

大泽英俊：松下转型盈利靠三大法宝

■ 张辛欣 金良快

松下近日发布 2013 会计年度合并结算概要，2013 年 4 月 1 日至 2014 年 3 月 31 日，营业利润达到 3051 亿日元，是去年同期利润的 190%。在消费电子市场依旧保持低迷的态势下，松下扭亏为盈的法宝是什么？未来将向哪些方向突破？松下电器（中国）有限公司董事长大泽英俊就上述问题接受记者采访。

开拓领域 挖掘潜力需求

数据显示，2013 年 4 月 1 日至 2014 年 3 月 31 日，松下销售金额达到 77365 亿日元，是去年同期的 106%，营业利润达到 3051 亿日元，是去年同期利润的 190%，净利润实现大幅度盈利，创历史最高纪录。然而，就在两年前，松下曾面临巨额的赤字。从巨亏到盈利，松下用了什么法宝？

“将现有的技术扩展到尽可能多的领域。”大泽英俊认为，不再局限于白色家电，开拓更多市场，是松下扭亏为盈的主要法宝。

在青岛，松下开发了缓解拥堵的 ITS 系统，可收集周边交通信息，计算到目的地拥堵时间并告知车主；在顺德，松下建立了空气净化器工厂，研发新技术用于缓解室内空气污染；在大连，松下开发了家庭能源管理系统，一个遥控器即可让整个家庭电器处在最节能状态……

从解决现有社会问题入手，松下开拓出环保、交通等更广阔的的市场，也带来新的增长点。

在大泽英俊看来，家电市场产能过剩已成为不争事实。与其在执着于现有领域，不如



在消费电子市场依旧保持低迷的态势下，松下扭亏为盈的法宝是什么？未来将向哪些方向突破？松下电器（中国）有限公司董事长大泽英俊就上述问题接受了新华社记者采访。

把思路拓宽。“目前，我们会对数码相机等容易组装的产品进行 ODM 形式的生产，而着重于健康医疗、环境保护等更多社会事业领域。

就在两个月前，松下在杭州的家电回收工厂正式运营，将借助先进的分离技术等对废旧家电进行回收再处理，既易于环保，又降低成本。大泽英俊认为，未来松下将继续向更加节能、环保方向发展，引领市场变革。

延展服务 保持客户忠诚度

在大泽英俊看来，保持与顾客的互联，就可能构筑前所未有的收益模式。比如，如何利用新技术，针对消费者的喜好提供更加精细化的产品和服务等。

除了在产品应用领域的拓展外，让顾客

享受到更全面的服务，加强渠道建设等都成为松下现在工作的重点。

“这些年来，松下的品牌效应在下降，特别是在新一代年轻消费者心中。”大泽英俊有些担忧。提升在中国市场的品牌认知度，成为他担任松下中国公司董事长的主要任务之一。

为了打造品牌效应，松下中国公司做了不少尝试。比如，建立松下生活馆，方便顾客体验现有和即将面向市场的生活类产品，既扩大了认知度，又可将消费者的意见第一时间反馈给研发部门。比如，为消费者定制专属的家庭能源、环保等解决方案，通过微信、微博等社交媒体传播松下理念等等。

消费渠道的拓展也是其中之一。“当前，很多中国家电企业都开始用互联网思维带动

百度加快布局硬件产品市场

继不久前推出“Baidu Inside”硬件生态计划后，百度近日又推出全新产品百度影棒 3，这些措施显示百度正加快布局硬件产品市场。

此次发布的百度影棒 3 以顶级硬件配置支持 4K 超清电视和丰富的游戏资源。通过它在电视上播放超清视频内容，画面细节在大屏幕上可以分毫毕现。针对这一产品的发布，百度副总裁王湛表示，百度将大力扶持智能硬件生态链，将在智能硬件领域不断创新突破。

相关信息显示，从去年以来百度就开始在了硬件产品市场的推进，发布的产品包括

小度 WiFi、小度路由和运动手环等。百度相关人士表示，百度实际上一一直在关注硬件产品，希望使硬件平台与百度的云服务相结合。

有市场观点认为，目前国内 IT 巨头在移动互联网的竞争已相当激烈，但在硬件领域的竞争还处在起步阶段。随着大数据和云服务价值的逐步体现，硬件产品的价值也会进一步体现出来。因此百度加强硬件布局，就是希望利用其技术优势来吸引硬件厂商，构建完整的硬件生态模式，并借助硬件产品把遍布在各种应用设备中的数据吸收收到自己的云服务中。

