑苏进一步根据品牌的理念，寻找到与之契合的综艺节目进行合作。即继 2018 年冠名《声入人心》第一季后，今年，特仑苏再度冠名《声入人心》第二季。不仅如此，特仑苏还深度植入了湖南卫视综艺《向往的生活》第三季。节目中有有机奶梦幻盖一次次开启，不断将产品融入更多饮用场景与创新空间，借助味觉快速抢占消费者心智，牛奶与食物的特色搭配，传递着个人理念和创造力的表达。

特仑苏从代言人选择、到品牌理念、再到产品本身，升级是持续、全方位、颠覆性的。从起初提出“更好的成长”，到现在“做更好的自己”，特仑苏不断通过“坚守”与“创新”夯实着“更好”标签。“不是所有牛奶都叫特仑苏”历经多年，特仑苏已成长为中国具有代表性的高端牛奶品牌之一，为每一个更好的你，开启一个新的营养时代。（中新网）

伊利实施 限制性股票激励计划 激活 核心人才团队积极性

日前，伊利股份公布了《2019 年限制性股票激励计划》，根据该计划，公司拟向激励对象授予 182,920,025 股限制性股票，股票种类为人民币 A 股普通股，占本激励计划草案公告时公司总股本 6,097,125,108 股的 3.00%。这也是伊利第四次实施股权激励计划。

根据伊利公布的方案，此次激励对象包括公司在职董事、高管、核心技术(业务)骨干等共计 474 人，是伊利股份历次股权激励中人数最多的一次。

助力企业高速稳健增长

早在 2014 年，伊利股份就提出了在 2020 年实现“五强千亿”的目标，其主要内容包括实现全球乳业五强和营业收入突破千亿。彼时，伊利的收入只有 477.79 亿，利润 32.01 亿，利润率只有 6.7%，行业正处于转型期，市场同质化严重，饱和度高，市场的不确定以及高不可攀的目标让团队士气和信心严重不足，内外部阻力巨大，目标进展缓慢。

2016 年，伊利推出限制性股票激励计划，激励对象是 270 余名核心业务和技术人员。正是这一关键时期的关键举措，把个人利益与企业发展目标牢牢困在一起，在未来的三年里伊利实现了高速稳健增长，陆续推出安慕希、畅轻、金领冠睿护等战略性产品，高端产品金典品牌突破百亿大关，造就了 2018 年 798 亿收入 60 亿利润的行业奇迹，与蒙牛拉开 100 亿收入的差距，利润更是蒙牛的近一倍。“这个业绩的实现离不开稳定和战斗力超强的团队。”潘刚在投资者见面会上动情地说。

2018 年伊利再次提出 2030 年成为全球乳业第一、全球健康食品前五的宏远目标，在这个伊利发展的重要关口，再一次推出股票激励计划，让企业与核心团队的目标高度一致，显然将为伊利未来的发展提供新动力。本次限制性股票激励计划所营造的“共赢”之局，也将成为中国企业撬动世界乳业格局的重要支点。

激活核心人才团队积极性

从伊利本次激励范围看，伊利股份此次限制性股权激励方案为范围最大的一次，激励对象共计 474 人，是伊利股份历次股权激励中人数最多的一次，其中包括公司公告本计划时在公司任职的董事、高级管理人员、公司核心技术(业务)人员以及公司认为应当激励的对公司经营业绩和未来发展有直接影响的其他员工。

但从激励计划本身来看，表面上有一倍的利润空间，但事实上面对 45% 的个人所得税，六年 50% 左右的融资成本，按目前股价，实际收益率在 5% 以内，稍有不慎就会造成负收益。再加上目前不确定的国际国内经济形势，本次激励计划的吸引力并不是如想象的那么可观。

事实也是如此，很多人觉得风险大，资金回报率不足而没有全额认购导致有很大数量的股份被退回，潘刚又无奈地进行了强制性二次分配，只有对企业，对潘刚充满信任的管理团队积极参与进来，潘刚的目的非常明显，就是让企业目标与管理团队高度捆绑在一起，让大家明白，“只有让企业取得更好的业绩，只有股东和消费者认可，只有获得更高的股票市价，大家才真的获得高收益。”

伊利当前常温板块优势明显，但低温、奶粉等业务仍然处于激烈竞争之中，而康炊、奶酪等事业部又刚刚起步，人才是快消品企业之竞争力根本，股权激励有助于公司绑定核心管理骨干，助益公司在冲击更高目标时拥有更强战斗力。