(周文林)

微软游戏设备欲“抢滩”中国内地市场

在中国（上海）自由贸易试验区启动 7 个月之际，已率先通过合资方式进驻自贸区的美国微软公司与中国企业百视通 30 日在上海联合宣布，将于 2014 年 9 月在中国内地市场发售 Xbox One 游戏设备。这将是

中国国内首次发布此类集游戏、娱乐、教育、健身等功能于一体的娱乐综合系统。

2013 年 9 月，百视通与微软在上海自贸区内成立合资公司——上海百家合信息技术有限公司。百家合同时成为在自贸区备案成立的“001”企业。

在 4 月 30 日举行的发布会上，中美双方表示，推动 Xbox One 进入中国市场，是百家合公司成立后，双方合作的又一重大进展。未来双方将携手推动此类“家庭娱乐中心”带给中国内地玩家全方位的娱乐体验。

微软副总裁、硬件及设计工作室部门主管尤瑟夫·梅赫迪表示：“Xbox One 登陆中国对于微软及整个行业都是重要的里程碑，也是我们实现为全球更多的用户提供最佳的游戏和娱乐体验这一愿景的重要进展。”

百家合信息技术有限公司董事长

张大钟说，接下来将与微软后续在游戏内容研发上进行持续投入，通过与全球顶级团队合作，开发融合中华文化特色的电视游戏，为中国本土电视游戏走向海外提供重要的内容和渠道支撑。

此外，根据百视通与微软的合作框架，百家合公司将投资一个创新项目，帮助游戏创造者和开发者在中国和全球其他产品上市市场制作、发布和销售基于 Xbox One 平台的游戏。在中国，微软将与传统零售商共同建立新的增长品类，并与百视通合作在电信运营商领域探索拓展渠道的机遇。

根据 2013 年 9 月公布的上海自贸试验区总体方案，“允许外资企业从事游戏游艺设备的生产和销售，通过文化主管部门内容审查的游戏游艺设备可面向国内市场销售”。在国务院和文化部下发相关通知的基础上，由上海市多部门联合制定的《中国（上海）自由贸易试验区文化市场开放项目实施细则》于今年 4 月公布，其中明确了外资企业在自贸区内开展游戏游艺设备生产销售的相关备案申报流程等。

(许晓青 高少华)

江铃汽车借力福特杀入 SUV 市场

■ 任洁

以生产商用车为核心竞争力的江铃汽车，正在借力福特汽车进军 SUV 市场。在刚刚闭幕的北京车展上，江铃汽车携旗下商、乘两大领域的 4 款车型亮相，标志着这家汽车生产商的产品，已经从轻客、轻卡、皮卡等商用车，开始向 SUV 等乘用车领域渗透。

联手福特全面进军 SUV 市场

江铃汽车在国内商用车领域有着“车王”之称。尤其是在轻客市场，其旗下的福特全顺系列多年来一直独领风骚，占据细分市场领先地位，2013 年的市场份额占到了高端轻客市场的六成以上。

江铃皮卡和轻卡也一直表现不俗，因其耐

用、省油、环保而在消费者中享有良好口碑。目前，江铃的顺达、凯锐等轻卡车型在高端轻卡的市场份额已经超过 50%，成为国内轻卡市场的领军者。

“得 SUV 者得天下”，这已是汽车厂商的共识。显然，江铃不甘于只做“商用车王”。随着多地限号、“单独二胎”及收入增长带动下的消费升级，SUV 已然成为乘用车市场“皇冠上的明珠”。

经过三年多试水，江铃“驭胜 S350”的销量已经进入国内非承载式 SUV 前三甲。受此鼓励，江铃决定联手福特全面进军 SUV 市场，正式推出 Everest 概念车型。这是继合资自主品牌“驭胜 S350”之后，江铃汽车进军 SUV 市场的又一战略举措。

据江铃汽车销售公司副总经理毛春鸣介绍，Everest 在未来国产后将主攻 30 万元及以

上的大型 SUV 市场，而合资自主品牌 SUV“驭胜”系列则主攻 15 万元至 20 万元的中端市场。福特品牌 SUV 产品的进驻，使江铃汽车在 SUV 细分市场形成高中搭配、内外联手的“双品牌”拉网式布局。

业内专家分析，未来三年国内 SUV 市场容量将持续走高，市场细分加速，消费者购车的要求也越来越高。毛春鸣预测，以驭胜和 Everest 为代表的越野型 SUV 和中大型 SUV，有望成为继都市型 SUV 之后 SUV 市场新的消费热点。

福特全球 CEO：与江铃汽车的合作不设限

福特全球总裁兼 CEO 艾伦·穆拉利近日飞赴中国参观北京车展。在参观完江铃汽车

传统业务转型，而松下在这方面走得并不算早。”大泽英俊坦言。他说，未来将加强电商渠道建设，并通过线上线下相结合的方式，利用新渠道开拓市场。他预计，今年松下在电商渠道的销售额将翻番。

加强研发 紧抓当下热点

不久前有媒体称，松下电器可能成为特斯拉在拟建的一座美国电池厂的合作伙伴。对此，大泽英俊表示并没有最终确定，但电动汽车和车载电池等领域，将是松下未来事业发展的重点之一。

中国汽车工业协会预测，2014 年，我国新能源汽车销量或将达到 3.5 万辆，实现 100% 增长。若将混合动力各类车型加上，将达到 6 万辆的规模。大泽英俊认为，无论是中国市场还是全球市场，绿色是汽车产业发展的必然方向，也是经济发展的必然要求。作为新能源汽车的核心技术，动力电池的研发和升级当务之急。

“松下在电池上拥有很多优势。我们将和更多中国厂商合作，推进新能源汽车核心技术的研发和商用。”他说。

“企业要寻找不可替代的优势，这个优势是技术。”大泽英俊认为，提升技术研发力，抓住市场热点，是松下扭亏为盈的法宝之一。除了车载电池，智能医疗、空气净化等方面，都在因为技术的更迭而带来市场的开拓，挖掘出经济增长的新支点。

大泽英俊表示，松下将继续着力于技术研发，并且深耕市场，逐步探索出更宽更广的发展之路，以期脱胎换骨的巨变。松下 2014 会计年度预测显示，营业利润将达到 3100 亿日元，在现有基础上继续增长。



●联想集团董事长兼 CEO 杨元庆与爱迪生奖获得者高通董事长保罗·雅各布在现场合影。

联想杨元庆成亚洲首位获爱迪生奖企业家

“爱迪生国际”4 月 30 日在美国旧金山（当地时间 4 月 30 日）颁发了 2014 年度的“爱迪生奖”，联想集团董事长兼 CEO 杨元庆、特斯拉电动汽车 CEO 埃隆·马斯克获选。杨元庆也是首位获得该奖项的亚洲企业家。

据悉爱迪生奖设立于 1987 年，每年表彰最佳革新与创新者。任何走在新产品、服务开发、营销和人性化研究最前沿且革新行业规则的创新都是爱迪生奖的表彰对象。高通董事长保罗·雅各布、苹果公司创始人史蒂夫·乔布斯、宝洁公司创始人兼 CEO 阿兰·乔治·雷夫利等人都曾获得过该奖项。

爱迪生奖委员会主席哈里·奈尔(Hari Nair)表示，杨元庆是获奖的首个非北美地区的企业家，在杨元庆的带领下，联想不仅成为一家真正的全球化企业，并成功实现转型，成为全球 PC+行业的新晋领导厂商。

杨元庆现场表示，真正的创新决不仅仅只是发明创造，之于联想犹如血液之于人

类，已然融入我们的业务模式、战略和文化之中，难以分割。而联想将继续坚持创新，为世界带来改变更要成为公司战略和文化的一部分。

他透露，联想始终鼓励爱迪生理念，也就是联想所提出的“先锋文化”。“先锋文化”并非研发和产品开发部门的专属。在联想，所有职能部门、所有团队乃至所有人都可以推进创新。