考核指标维度宽、标准严

为了进一步保证激励效果，本次伊利限制性股票激励政策也进一步突出了对核心团队的约束力：严格的“约束”考核指标既涵盖了工作业绩、工作态度和合规等方面进行个人综合考核，也选取了“净资产收益率”和“净利润增长率”这两个核心指标作为业绩指标。本次激励方案的业绩考核目标以 2018 年扣非净利润为基数，2019-2023 年度扣非净利润增长率为 8%、18%、28%、38%、48%，即 CAGR8.2%。并且要求 2019-2023 年度净资产收益率为 15%。这个目标是公司综合考虑了历史业绩、经营环境、行业状况以及公司未来的发展规划等相关因素制定的。

过去 5 年，A 股市场连续 5 年保持净利润 8% 以上的公司只有 210 家，占比只有 6%；再加上净资产收益率不能低于 15% 这一更硬核的指标，过去 5 年，A 股市场满足要求的公司只有 72 家，占比只有 2%。

招商证券食品饮料行业分析师杨勇胜表示，伊利公司激励方案落地，扩大激励对象，绑定核心骨干，通过优秀机制不断强化自身核心竞争力，五年维度力争 50% 的扣非业绩成长空间。因此，给予公司 2020 年 28 倍 PE，维持 35 元目标价和“强烈推荐-A”评级。

世界经济形势复杂，多变，行业竞争日趋激烈，伊利股份作为行业龙头，能够清晰洞察形势、趋势，做出快速反应，为新一轮增长积蓄力量，保障企业的健康可持续发展。（中新网）

茅台之窗

茅台集团公司召开2019年第二十九次党委会

8 月 9 日，茅台集团在茅台会议中心召开 2019 年第二十九次党委会，传达学习省管国有企业、省管金融企业、省属高等院校纪检监察工作会议精神及全省巡视巡察工作会议精神，研究贯彻落实意见。

会议审定了《茅台集团党委委员工作分工方案》《“文化茅台”建设指导意见》《“文化茅台”建设实施方案》等事项，对相关工作作了安排部署。

茅台集团公司党委书记李保芳主持会议，集团公司党委副书记李静仁、王焱，党委委员杨建军、卓玛才让、杨代永、刘大能、段建桦、万波出席会议。

在研究贯彻落实省委关于深化国有企业纪检监察体制改革有关精神时，会议指出，要进一步提高政治站位，落实全面从严治党责任，切实把思想和行动统一到省委总体安排

部署上来，坚决拥护省纪委监委“三项改革”决策，扎实推进茅台纪检监察体制改革工作。要做好“规定动作”，党委书记、纪委书记要分别承担起“施工队长”和“突击队长”的责任，按照要求尽快出台公司监察体制一体化改革方案，推动改革工作有效落地。集团党委要全力支持纪检监察专员办开展工作，定期听取工作汇报，进一步完善纪检监察各项规章制度，切实打造权力铁笼，把权力关进铁笼。要结合省委主题教育专项整治、审计整改工作要求，继续推进茅台酒专项整治工作，坚决防止“靠山吃山、靠水吃水”问题，实现不敢腐、不能腐、不想腐一体推进。

在审定《茅台集团党委委员工作分工方案》时，会议强调，党委班子成员要结合“不忘初心、牢记使命”主题教育，切实履行好“一岗双责”，履职尽责，提升工作质量和水平，稳步

推进各项工作，促进党建和生产经营工作深度融合。要着力建设团结务实的党委领导班子，坚持分工不分家，讲原则、讲团结，共同维护好巩固好发扬好团结务实的工作局面，真正形成推动工作的整体合力。要保持保持想大事抓大事议大事的工作作风，自觉站在对企业高度负责的层面，深入思考发展的问题症结，有针对性地提出解决方案和具体措施，确保各项工作不偏离、任务不落空。

在审定《“文化茅台”建设指导意见》和《“文化茅台”建设实施方案》时，会议要求，要坚持党建引领“文化茅台”建设，以茅台文化为根本，将红色文化基因融入到“文化茅台”建设中，以开放的态度打造“文化茅台”，不断丰富，持续完善。要继续深入挖掘提炼“文化茅台”内涵，找准推动“文化茅台”建设的具体抓手，深入剖析精神层面、行为层面的隐形共

识，找到解决“文化茅台”难题的有效途径。要抓好各方面的衔接工作，健全后续配套机制，充分发挥提炼出来的核心文化元素的“化学反应”作用，并转化为强有力的“文化生产力”，增强全体干部员工的“文化茅台”自觉，确保“文化茅台”与生产经营相互促进、相得益彰。要强化宣传，及时做好对“文化茅台”建设信息的披露，通过深度解读准确向外界释放信号，提升“文化茅台”影响力。

会议还研究了发展党员工作、继续开展“中国茅台·国之栋梁”希望工程圆梦行动公益助学活动、向道真捐赠 100 万元用于脱贫攻坚基础设施灾后重建等事宜。

茅台集团及股份公司领导王莉、张家齐、李明灿、钟正强、罗国庆、刘刚，集团及股份公司总经理助理、党办、公司办、纪委等部门负责人列席会议。（王柱）