除去颁给杨元庆的个人奖项，联想 Yoga 平板电脑还获得了计算解决方案领域的爱迪生金奖，联想智能桌面 Horizon 获得了工业设计领域的爱迪生银奖。

据悉，在杨元庆的带领下，联想不但成为全球最大的个人电脑制造商，还在移动互联网终端上实现了快速突破——个人电脑和平板电脑总出货量位居全球第二，智能终端设备（个人电脑、平板电脑和智能手机）位列全球第三。目前联想已开拓 160 个市场，在 60 多个国家开展区域化营运，其中包括四大洲的生产基地。

(华青)



任正非：未来几年将把华为打造成欧洲公司

据《华尔街日报》报道，华为 CEO 任正非近日表示，华为计划增加在欧洲地区的投资和招聘，以此来改变外界对这家公司的外部印象。此外，他表示，他个人不愿让华为在未来几年上市。

任正非在接受《华尔街日报》专访时表示，华为目前正在加大投资和开放力度，旨在获取国外客户和政府部门的信任。此前，华为一直都遭到美国政府的“排斥”。任正非表示，他在媒体面前为人低调，结果让外界给华为贴上了“神秘公司”的标签。

他表示：“未来几年，我们希望人们能把华为视为一家欧洲公司。为此，华为在今年将增加在欧洲地区的研发投入，并扩展对非中国国籍员工的激励计划，从而吸引和挽留尖端人才。”

任正非表示，过去几年，华为也遭到了欧洲监管部门的审查，因为华为在欧洲市场的增长伤及到了竞争对手，其中就包括瑞典的爱立信和法国的阿尔卡特。

同样在美国，自 2012 年美国国会报告宣传华为设备存在安全问题以来，华为就被排挤到美国市场大门之外。

根据市场研究公司 Infonetics 提供的数据，去年，华为在欧洲、中东和非洲地区占据了 22% 的移动网络基础设施市场，而 2010 年，这一数字为 12%。但相反，华为在美国仅拥有 2.8% 的市场份额，因此这迫使华为撤离在美国市场的投资。

任正非在 1987 年创建华为公司，此前曾当过兵。

华为反击外界质疑的有利武器就是增加在研发领域的投资，通过改进产品来提高价格。任正非表示，华为产品在欧洲的地区的售价已经创新高。他表示，该公司将继续增加研发投入。去年，华为公司的研发支出达到了 50 亿美元。按照 2013 年平均汇率计算，爱立生的研发投入为 49 亿美元。

不过，任正非表示，他不想在未来几年让华为上市。“上市股东会迫使华为将目标放在短期利益上，而非长远研发上。”他表示。华为目前内部形成了一种不同寻常的持股结构，公司股权由华为中国员工持有，其中包括了任正非。

任正非目前的持股比例约为 1.4%，但他拥有重大决策否决权。“股东都是贪婪的，他们希望尽可能榨干公司每一滴血。”任正非。

任正非表示，华为员工集体持股结构也是华为能够追上和赶超行业竞争对手的部分原因。

尽管任正非加大了华为开放力度，但他估计美国不会在短期内向华为敞开大门。“我认为，想要让美国承认华为为一家‘诚实’，且拥有正面形象的公司，还得等 10-20 年时间，那我们可能才有机会。”任正非表示。

(克瑞)

铃的合作范围，向其投放 SUV，以进入目前中国增长最快的细分市场。

对于艾伦·穆拉利的厚礼，王锡高回应说，江铃汽车在发展过程中得到了艾伦·穆拉利等福特汽车高层的强有力支持。

在谈及福特在华的两个合作企业江铃和长安时，艾伦·穆拉利说，两个在华合资企业发展顺利，他本人和福特其他高层都非常满意。至于外界关心的两家合资企业的定位，艾伦·穆拉利强调，福特汽车不会为包括江铃在内的任何一个合作伙伴设限。

在福特为江铃拆除舆论的藩篱之际，双方的合作早已悄然进行。据福特汽车（中国）有限公司董事长兼首席执行官罗礼祥介绍，2013 年福特陆续增持江铃股份至 32%，双方还联手在江铃基地总部南昌开设了小蓝工业园，以及投产全新的发动机工厂。